

Núm. 40 / JUNIO 2018

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

LA INDIA: el esplendor
de Maharashtra y Goa

SIGÜENZA y GUADALAJARA
descubriendo el arte

IBIZA: la reina de la noche

ceav
Confederación Española
de Agencias de Viajes

NOTICIAS CEAV · LAS ASOCIACIONES INFORMAN

WE ♥ TRAVELLING
REGÁLATE UN GRAN VIAJE

VIAJA CON EL TOUROPERADOR ESPAÑOL
LÍDER EN GRANDES VIAJES



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 la herramienta Catai TravelPricer, diseña tus propios presupuestos on-line y reserva en tu agencia de 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 2018

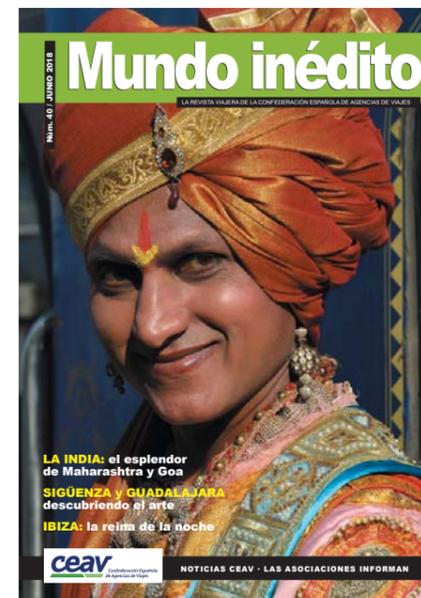


Foto portada: Uno de los personajes que reciben a los pasajeros del tren Deccan Odyssey en su recorrido por el estado de Maharashtra, India. Fotografía: Román Hereter

Editorial



Saludos cordiales a todos los lectores de Mundo Inédito, la revista que con esta edición alcanza ya los 40 números y que nos sirve como uno de los medios de comunicación directa entre la CEAV y nuestros asociados; y de todos: Asociación y Agencias Asociadas, con este sector turístico que tanto amamos: instituciones, destinos, medios de transporte, alojamientos y empresas de todo tipo que de una forma u otra colaboran con todos nosotros.

Iniciábamos como cada año el arranque en FITUR donde también como cada año fue una satisfacción poder vernos y abrazarnos con muchos de vosotros. El cocktail Welcome to FITUR, celebrado en nuestro stand, forma ya parte de una de las tradiciones con las que se da el pistoletazo de salida a nuestros actos sociales y también formativos.

Porque cada vez son más las actividades desarrolladas a lo largo del año y el éxito que comportan. A las Jornadas Técnicas recientemente celebradas en Marrakech, de las que damos cumplida información en páginas posteriores, hay que sumar el incremento y descentralización de nuestros workshops formativos, a los que este año 2018 sumamos los de Valladolid, Santander y Málaga.

Cuando escribo estas líneas me viene a la cabeza cuando hacía lo propio, hace ya tres o cuatro años, en tiempos de plena crisis, cuando debía infundir a través de estas páginas el ánimo necesario para que entre todos tiráramos hacia adelante en unos tiempos, que, debemos admitirlo, no han sido nada fáciles. Por suerte la crisis ha pasado y la alegría ha vuelto a la mayoría de nuestros semblantes, cosa que evidentemente me congratula sobremedida. Pero de los tiempos duros también hay que sacar cosas positivas, y sin duda el resistir aquellos envites, nos ha fortalecido, tanto a nosotros como a nuestras empresas.

Una de las noticias que recogemos en nuestra sección de breves es el fuerte repunte de la demanda turística en 2017, tanto en mercados tradicionales como emergentes, con incremento del gasto de hasta 12.000 millones de dólares en EEUU, 8.000 millones en China, 7.000 millones en Rusia, 5.000 millones en Brasil, etc. etc, según el Barómetro OMT del Turismo Mundial. Una tendencia que no tiene por qué torcerse en este presente año, por lo que la temporada se presenta igualmente satisfactoria.

Con todas estas buenas perspectivas, y ahora que ha llegado el buen tiempo, os deseo una magnífica temporada y me despido con el firme compromiso de seguir trabajando todos los que estamos al servicio de CEAV en hacerla cada vez más fuerte en defensa de los intereses de nuestros asociados.

Que tengáis un magnífico verano.

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

DESCUBRE EL NUEVO VUELING CLUB, ACUMULA AVIOS Y VUELA

Vueling Club es el nuevo programa de fidelización de Vueling y Avios es su moneda de cambio. Consigue Avios volando, reservando hoteles o haciendo tus compras diarias y utilízalos para reducir o pagar tu próximo vuelo con Vueling.

ACUMULO AVIOS CUANDO...



Vuelo con Vueling

(Desde 3 Avios por cada euro invertido por billete de Vueling en tarifa BASIC)



Reservo en hoteles



Compro online
(Avios eStore)



Alquilo coches



Compro en tiendas
(Chic Outlet Shopping Villages...)

¿CÓMO UTILIZO LOS AVIOS?

Utiliza tus Avios con Vueling Club cuando reserves tu próximo vuelo. Podrás reducir el importe o pagarlo íntegramente en Avios, incluso las tasas.

Toda la información en Vueling.com/VuelingClub



Sumario

- 06 NOTICIAS breves
- 34 CEAV Y PURINA: Beneficios de una agencia de viajes Pet Friendly
- 36 DISTINTIVOS TURISTICOS2018: Matilde Torres-Vicente Blasco.
- 38 GRAN CANARIA, isla de cuento. 5 razones para un amor a primera vista.
- 40 REFLEXIÓN La **dimensión** importa mucho - Ser más **competitivos** - **Crecer** para poder competir y dar servicios - Retos de futuro - Pensamiento **estratégico** - **Juntos somos más fuertes** - Seguimos **trabajando** para ti. Por Martin Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 42 LA CHAMPAGNE, una experiencia única.
- 44 LA INDIA: El esplendor de Maharashtra y Goa, recorrido a todo tren por el centro occidental de la India. Texto y fotografías: Román Hereter.
- 64 CIUDADES AVE: Escápate a ciudades únicas. Destino a Andalucía, Castilla y León y la Comunidad de Madrid.
- 68 ¿QUÉ OPINAS? UN PROYECTO SÓLIDO del que **TODOS formamos parte**. Por Carlos Garrido, Presidente de UNAV y Presidente de VIAJES DOS, S.L.
- 70 Descubriendo arte en **SIGÜENZA Y GUADALAJARA**. Texto y fotografías: Carlos González.
- 76 LAS ASOCIACIONES INFORMAN
- 93 AGENDA CEAV
- 94 EXPERIENCIA VIAJERA: Ibiza, la reina de la noche. Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



CEAV presentó sus novedades para el año 2018 en el Welcome to FITUR

La Confederación Española de Agencias de Viajes dio la bienvenida al nuevo año y a la edición 2018 de la Feria Internacional de Turismo en una nueva cita de Welcome to FITUR, celebrada a partir de las 12,30 del miércoles 17 de enero, dando a conocer a todos sus miembros adheridos sus últimas novedades y la agenda de actividades para el 2018. Entre ellas se destacó la unión entre CEAV Comunidad Valenciana y la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV), y la adhesión y conti-

nuidad de ambas en la Confederación Española de Agencias de Viajes. Por otra parte, durante el Welcome to FITUR, Rafael Gallego, presidente de CEAV, presentó los nuevos acuerdos de colaboración que la Confederación Española de Agencias de Viajes a suscrito con diferentes entidades como Médicos Sin Fronteras con quien lanza un reto solidario para los días que dura la feria; la renovación de acuerdos ya existentes como los suscritos con Ciudades AVE o Turismo de Sevilla; y una completa agen-

da de actividades para el 2018 que, entre otros eventos, incluye la realización de Jornadas Técnicas en Marrakech, hasta 4 ediciones de la CEAV Travel Night o Seminarios Monográficos de Formación sobre destinos como Japón que promueven la profesionalización del sector. Además, CEAV presentó en Welcome to FITUR el primer buscador de agencias de viajes Pet Friendly de España desarrollado junto a Purina dentro del programa "Viajar Juntos es Mejor".



Rafael Gallego, Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), y Xavier Pérez, Director de Marketing y Comunicación de PURINA España, recogieron el galardón otorgado por a campaña Viajar Juntos es Mejor.

El programa "Viajar Juntos es Mejor" gana el premio Excelencias Turísticas 2017

En un acto celebrado el pasado 17 de enero en el recinto ferial de FITUR, los galardones reconocieron la labor de la campaña creada por PURINA España y CEAV, cuyo objetivo es ayudar a las familias a identificar aquellas agencias de viajes que ofrezcan facilidades para viajar con sus animales de compañía.

La campaña **Viajar Juntos es Mejor**, creada por PURINA España y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), ha ganado el premio Excelencias Turísticas 2017. Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), y Xavier Pérez, director de Marketing y Comunicación de PURINA España, recogieron el galardón otorgado por un jurado formado por nueve personalidades de diferentes países del mundo del Turismo, el Arte y la Gastronomía, y encabezado por el Presidente de Grupo Excelencias.

La campaña **Viajar Juntos es Mejor**, que se presentó en la anterior edición de FITUR y que incluye la creación del primer sello turístico Pet Friendly del país, pretende ayudar a las familias a identificar a aquellas agencias de viajes españolas que ofrezcan ofertas vacacionales aptas

para animales de compañía. ¿Cómo? Mediante la colocación de una pegatina identificativa en los escaparates de las oficinas o en su página web. En 2017 el sello ha conseguido la adhesión de un centenar de agencias y operadores *on* y *offline*, entre ellas Destinia, Viajes Martel, Zafiro Tours, viajarsolo.com o Viajes Guiatur. Además, en la presente edición de la feria, PURINA y CEAV han presentado el primer buscador web de agencias de viajes Pet Friendly de España. La web permite a los usuarios localizar su oficina Pet Friendly más cercana introduciendo su código postal, provincia o comunidad autónoma de residencia. La página también permite encontrar agencias online adheridas al sello **Viajar Juntos es Mejor**. Con la creación del primer buscador de agencias Pet Friendly de España, cuyo objetivo es alcanzar la cifra de 500 agencias integradas antes de diciembre de 2018, **Viajar Juntos es Mejor** quiere ser un referente en el país en todo lo relacionado a la organización de viajes con animales de compañía.

Los Premios Excelencias fueron creados en 2005 con el objetivo de fomentar la excelencia en diferentes ámbitos, todos ellos

relacionados con el turismo con especial atención a la zona de Caribe y América. Desde entonces se han convertido en un referente en el sector, premiando aquellos proyectos turísticos o empresas que destaquen por acciones relevantes, ideas significativas o planes creativos que hayan marcado la diferencia durante el año. En PURINA están convencidos de los beneficios que aporta la convivencia con las mascotas al conjunto de la sociedad. Por eso impulsa programas de voluntariado interno, crea campañas de concienciación social, desarrolla programas para la integración de las mascotas en nuestra vida laboral y social, y apoya a protectoras y asociaciones que están convencidos de que Juntos la vida es mejor.



VolandoVa: el reto solidario de CEAV y Médicos sin Fronteras para FITUR 2018

En Welcome to Fitur también hubo tiempo para solidaridad ya que CEAV se quiso sumar a la iniciativa VolandoVa de Médicos sin Fronteras con un reto: Llenar 100 aviones de ayuda médica para apoyar los proyectos de la organización en 8 países durante la celebración de la feria. ¿Cómo conseguirlo? **VolandoVa.com** es el primer portal de viajes en el que al comprar tus billetes tu no viajas, sino que lo hará tu ayuda por ti. En el buscador se pueden seleccionar destinos como Yemen, Etiopía, Siria o Sudán del Sur a los que se puede enviar ayuda adquiriendo un pasaje desde 5 euros. También se puede hacer



enviando un sms con la palabra **VOLANDOVAFITUR** al 28033 (por cada 30 mensajes se conseguirá llenar un avión), con una donación íntegra del coste del mensaje 1,20 EUROS, a favor de Médicos Sin Fronteras. Por este motivo, durante la FITUR 2018 se pudo encontrar en el stand de la Confederación Española de Agencias de Viajes en FITUR equipos VolandoVa que ayudaron a realizar el proceso y que obsequiaron a los participantes con un identificador para sus maletas.

Las agencias de viajes de España y Portugal sellan una Alianza Ibérica para el impulso del turismo

La Confederación Española de Agencias de Viajes y la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes han unido fuerzas para crear una Alianza Ibérica e impulsar así, entre otros aspectos, el turismo entre ambos países. Así, y a partir de ahora, CEAV y la APAVT examinarán de forma conjunta todos los principales temas de interés para el sector, como pueden ser las relaciones con los distintos proveedores o la adaptación a las normativas de la Unión Europea, con el objetivo de alcanzar una posición común.

Además, durante la reunión celebrada en Lisboa a principios de abril, que ha estado encabezada por Rafael Gallego Nadal, presidente de CEAV y por Pedro Costa Ferreira, presidente de la APAVT, ambas organizaciones se comprometieron a impulsar la promoción turística entre España y Portugal en sus respectivos mercados promoviendo así, el desarrollo del negocio de las agencias de viajes y la economía de ambos países. En este sentido, entre otras acciones, han acordado la organización de una Cumbre Ibérica que de forma periódica reúna a los agentes de ambos países.

Para Rafael Gallego Nadal, presidente de CEAV, "este acuerdo es fundamental y sigue la línea de los ya suscritos con



Los miembros de APAVT, Pedro Costa Presidente; Rui Colmonero, Asesor Jurídico y Paulo Brehm, Asesor de Dirección junto a los representantes de CEAV, Eva Blasco, Adjunta a presidenta para Relaciones Internacionales, Rafael Gallego, Presidente y Mercedes Tejero Gerente de CEAV

las asociaciones hermanas de países de Latinoamérica como Argentina y Colombia". También ha querido destacar "las posibilidades de colaboración con un país tan cercano y la importancia de encontrar puntos en común y sumar fuerzas en los mayores puntos de interés para el sector como las relaciones con los proveedores, especialmente con IATA, que ha tenido un lugar destacado en esta primera reunión, o sobre la legislación comunitaria".

Por su parte, Pedro Costa Ferreira, presi-

dente de APAVT, celebraba el acuerdo y se mostraba "feliz porque se ha dado un paso importante en la consolidación de la presencia europea de la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes que es uno de los objetivos que nos habíamos marcado". Además, ha destacado así la importancia de esta alianza: "Portugal y España forman un espacio económico de características comunes que es necesario impulsar. Con este paso estamos seguros que caminamos en la dirección correcta", explicó Pedro Costa Ferreira.

CEAV firma un acuerdo con WingstoClaim para la reclamación de las incidencias aéreas de las agencias

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha firmado un acuerdo de colaboración con WingstoClaim para la gestión de las reclamaciones de las incidencias derivadas del transporte aéreo de pasajeros de los clientes de las agencias de viajes.

Retrasos, cancelaciones, *overbooking*, denegaciones de embarque, problemas con el equipaje y pérdida de conexiones que se han visto aumentadas en los últimos años como un efecto colateral del incremento de los desplazamientos aéreos en el mercado europeo y que pueden poner serios trastornos a los usuarios. Aunque los retrasos y cancelaciones son absolutamente imprevisibles, aleatorios y dependen de múltiples factores como la meteorología, reivindicaciones laborales, u otros conflictos locales, la ley EU

261 obliga a las compañías aéreas al pago de una compensación económica. Indemnizaciones que podrían ir desde los 250 euros para vuelos domésticos hasta los 600 para los de más de 3.500 kilómetros y que, además debe incluir todos los gastos derivados del retraso o la cancelación como transportes, alojamientos o dietas, entre otros. Otras incidencias como la denegación de embarque y pérdida, daño, retraso destrucción del equipaje, también, deben ser indemnizadas por las aerolíneas. Sin

embargo, se estima que tan solo entre el 5-10% de los pasajeros, finalmente, son compensados porque el proceso de reclamación realizado de forma individual puede ser largo y farragoso. Así, "a partir de ahora, las agencias de viajes españolas además de ofrecer una mayor seguridad, tranquilidad y transparencia al cliente incorporando los servicios de WingstoClaim, facilitará las posibles reclamaciones haciéndolas más cómodas, rápidas, sencillas y efectivas. Un nuevo valor añadido al cliente al que, también, se podrán sumar a las coberturas adicionales de otros productos de protección individual", ha explicado Rafael Gallego, presidente de CEAV.

De este modo, WingstoClaim será la encargada de realizar todos los trámites legales con las compañías aéreas en representación de los pasajeros de forma efectiva y sin causarles ninguna preocupación o molestia. "Además, cuenta con la experiencia de ser la firma jurídica líder en Europa especializada en el cobro de las reclamaciones de este tipo y está integrada por bufetes de abogados de España, Holanda, Alemania, Francia, Italia y Portugal. Ganamos la máxima compensación y en el menor plazo de tiempo, 6.100 agencias ya confían en nosotros", según Carlos Corbalán, CEO de WingstoClaim.





Más de 100 agencias de viajes valencianas participaron el pasado 8 de marzo en la 3ª edición del CEAV Fly Meeting VLC

La Confederación Española de Agencias de Viajes ha reunido a más de 100 agencias de viajes valencianas durante la celebración de la 3ª edición del **Fly Meeting VLC**, organizado en colaboración con Turismo València y la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV). Así, a esta cita profesional, única por su formato, que cada año reúne a los agentes de viajes de la región con las principales compañías aéreas para analizar y debatir, directamente, con los representantes de compañías aéreas, el impacto, crecimiento y posibilidades de los nuevos destinos conectados desde Valencia, también han acudido 18 de las principales aerolíneas del mundo: Alitalia, American Airlines, ANA, Air Canada, Air Nostrum, Hahnair, Iberia, LOT Airlines, Lufthansa, Qatar Airways, Royal Air Maroc, S7 Airlines, Summerwind (Aviation&Tourism Representation), TAP Portugal, Turkish Airlines, United Airlines y Vueling.

crecimiento experimentó de entre los quince con más tráfico de la red de AENA. Así, durante el año 2017 recibió más de 3,3 millones de pasajeros procedentes de sus más de 53 conexiones interna-

cionales y 15 domésticas. Motivo por el que, para Rafael Gallego, presidente de CEAV, *"Fly Meeting Valencia es una oportunidad única para los agentes de Valencia no sólo de conocer de primera*



Precisamente, el aeropuerto de Valencia, Manises, es el que, el pasado año más

El Director Gerente de Turismo Valencia, Toni Bernabé, junto a Miguel Jiménez Presidente de AEDAV y Rafael Gallego, Presidente de CEAV, en la presentación del Fly Valencia.

mano todas las novedades que traerán consigo las compañías aéreas sino también de trasladarles sus inquietudes y necesidades, y poder ofrecer así productos y servicios más completos y personalizados a sus clientes".

El foro de debate estuvo moderado por Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, y Antonio Bernabé, Director Gerente de la Fundación Turismo València, y ha contado con la presencia de Eva Blasco, Adjunta a la Presidencia para las Relaciones Internacionales de CEAV y de Miguel Jiménez, presidente de la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV). Así, entre las novedades presentadas destacan: *"la recuperación de la ruta entre Valencia y Roma Fiumicino por parte de Alitalia, los más de 84 mil pasajeros de Turkish Airlines que en 2017 llegaron a Manises desde Estambul y que supone volver a cifras de crecimiento, la repetición de la campaña de verano de S7 Airlines para conectar con casi 150 destinos desde Moscú, o la ampliación de la flota de TAP"*, ha resumido Rafael Gallego.

Además de las aerolíneas, el evento ha contado con la participación de casi 30 empresas turísticas líderes en tecnología, y servicios, destinos, turoperadores, seguros, asistencia en viajes, transportes y cadenas hoteleras de primer nivel como Albacete, Amadeus, Aon, Austria, Cinesa, Ciudades AVE, A Coruña, Cuba & Beds, Iberia Cards, Intermondial, JNTO (Oficina Nacional de Turismo de Japón), Miki Travel, Luxotour, Maritim Hoteles, Costa Cálida Región de Murcia, Museument, Peri computer systems, Hoteles Andorra Plaza, Polonia, Sandos Hotels & Resorts, Servivuelo, Sevilla, SNCF, Summerwind, Transmediterránea, Travelport y Triping DMC, que tras el debate han participado en un workshop profesional con los agentes de viajes con el fin de estrechar lazos y establecer relaciones comerciales.





Seminario Descubre Japón
 Por otra parte, y en una clara apuesta por la formación, precisamente, en destinos como herramienta para la profesionalización del sector, CEAV ha organizado, como una actividad complementaria a la celebración del Fly Meeting VLC, un Seminario Monográfico sobre Japón. “Uno de los destinos que en los últimos años mejor ha conseguido despertar el interés del turista nacional y que más crece, haciéndolo de forma continuada y sostenida a un ritmo cercano al 20% anual”, explica Rafael Gallego, presidente de CEAV. De este modo, los más de 100 agentes de viajes que han asistido a Fly Meeting VLC profundizaron en el conocimiento en aspectos técnicos y cuestiones prácticas de este destino como historia, cultura, tradiciones, y gastronomía para poder ofrecer un mejor asesoramiento y servicio al cliente.



<p>COMPAÑÍAS AÉREAS</p> <p>AIR CANADA, Lufthansa, UNITED AIRLINES, Alitalia, American Airlines, ANA, Hahn Air, IBERIA, IBERIA, IBERIA, AIR NOSTRUM, LOT, QATAR, Airlines, SUMMERWIND, TP, vueling</p>	<p>TECNOLOGÍA Y SERVICIOS</p> <p>AMADEUS, CINESA, Expedia TAAP, musement, PDI Computer, servi vuelo, Travelport, traping dmc</p>	<p>TUOPERADORES</p> <p>Cuba & Beds, Luxotour, 100 TRASMEDITERRANEA</p>	<p>NAVIERA</p>
<p>DESTINOS</p> <p>Alfaro, Turismo Austriaco, ave, A Coruña, JNTO, MIKI TRAVEL, Costa Cálida, Sevilla</p>	<p>ASISTENCIA EN VIAJES</p> <p>Aon, InterMundial, viajes snicou</p>	<p>FERROCARRIL</p>	
		<p>CADENAS HOTELERAS</p> <p>PLAZA, MARITIM, SANDOS</p>	



De izquierda a derecha: Mohamed Sofí, Director de la Oficina de Turismo de Marruecos en España; Antonio Guerra, CEO de Luxotour; Rafael Gallego, Presidente de CEAV y Abdellatif Abouriche, representante del Consejo Regional de Turismo de Marrakech.

Jornadas Técnicas 2018 en Marrakech: Los principales temas de interés del sector a debate

La Confederación Española de Agencias de Viajes ha celebrado del 15 al 18 de marzo en Marrakech sus Jornadas Técnicas 2018, organizadas en colaboración con Oficina Nacional de Turismo de Marruecos, el Consejo Regional de Turismo de Marrakech y Luxotour. Así, la cita profesional de referencia para las agencias de viajes, que cada año convoca CEAV, se ha trasladado al Hotel Sofitel de la ciudad marroquí, donde representantes de más de 80 agencias de viajes de toda España han debatido algunas de las principales preocupaciones y temas de interés para el sector como la Disposición Adicional 4ª del Reglamento de Facturación o la Transposición de la Directiva de Viajes Combinados.

A la inauguraron de las Jornadas Técnicas 2018, además, asistieron Rafael Gallego, presidente de CEAV; Antonio Guerra, CEO de Luxotour; Mohamed Sofí, Director de la Oficina de Turismo de Marruecos en España; representantes del Consejo Regional de Turismo de Marrakech y la Consul Honoraria de España en Marruecos, Khadija El Gabsi, quienes pusieron de manifiesto que Marruecos es un destino aún desconocido para los españoles. Motivo por el que cada día trabajan, principalmente a través de las agencias de viajes, su principal

vía para atraer turistas, para alcanzar, así, su objetivo de llegar a 20 millones de visitantes al año.

Análisis de la actualidad del sector

Durante la sesión de trabajo los más de 80 agentes asistentes a las Jornadas Técnicas pudieron conocer las últimas novedades y debatir algunos de los principales puntos de interés para el sector de las agencias de viajes. Así, sobre la ampliación de la Disposición Adicional 4ª del Reglamento de Facturación, Isabel López Bustamante, Socia de Deloitte y

Coordinadora del Grupo de Trabajo del IVA de CEAV, expuso todo el trabajo realizado por el Grupo de Trabajo del IVA creado por Confederación Española de Agencias de Viajes y coordinado por Deloitte, y la gran ventaja que esta ampliación supone para las agencias. "Soluciona el problema histórico de la imposibilidad de facturar determinadas operaciones en las que la agencia trabaja en nombre y por cuenta del proveedor. Esta modificación entró en vigor el 1 de enero de 2018 y su correcta aplicación mejora la competitividad y su rentabi-

lidad", explicó Isabel López de Bustamante.

Además, en su exposición también destacó "que, de este modo, los proveedores deben adaptarse legalmente y tecnológicamente a esta nueva normativa. Este modelo ha sido copiado del aéreo y se han incluido prácticamente todos los servicios que comercializan las agencias de viajes". En opinión de la Coordinadora del Grupo de Trabajo del IVA de CEAV, "el desencadenante final para que Hacienda tomara la decisión fue la aplicación de SII".

En este contexto también se analizó el Estudio realizado por la Comisión Europea, con respecto al régimen especial del IVA de las Agencias de Viajes, "en el que se está analizando este régimen que se elaboró hace muchos años y se está viendo que no encaja en la realidad actual del sector para en un futuro llegar a modificar la Directiva del IVA". CEAV a través de ACAVE, está posicionada en ECTAA para poder trasladar los intereses de las Agencias de Viajes Españolas. Entre los puntos de interés analizados durante las Jornadas Técnicas de CEAV también hubo tiempo para debatir sobre la incidencia de la Sentencia del Tribunal de Justicia Europeo (Caso 380-16) de 8 de febrero de 2018 que, en opinión de Isabel López Bustamante, "no va a tener ninguna incidencia respecto a la normativa española".

Por último, Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística y Josep García Manager de AON RISK SOLUTIONS debatieron junto a Mercedes Tejero, Gerente de CEAV, el estado en que se encuentra la Transposición de la Directiva de Viajes Combinados, (Directiva 2015/2302/UE), que obliga a modificar la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios, así como las distintas normativas autonómicas. Así, se comentó el reciente informe del Consejo Económico y Social que crítica el texto del anteproyecto por abusar de los conceptos jurídicos indeterminados, y por ir más allá de la Directiva en algunos aspectos. Críticas a las que también se ha sumado CEAV,



Marcos Arquellada Castillo Regional Account Manager Amadeus España.



que está dispuesta a recurrir el texto final si se incluye la doble garantía para la Agencia, la de insolvencia y la de correcta prestación del servicio. Así, para Antonio Nieto, "ahora hay que ver si Consumo acepta o no las observaciones realizadas, para pasarlo posteriormente al Consejo de Ministros, supuestamente en el mes de abril. Después, previsiblemente, pasará al Congreso y al Senado, estando prevista su publicación para el mes de octubre o noviembre".

Formación en destino como herramienta de profesionalización del sector

Además de las sesiones de trabajo, durante las Jornadas Técnicas 2018, los asistentes han podido disfrutar con un completo programa de actividades que les ha permitido descubrir los grandes atractivos de un idílico rincón a algo más de una hora de España con el objetivo de profesionalizar el sector a través de la formación en destino. De este modo, se realizó una amplia vi-



De izquierda a derecha: Carlos Martín y su esposa, Jorge Moncada, Marcos Arquellada y Josep García

y trato personal de Luxotour en su destino estrella”.

Patrocinadores y colaboradores

Las Jornadas Técnicas de CEAV en Marrakech han contado con el apoyo y colaboración de la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos, el Consejo Regional de Turismo de la Región de Marrakech, Luxotour, Amadeus, Iberia, Iberia Cards, Pipeline software, Aon, y AXA Assistance.



sita de la ciudad, recorriendo las Puertas de Marrakech, las Tumbas Saadíes, el Palacio Bahía y los Jardines de Yves Saint Laurent. Tras la comida típica, amenizada por música tradicional, se pudo visitar el zoco de los cinco sentidos y se dispuso de tiempo libre para visitar la Plaza de Jamaa el Fna y la Torre de la Kotubía. También hubo tiempo para actividades de mayor duración como disfrutar de un Hamman en la Medina, participar en un campeonato de Golf o realizar una excursión en 4x4 por las montañas del Atlas.

Como conclusión, para Rafael Gallego, presidente de CEAV, “las Jornadas Técnicas han permitido a los asistentes conocer de primera mano la cultura, historia y gastronomía de Marrakech, profundizando en la oferta turística de este magnífico destino. También han podido degustar la gastronomía típica del país en algunos de los restaurantes más tradicionales de la ciudad y una cocina fusión e innovadora en espacios de moda, que no pasan desapercibidos por su impactante puesta en escena y decoración, así como comprobar la profesionalidad



Creemos que hay dos maneras de encontrar el mejor seguro de viaje



48° 51' 24" N
02° 21' 08" E

París, Francia

Una difícil

Y una fácil



Desde Aon queremos ponértelo fácil. Por eso te proponemos un cambio, y por supuesto, a mejor.

A partir de septiembre, renovamos nuestra plataforma para hacerla más rápida e intuitiva, donde podrás encontrar **los mejores seguros de viaje para tus clientes. Exclusiva para agencias de viajes.**

Descubre todo lo que está por llegar con la nueva plataforma de Aon.

Teléfono Booking: 900 373 875
E-mail: booking.seguros@aon.es



Aon Gil y Carvajal S.A.U. Correduría de Seguros, con domicilio social en Madrid, Edificio Torre Rioja, calle Rosario Pino, nº 14-16, C.P. 28020. C.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 15.321, Folio 133, M-19.857. Inscrita en el Registro Especial de Mediadores de Seguros y Corredores de Reaseguros de la Dirección General de Seguros con la clave J-107 (Correduría de Seguros) y RJ-0033 (Correduría de Reaseguros). Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley 26/2006, de 17 de Julio.

El turismo mejora las previsiones iniciales para Semana Santa y mantiene su crecimiento

La Confederación Española de Agencias de Viajes valora de forma positiva la campaña de Semana Santa en el que, finalmente, el turismo ha superado las previsiones iniciales para mantener su crecimiento. En este sentido, el crecimiento de la actividad de las agencias de viajes ha sido superior al 5% a pesar de condicionantes como la meteorología o el calendario.

Así, para Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, "el hecho de que en un primer momento se hicieran previsiones a la baja para esta Semana Santa se debía a un conjunto de factores como la inestabilidad meteorológica anunciada y el calendario influido por las tempranas fechas en las que este año se han celebrado los días festivos. Los resultados han sido ligeramente superiores, incluso, a los de otros años en los que la Semana Santa también se ha celebrado durante el mes de marzo". Vacaciones anticipadas que, además, se han visto influidas por el hecho de que en abril o mayo es cuando muchas compañías aéreas comienzan sus rutas de verano para conectar las costas españolas con otros destinos internacionales. Aún así, "pese al tiempo, el calendario, las conexiones aéreas y otros factores económicos se ha superado la previsión de un 79% de ocupación y la actividad de las agencias de viajes se ha visto incrementada en más de un 5%", ha añadido el presidente de CEAV.

Destinos: Contrastes de sol, nieve y balnearios.

Previsiones que se han visto superadas especialmente en Canarias que ha tenido de media un 90% de ocupación y "en muchas zonas ha colgado el cartel de completo. No hay que olvidar que es el único destino de sol y playa de Europa abierto durante el invierno y se encuentra en estos momentos en temporada alta que va de octubre a abril. Temporada que también con la caída de los mercados del Norte de África, que ya han em-

pezado a recuperarse, se ha venido prolongando también en verano durante los últimos años". También ha rozado el 100% de ocupación el turismo de balnearios, especialmente en el norte de España, y las estaciones de esquí, que crecen más de un 17% respecto al año pasado, como una consecuencia directa de la climatología.

Precisamente, el mayor crecimiento experimentado es el del turismo de interior y el turismo rural que "como media del año suelen tener una ocupación del 38% y en estas fechas ha alcanzado cifras cercanas al 70%", explicó Rafael Gallego. Y, por supuesto, en zonas del interior de Andalucía con mayor tradición de Semana Santa como pueden ser Sevilla, Málaga o Córdoba donde la ocupación, como es habitual en estas fechas, ha rondado el 85-90%. Las escapadas por Europa a Portugal, Italia, y, especialmente, a Reino Unido por la apreciación del euro sobre la libra han sido también los protagonistas de las primeras vacaciones del año. Por el contrario, pese a haber tenido excelentes tasas de ocupación para la época del año, el norte de España por la meteorología y Cataluña por la inestabilidad política han sido las zonas menos visitadas durante la Semana Santa. En concreto, en Barcelona, ha habido una caída del número de visitantes de más del 13%. En este sentido, Rafael Gallego ha destacado, "que afortunadamente el clima político en esta región no ha tenido un efecto contagio hacia otras zonas, como se temía en un primer momento, y se ha quedado concentrada en el área metropolitana de Barcelona y sus alrede-

dores donde la ocupación ha sido inferior a la media con un 79%".

Previsiones a largo plazo: turismo de más calidad

Como consecuencia de la leve recuperación que está experimentando el turismo de sol y playa en los países del Norte de África, desde hace 6 o 7 meses, especialmente en Turquía, Egipto y Túnez para Rafael Gallego, "este verano será más difícil que se supere de nuevo récord de visitantes de 2017 en el que se llegó a los 82 millones de turistas". Turquía, por ejemplo, es el destino que más está creciendo en el mercado alemán. Sobre esta previsión de ligero descenso de visitantes, "en principio no hay que preocuparse, ya esas plazas que queden libres serán ocupadas por el turista nacional para quien en los últimos años le resultaba más económico pasar una semana en el Caribe que hacerlo en Baleares o en la Costa del Sol", ha explicado el presidente de CEAV. De este modo ahora más que nunca el desafío al que se enfrenta el Turismo en España no es crecer en cantidad sino en hacerlo en calidad, que el turista gaste cada vez más. En este sentido, el turismo deportivo es uno de los que más están contribuyendo a aumentar el gasto medio por visitante. "Durante la temporada de invierno, por ejemplo, llegan más de 300.000 personas a Baleares sólo para practicar ciclismo y dejan bastantes más ingresos que los que sólo vienen a disfrutar del sol y playa", ha dicho Rafael Gallego, quien además ve el golf, el buceo o la nieve, como actividades clave para acceder a un turismo de más calidad.

Fuerte repunte en 2017 de la demanda turística tanto en mercados tradicionales como emergentes

Prácticamente todos los mercados emisores registraron un mayor gasto turístico en 2017, lo que demuestra que la demanda de turismo internacional mantiene su fortaleza en todas las regiones del mundo. Tanto las economías emergentes como las avanzadas impulsaron el crecimiento, situándose a la cabeza los Estados Unidos, que incrementaron su gasto en viajes al extranjero en 12.000 millones de dólares de los EE.UU. China incrementó su gasto en 8.000 millones de dólares, consolidando su liderazgo como el país del mundo que más gasta en turismo internacional. La Federación de Rusia incrementó su gasto en 7.000 millones de dólares y Brasil en 5.000, cifras que en ambos casos representan un repunte frente a importes más reducidos en años previos. La fortaleza del gasto turístico es reflejo de una mayor conectividad, la simplificación del régimen de visados y la mejoría de la economía mundial. Los 25 mercados emisores más importantes registraron en su totalidad un mayor gasto en turismo internacional en 2017, como subraya el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. China consolidó su liderazgo como el país que más gastó en viajes al extranjero en 2017, con un

gasto de 258.000 dólares de los EE.UU. (+5% en moneda local).

Las otras tres economías del grupo BRIC (Brasil, Federación de Rusia, India y China) incrementaron también notablemente su gasto en 2017. La Federación de Rusia (+13%) se recuperó después de varios años de descensos, hasta alcanzar los 31.000 millones de dólares de los EE.UU., escalando tres posiciones e incorporándose de nuevo al grupo de los diez primeros en octava posición. Brasil (+20%) se recuperó también con fuerza y ascendió ocho puestos hasta situarse en el puesto decimosexto con 19.000 millones de dólares en gasto. La India continuó su expansión con un crecimiento del 9% en el gasto, llegando a los 18.000 millones de dólares, y avanzó cuatro posiciones en el ranking, situándose en el decimoséptimo lugar.

"Las economías emergentes desempeñan un papel crucial en el desarrollo del turismo y estamos muy satisfechos de ver el repunte de la Federación de Rusia y Brasil, así como el continuo crecimiento de la India, ya que estos mercados emisores emergentes clave contribuyen al crecimiento y a la diversificación de los mercados en muchos países", afirmó el

secretario general de la OMT, Zurab Pololikashvili.

Las economías avanzadas también tuvieron buenos resultados en 2017, lideradas por los Estados Unidos de América (+9%), el segundo mercado emisor del mundo por tamaño. Los viajeros estadounidenses gastaron 12.000 millones de dólares más en turismo internacional, llegando a los 135.000 millones de dólares de los EE.UU. El gasto de Alemania (tercer mayor mercado) y del Reino Unido (cuarto) creció en ambos casos en un 3%, y el de Francia (quinto) en un 1%. Australia (sexto) registró un crecimiento del 7% y Canadá (séptimo) del 9%. Completan la lista de los diez primeros la República de Corea (novena), donde el gasto creció un 9%, e Italia (décimo), donde se incrementó en un 6%. Fuera de esos diez primeros puestos, cabe destacar el notable crecimiento del gasto en Suecia (+14%) y en España (+12%). Esos buenos resultados del turismo emisor están en consonancia con el incremento del 7% de las llegadas de turistas internacionales en 2017. La demanda de viajes fue especialmente alta en Europa, donde las llegadas se incrementaron el pasado año en un 8%.

Celebración en Madrid de la Asamblea de CEAV

El pasado 20 de marzo tuvo lugar en las oficinas de CEAV en Madrid, en la calle Diego de León número 47, y con la asistencia de la mayoría de los presidentes de las asociaciones que conforman la Confederación, la Asamblea anual de la misma. A lo largo de la jornada se presentaron y aprobaron la evolución de ingresos y gastos del pasado ejercicio correspondiente al año 2017 y el presupuesto del ejercicio 2018. En la Memoria de Actividades del 2017, destacó especialmente la gran activi-

dad desarrollada por CEAV en relación al número de workshops y sesiones de formación realizados, entre los que destacan los eventos celebrados en Valladolid, el de Descubre Albacete y los Seminarios con Japón y Sevilla, acciones a destacar con respecto a los celebrados durante el año anterior.

Así mismo, se ratificó la entrada, como miembro de pleno derecho en la Confederación, de AEVAV, la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes.



Las agencias de viajes advierten del riesgo para el turismo que supone el sistema de venta de entradas de la Alhambra

CEAV, junto a sus asociaciones en Granada (AAVV) y Andalucía (AEDAV) critican el actual sistema de venta de entradas para el Conjunto Monumental de la Alhambra y el Generalife con la implantación de entradas nominativas a partir del 1 de mayo y advierten de los riesgos para el turismo que puede suponer.

Tras varios años de cambios continuos de normativas y de infructuosas negociaciones con el Patronato de la Alhambra y el Generalife (PAG), el sistema ha llegado a un estado de colapso real. *“Situación, que, para los profesionales del sector, ha convertido a la Alhambra del monumento en el que la reserva de entradas es más enrevesada, complicada e irracional de todo el mundo”,* explica Rafael Gallego, presidente de CEAV. Además, debido a las deficiencias del sistema actual, no existe una mínima garantía para los agentes de viaje de garantizar que sus programas y circuitos por Andalucía y España se cumplan. Tampoco las excursiones y visitas facultativas, que existen en cualquier destino cultural del mundo, pueden garantizarse. Motivo, por el que, para Sergio García, presidente de CEAV Andalucía y AEDAV, *“a día de hoy, las agencias locales, nacionales y turoperadores internacionales cancelan a diario visitas a Granada, circuitos por Andalucía y España, debido a los inextricables trámites burocráticos, la ineficacia del sistema y la continua incertidumbre que rodean a la reserva de entradas para el monumento más visitado de Andalucía”.*

Sin remediar a las disfunciones estructurales del sistema, y parche tras otro, el Patronato de la Alhambra y el Generalife ha anunciado la implantación de entradas nominativas a partir del 1 de mayo de 2108. De este modo, *“la Alhambra sería el primer monumento en exigir a las agencias de viaje el nombre, documento de identidad, sexo y edad, de cada uno de los integrantes de cada uno*

de sus grupos o clientes particulares a la hora de reservar simplemente una entrada a un bien cultural”, explica Juan Peláez presidente de AAVV de Granada. Hasta ahora, ninguno de los argumentos esgrimidos por parte del PAG para intentar imponer el control de aforo y las entradas nominativas, son convincentes para las agencias de viajes. No se pueden aducir, tal como se ha anunciado, falsos *“motivos de seguridad”*, porque la seguridad se garantiza con medidas concretas y reales y no a través de entradas nominativas. En este sentido, las agencias no pueden de ninguna manera asumir más trámites burocráticos para la reserva de una entrada, ni en términos de recursos humanos, ni legalmente. *“Existen en muchos países de nuestro entorno leyes muy estrictas sobre protección de datos, que nos impiden compartir datos de nuestros clientes con otras partes”,* explica Rafael Gallego. En este sentido, las agencias de viajes también quieren denunciar la puesta en marcha dentro del conjunto monumental, de controles de identidad *“aleatorios”* por parte del personal de vigilancia, que se realizan en los accesos y dentro de los mismos palacios, a los visitantes y los integrantes de un grupo turístico, produciendo más colas e interrumpiendo la visita cultural.

Fallos en el actual sistema de venta

La puesta en marcha del nuevo sistema informático y la nueva plataforma de compra de entradas, que entró en funcionamiento el pasado 1 de enero, presentan 2 fallos constantes, de los que las agencias de viajes también quieren dejar constancia: la anulación de entradas asignadas y pagadas al 100% o la asignación de entradas en horas y fechas completamente distintas a las solicitadas.

En los últimos meses, debido al caos imperante, el Departamento de Comercialización del PAG ha asignado las entradas a los agentes autorizados con dos

meses de retraso, incumpliendo lo estipulado por el BOJA y el pliego de cargo de la empresa adjudicataria. El Patronato pone cada vez más trabas al turismo organizado, al imponer recientemente que las entradas de niños computen en el cupo de entradas asignadas a los agentes autorizados, lo que contraviene nuevamente a lo estipulado en el BOJA.

En tales circunstancias, las agencias de viajes y turoperadores, nacionales e internacionales, se exponen a acciones legales por parte de los clientes si se oferta un programa que incluya la Alhambra, puesto que no existe ninguna posibilidad, a largo o corto plazo, de poder garantizar una visita al monumento estrella de Granada. Además, a día de hoy, son cientos los circuitos y viajes por Andalucía y España que se cancelan debido al sistema de ventas de la Alhambra y el Generalife. El sistema representa un daño inaceptable para la imagen del propio monumento, para la ciudad de Granada, Andalucía y España. Constituye un lastre inasumible para el empleo y el desarrollo de un turismo sostenible y responsable. La CEAV, a través de su presidente *“quiere hacer un llamamiento a todas las administraciones implicadas, al Patronato de la Alhambra y el Generalife, pero también a la Presidencia de la Junta de Andalucía y a la Consejería de Turismo y Deporte y la Consejería de Cultura del Gobierno autonómico. Haciendo extensivo este llamamiento al Ministerio de Turismo y al Ayuntamiento de Granada para que se inicien por fin las consultas necesarias y se tomen cuanto antes las medidas oportunas”.* Un diálogo constructivo y necesario entre las diversas administraciones implicadas, los profesionales del sector y los expertos en patrimonio, para adoptar conjuntamente y de forma consensuada las medidas que sirvan para compaginar la conservación del patrimonio y el desarrollo de un turismo verdaderamente sostenible.

Transposición de la directiva de viajes combinados

Durante los últimos meses una vez que el Gobierno aprobó el Proyecto de Ley por la que se modifica el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa

de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, aprobado por el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, con objeto de trans-

poner la Directiva (UE) 2015/2302 relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados, CEAV ha mantenido reuniones con los principales grupos parlamentarios; en concreto y además de la primera reunión mantenida con el PSOE, se ha reunido con Ciudadanos y con Podemos, aunque la transposición va con un importante retraso, siendo muy positivas todas las reuniones por entender los Diputados nuestros planteamientos. En la reuniones, se les recaló la importancia de eliminar la doble garantía que impone el proyecto y de dar un margen de 6 meses para la entrada en vigor de la normativa.

Todo esfuerzo es bueno para alcanzar nuestros objetivos en este tema, así D. Manolo Buitrón Director General de Politours hizo entrega a D. Álvaro Nadal, Ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital de un documento con nuestras reivindicaciones con respecto a la transposición de la Directiva de Viajes Combinados.



Momento en el que Manolo Buitrón de Politours hace entrega a Alvaro Nadal, Ministro de Energía, Turismo y Agenda Digital de nuestras reivindicaciones con respecto a la transposición de la Directiva de Viajes Combinados.

CEAV logra el 100% de la representación de las agencias de viajes en el Comité Nacional del Transporte por Carretera

La Confederación Española de Agencias de Viajes será la única representante del sector de las agencias de viajes en el Comité Nacional del Transporte Carretera durante los próximos cuatro años tras la reunión plenaria celebrada por la División de Viajeros en la que se han reelegido los cargos para las diferentes secciones que lo componen y se han asignado nuevos porcentajes de representación. Así, CEAV dispondrá de un porcentaje de representación en la División de Viajeros del 15%, convirtiéndose en la segunda organización por mayor representatividad tan sólo por detrás de Confebús (40,3%). Resultados que, para Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, *“reflejan un reconocimiento histórico por parte de la Administración Pública, a través del*

Ministerio de Fomento, al reconocer la importante labor de CEAV como patronal y representante de las agencias de viajes. De este modo, la Confederación Española de Agencias de Viajes vuelve a formar parte en el principal órgano de toma de decisiones en lo que se refiere a transporte de viajeros por carretera, aglutinando el 100% de la representación de las Agencias de Viajes”. Reconocimiento por parte de la Administración Pública que, además, se suma a otros recientemente alcanzados por CEAV, al igual que en el Convenio Colectivo donde la Audiencia Nacional ha reconocido que CEAV es la única organización empresarial con representación tanto en la Comisión Negociadora como en la Paritaria incorporación a la Mesa Paritaria del Convenio.

De este modo, Ángel Juan Pascual, Vicepresidente de Área de Transporte por Carretera, será el presidente de la Sección de Agencias de Viajes en el Comité Nacional del Transporte por Carretera y, Mercedes Tejero, Gerente de CEAV será vicepresidenta de la Sección. Además, ambos ostentarán la representación del sector en el Consejo Nacional del Transporte Terrestre. Un aspecto importante porque, para Rafael Gallego, presidente de CEAV, *“la ausencia de FETAVE en la nueva composición del Comité Nacional del Transporte de Carretera, cuya acreditación de representatividad no ha quedado demostrada, por no cumplir con los requisitos solicitados, no sólo le deja fuera de este organismo sino, también del mencionado Consejo Nacional del Transporte Terrestre”.*



CEAV celebra en Madrid la V Edición de la Travel Night, el workshop de referencia de las empresas del sector

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha celebrado en el recién inaugurado Hotel VP Plaza España de Madrid la quinta edición de su Travel Night.

En el encuentro profesional de referencia entre las agencias de viajes y sus proveedores turísticos han participado 47 empresas turísticas líderes en sus diferentes sectores y más de 250 agentes de viajes entre los que se encontraban, entre otras

personalidades, Rafael Gallego, presidente de CEAV Carlos Garrido, presidente de UNAV y Pablo Parilla, presidente de FECLAV.

Así, "la Travel Night de CEAV se ha consolidado no sólo como el principal evento

del sector para establecer contactos profesionales de primer nivel sino también para favorecer y potenciar la profesionalización del sector mediante la creación de sinergias", explicó Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes. Además, "este año ha venido cargada de buenas noticias como la renovación del acuerdo de colaboración con la Oficina de Turismo Japonesa en Madrid (JNTO); el anuncio de la celebración de las Jornadas Técnicas de CEAV 2019 en Azores, y los resultados del programa Viajar Juntos realizado en colaboración con Purina", añadió Rafael Gallego.

A la quinta edición de este evento también se han querido sumar 44 empresas turísticas líderes en tecnología, y servicios, destinos, turoperadores, seguros, asistencia en viajes, transportes y cadenas hoteleras de primer nivel como: A Coruña, Air Canada, Airnostrum, Lufthansa, United Airlines, Albacete Turístico, Air



France, KLM, Amadeus, American Airlines, AON, APG Spain, A Tout France, Azores, Balearia, Baraka, Binter, Cinesa, Ciudades AVE, Expedia TAAP, Generator Hostels, Hahn Air, Iberia, Intermundial, Jamaica, Japón, León Capital Gastronómica, LOT, Luxotour, Maritim Hoteles, Musement, Norwegian, Peri Computer, Pipeline Software, Plaza Andorra Hotels,

Purina, Qatar Airways, Región de Murcia, Royal Air Maroc, Servi Vuelo, Summerwind, Sevilla Turismo, Travelport, TUI Spain, Visit Britain y Vueling, que tras una breve presentación participaron en un workshop profesional con los agentes de viajes con el fin de estrechar lazos y establecer relaciones comerciales.

Jornadas Técnicas CEAV en 2019: Islas Azores

Durante la celebración de la V Edición de la CEAV Travel Night, además se anunció la organización de las próximas Jornadas Técnicas, que organiza de forma anual, en las islas Azores, en concreto en la Ciudad de Angra do Heroísmo, en Isla Terceira. El encuentro es fruto de





Viajar Juntos es mejor - Purina

La Travel Night, también fue el momento de hacer balance de algunos de los últimos acciones puestas en marcha como el programa **Viajar Juntos es mejor**, realizado en colaboración con Purina. El primer sello turístico Pet Friendly de España ya ha conseguido la adhesión de más de un centenar de agencias de viajes entre las que se encuentran Destinia, Zafiro Tours o Viajes Martel. El objetivo es llegar a las 500 antes de fin de año. Para lograrlo CEAV y Purina, pusieron en marcha a principios de año el primer buscador de agencias Pet Friendly con el objetivo de ayudar a las familias a identificar aquellas que ofrezcan facilidades para viajar con sus animales de compañía. Por este motivo, el gato Félix de Purina también asistió al workshop de CEAV para animar a todos los agentes asistentes a adherirse al programa.

los contactos mantenidos con la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes (APAVT) que se ha materializado en una gran Alianza Ibérica para examinar de forma conjunta todos los temas de interés para el sector e impulsar la promoción turística entre España y Portugal en sus respectivos mercados con diferentes acciones. Por este motivo, Azores ha participado, por primera vez en el workshop de la Confederación Española de Agencias de Viajes, como destino turístico. Japón tampoco ha querido faltar este

año a su cita con las agencias de viajes. "El destino que mejor ha sabido despertar el interés del turista español y que más está creciendo en los últimos años", destacó Rafael Gallego. Además, el presidente de CEAV fue encargado de anunciar la renovación, por tercera vez, del acuerdo de promoción que mantiene con la Oficina de Turismo de Japón en Madrid (JNTO) y que próximamente se materializará en acciones concretas como nuevos Seminarios de Formación y otras actividades para las agencias de viajes.



compañías aéreas



tecnología y servicios



destinos



touropoperadores



cadena hotelera



naviera



TRAVEL NIGHT CEAV
MADRID
10 MAYO 2018





Sevilla Turismo y CEAV presentes en Bilbao para acercar a los agentes de viajes sus novedades

Fruto del acuerdo firmado entre las dos Entidades, el pasado 23 de mayo se organizó en Bilbao un seminario monográfico sobre la ciudad andaluza en el que participaron 60 agentes de viajes.

La sesión formativa tuvo como objetivo según Javier Torres, Director de Planificación Turística y promoción Nacional de Sevilla Turismo, “presentar a los agentes las novedades que Sevilla puede ofrecer”. Además, destacó “la importancia de realizar este tipo de jornadas educativas para incrementar la información sobre nuestro destino: qué hacer en Sevilla, qué está pasando en nuestra ciudad y cuál es su última oferta. Nos dimos cuenta que había mucha gente que conocía Sevilla pero que hacía tiempo que no la visitaba porque había una serie de novedades que desconocía. La idea es formar e informar a aquellos que de verdad están cerca del cliente”.

También se facilitaron datos interesantes como que SEVILLA cuenta con vuelos a 20 destinos nacionales y 47 internacionales y que tiene 23.000 plazas hoteleras. Así, la jornada organizada por CEAV contó con la participación de, entre otras personalidades, **Javier Torres**, Director de Planificación Turística y promoción Nacional de Sevilla Turismo; **Juanjo Domínguez**, Jefe de Promoción Nacional de Sevilla Turismo; y **Jesús Rojas**, Gerente del Palacio de Congresos de Sevilla (FIBES). Con esta formación, CEAV insiste en su



labor de profesionalizar a los agentes de viajes que acuden a las mismas para disponer de un valor añadido y contacto directo con las entidades. Además, la relación entre Sevilla Turismo y la Confederación Española de Agencias de Viajes se consolida con nuevas propuestas de colaboración para el próximo año 2019.

Bienal de Flamenco y Año Murillo 2018 Durante las presentaciones, los 60 agentes de viajes reunidos pudieron actualizar de primera mano toda la información disponible sobre el destino y descubrir todas

las novedades que la ciudad les tiene reservados. De entre ellas, se ha prestado una especial atención a las actividades programadas como motivo del **400 Aniversario del Nacimiento de Murillo** y a la **Bienal de Flamenco** que tendrá lugar en el mes de septiembre de este mismo año. Sevilla con todo este esfuerzo ha logrado el distintivo Lonely Planet de **Mejor Ciudad para visitar en 2018**, y su Plaza de España fue distinguida por TripAdvisor como el **Segundo Monumento Más Espectacular del Mundo**.

Sevilla con todo este esfuerzo ha logrado el distintivo Lonely Planet de **Mejor Ciudad para visitar en 2018**, y su Plaza de España fue distinguida por TripAdvisor como el **Segundo Monumento Más Espectacular del Mundo**.



CEAV presenta en Santander los atractivos del Corazón de Europa

El pasado 10 de abril, en la sede de la Real Sociedad de Tenis de La Magdalena en Santander, tuvo lugar la presentación conjunta y bajo la iniciativa de CEAV de las Oficinas de Turismo de Alemania, la República Checa y Polonia y con la participación de la compañía LOT, las líneas aérea polacas, de los atractivos turísticos de estos destinos ideales para los amantes de las tradiciones, la buena vida y las nuevas experiencias. El acto, al que asistieron casi 60 agencias de viajes, contó con la presencia del Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria, Eduardo García y del Pre-sidente de CEAV, Rafael Gallego. A las presentaciones propiamente profesionales y formativas de estos magníficos lugares le siguió un Lunch & Learning que sirvió para cambiar impresiones entre todos los asistentes de los múltiples atractivos turísticos del Corazón de Europa.



Seminarios en Barcelona y Palma de Mallorca sobre el destino Dresden

La Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) ha organizado, conjuntamente con CEAV, dos seminarios celebrados el 14 de marzo en Barcelona (Hotel Casa Mimosa) y el 15 de marzo en Palma de Mallorca (Restaurante Taronja Negre-Club de Mar) con el fin de dar a conocer a los agentes de viajes asistentes los atractivos de Dresden Elbland. En ambos eventos participaron Mercedes Orejas, Marketing Manager de la Oficina Nacional Alemana de Turismo; Christoph Münch, Market Research and Tourism Marketing Dresden; y Pedro Morales, Key Account Manager Alemania, que explicaron los atractivos turísticos de la

ciudad. Entre los asistentes se sortearon sendas estancias en Dresden junto con la compañía aérea Germania. Entre las dos ciudades, asistieron a los seminarios, 60 agentes de viajes.

Germania anuncia ruta directa desde Barcelona a Dresden

Para la temporada de verano de 2018, la aerolínea alemana Germania operará vuelos directos entre Barcelona y Dresden (DRS), ciudad señorial e histórica, capital de la antigua Sajonia.

Situada al nordeste de Alemania, a menos de dos horas por carretera de otras ciudades históricas como Berlín, Praga,

Leipzig o Érfurt, hace de Dresden un destino ideal tanto para una escapada de fin de semana, como para un viaje combinado por Europa Central.

Los vuelos operarán desde el 01 de Mayo de 2018 hasta el 30 de Octubre de 2018. Tres frecuencias semanales serán ofrecidas para acercar a los viajeros españoles a esta bellísima ciudad alemana todos los martes, viernes y domingos. Germania incluye bebidas y *snacks* ó comida caliente en función de la duración del vuelo que se sirven gratuitamente. Además incluye la facturación de hasta 20 kilogramos por pasajero gratuitamente sin límite de bultos.



Pedro Morales, de Germania, Christoph Münch, de Dresden, y Mercedes Orejas de ONAT, entregando el premio al ganador: Gerard Espada de Travelland en Barcelona.



Seminarios CEAV Japón 2018

Tras la firma del segundo acuerdo entre la Oficina de Turismo de Japón en Madrid y CEAV en este año 2018 se han llevado a cabo diversas formaciones durante los meses de febrero y marzo en MADRID, BILBAO y PALMA DE MALLORCA. Así como la formación en VALENCIA en el marco del FLY VALENCIA. En total se han reunido a casi 200 agentes de viajes durante la celebración de estos seminarios, descubriendo lo mejor de Japón, su mejor oferta para viajes de novios y viajes privilege, junto con las principales compañías aéreas que operan

el destino como son IBERIA-JAL-ANA-AIR FRANCE-CATAY PACIFIC-EMIRATES; y con receptivos y turoperadores como CATAI, MIKY TRAVEL, JTB, IBERO JAPAN. Han sido celebradas en singulares emplazamientos con gran éxito de asistencia. JAPON se ha convertido en un destino *top* entre los clientes y los agentes de viajes que acuden con interés a estas presentaciones. CEAV se congratula de que la Oficina de Turismo de Japón haya confiado una vez más en la Confederación y se haya fir-



mado el tercer acuerdo el pasado mes de abril que arranca el nuevo año de acciones desde mayo del 2018 a marzo del 2019. Este acuerdo significará la realización de nuevas presentaciones en ciudades como A Coruña y otros lugares de la geografía donde Japón, de la mano de CEAV, presentará su nueva campaña ENJOY JAPAN.

MADRID	15 FEBRERO	ESPECIAL VIAJES DE NOVIOS EN EL HOTEL HYATT REGENCY A LAS 13.30 HORAS
BILBAO	20 FEBRERO	DESCUBRE JAPON EN EL HOTEL GRAN DOMINE A LAS 13.30 HORAS
PALMA DE MALLORCA	21 FEBRERO	DESCUBRE JAPON EN EL HOTEL COSTA AZUL A LAS 13.30 HORAS
VALENCIA	08 MARZO	DESCUBRE JAPON EN EL PALACIO DE CONGRESOS DE VLC: 18.00 h FLY MEETING VLC
MADRID	15 MARZO	DESCUBRE JAPON PREMIUM TRAVEL EN EL HOTEL HYATT CENTRIC A LAS 13.30 HORAS



Eva Blasco nueva Presidenta del Consejo Provincial de València

La Consejera Delegada de Europa Travel, Vicepresidenta para Relaciones Internacionales de la Confederación Española de Agencias de Viajes y Presidenta de la Asociación de Empresarias (EVAP), Eva Blasco García, ha sido elegida como Presidenta del Consejo Provincial de València, de la Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana (CEV). Desde el pasado 22 de marzo que tuvo lugar la Asamblea Electoral de la CEV, se ha iniciado el camino para aumentar la presencia de mujeres en el resto de órganos de gobierno de la patronal.



Viaje de prospección a Sri Lanka

El pasado 20 de febrero, y a través de la invitación del Ministerio de Turismo de SRI LANKA, Mercedes Tejero, Gerente de CEAV y Ana Romero, Consejera y Asesora de Congresos se desplazaron por unos días a este maravilloso país,

con el objetivo de ultimar los preparativos como sede del próximo Viaje Profesional de la Confederación. Durante el mismo mantuvieron reuniones con varios de los mejores hoteles de Colombo y otras localidades, con el Centro

de Convenciones de Colombo, Convention Bureau de Sri Lanka y con el Ministro de Turismo de Sri Lanka, y se realizaron múltiples visitas de inspección a hoteles. Como fruto de estas múltiples reuniones, el Consejo Directivo de CEAV ha designado a Sri Lanka como destino del viaje profesional, a la Agencia de Viajes POLI TOURS como organizadora del mismo, tras su correspondiente selección de propuestas y a la Compañía Aérea Qatar como Transportista Oficial del mismo. El Viaje Profesional de CEAV se realizará del 28 de noviembre al 9 de diciembre de 2018 y habrá un único itinerario que permitirá a las Agencias de Viajes conocer lugares como Colombo, Sigiriya, Anaradhapura, Dambulla, Kandy, Nuwara Eliya, el Parque Nacional de Yala y Galle.



David Vidal, nombrado Director Comercial de Amadeus

David Vidal, hasta ahora *Head of Sales Management* de Amadeus España, es el nuevo responsable de la Dirección Comercial de la compañía, en sustitución de Francisco Casillas, que abandona la empresa para emprender nuevos retos profesionales. Vidal, que se incorporó a Amadeus en el año 2007, goza de una notable experiencia en el sector y un profundo conocimiento de los clientes, adquirido durante una década en la que, primero como *Key Account Manager Large Accounts*, y más tarde como *Head of Sales Management*, ha participado en la firma y renovación de importantes acuerdos estratégicos con agencias de viaje, asociaciones y grupos de compra y gestión.

David ha liderado además durante estos años el equipo de delegados comerciales de Amadeus en Andalucía, Levante, zona Norte, zona Centro, Canarias, Cataluña, Baleares y Andorra, y bajo su responsabilidad el área IT de Amadeus para agencias ha experimentado un notable crecimiento.

En su nuevo puesto, asumirá la gestión comercial de las grandes cadenas de agencias de viaje, agencias pyme, grupos de compra y gestión, consolidadores y turoperadores con los que trabaja la filial española de Amadeus.

Antes de su incorporación a Amadeus, hace 11 años, David trabajó como comercial de grandes cuentas en Air Europa y



en Viva Tours. Es licenciado en Gestión y Administración de Empresas por la Universidad Complutense y cuenta con un Máster en Dirección de Marketing y Dirección Comercial por ESIC, además de haber participado en el Executive Management Program y en el Programa Superior de Dirección de Empresas Turísticas del Instituto de Empresa.

Sergio Manrique nombrado responsable de las relaciones entre Iberia/British Airways y las Asociaciones y los Grupos de Gestión tras la prejubilación del querido Carlos Martín



Sergio Manrique

Ejerciendo las tareas en la Gerencia de Agencias de Viajes dentro de la Dirección de Ventas España, liderada por Víctor Moneo, Sergio Manrique había desempeñado anteriormente funciones como Gestor de Cuentas locales, tanto Agencias como Empresas, en la Delegación Centro-Norte.

Antes de formar parte de Iberia LAE, trabajó para NH Hotels en la Dirección Comercial, como *Airline Executive Account* para los mercados España, Andorra, Portugal y previamente, para Qatar Airways en Doha como *FOH Manager* en el área de Premium Passengers. Sergio Manrique, es técnico superior en infor-

mación y comercialización turística por el Hotel Escuela de Madrid y Graduado en Bilingüal Tourism por la URJC.

El sector turístico, y especial la Agencias de Viajes y CEAV, quiere reconocer y reconoce el exquisito trato, rigor y la profesionalidad de Carlos Martín que tras 20 años en Aviaco y 19 en Iberia ha decidido prejubilarse. Carlos, diplomado en Ciencias Empresariales fue Jefe de Unidad de TTOO y vuelos especiales de Aviaco, coordinador del equipo de ventas de España de Iberia, *Key Account Manager-Trade Sales* de Iberia operadora, y finalmente Gestor de Grupos Comerciales y Asociaciones y Coordinador del Equipo de Gestores de Grandes Cuentas. Toda una vida al servicio de la aviación y de las buenas relaciones con las agencias de viajes.



Carlos Martín



Gran Canaria presenta lugares mágicos en el proyecto multimedia y audiovisual 'Isla de cuento'

La pieza cinematográfica y la campaña asociada han sido presentadas en Madrid a turoperadores, agentes de viaje, aerolíneas, medios especializados, bloggers e influenciadores digitales

Un peculiar cuentacuentos es el protagonista de la pieza cinematográfica, de casi cuatro minutos de duración, con la que el Cabildo de Gran Canaria reforzará la imagen del destino en el mercado nacional, a través de un proyecto multimedia y audiovisual denominado 'Isla de cuento', en el que se mostrará la cara menos conocida de la geografía isleña a partir de un guión original elaborado con comentarios realizados por turistas en los portales digitales TripAdvisor y Minube.

Gran Canaria ofrece a sus visitantes unos paisajes de ensueño y escenarios fabulosos que pasan desapercibidos para muchas de las personas que visitan la Isla. Por este motivo, el Patronato de Turismo ha creado una campaña promocional que trata de despertar la curiosidad de potenciales turistas que busquen un lugar idílico en el que pasar sus vacaciones y generar la irresistible necesidad de regresar a los viajeros que ya han visitado la Isla y no han podido descubrir los lugares mágicos que se muestran en 'Isla de cuento', destacó la consejera de Turismo del Cabildo de Gran Canaria, Inés Jiménez. La presentación de la campaña se realizó en Madrid, en la sede de 'Pangea, The Travel Store', y reunió a representantes de los principales turoperadores, agentes de viaje, compañías aéreas y medios de comunicación especializados del mercado nacional, así como algunos de los bloggers e influenciadores más destacados del panorama digital en España. El gerente del Patronato de Turismo de

Gran Canaria, Pablo Llinares, elaboró una detallada presentación del proyecto a los asistentes antes de proyectar el estreno de esta pieza de 3 minutos y 40 segundos elaborada por la Agencia Mr Humboldt, mientras que la producción ha corrido a cargo de Wonder People. Por su parte, Hugo Herrera ha sido el director del proyecto, que ha contado con la voz en off de Camilo García y Máximo Gallego en el papel del cuentacuentos. Además de una pieza cinematográfica de enorme potencial promocional para Gran Canaria, la cinta permitirá mostrar a los propios grancanarios una imagen de la Isla desde una perspectiva nunca antes vista y disfrutar de lugares asombrosos utilizando técnicas audiovisuales vanguardistas, que conseguirán despertar un sentimiento de orgullo entre los propios canarios y evocarán la necesidad de visitar el destino a todos los espectadores foráneos, añadió Jiménez.

'Gran Canaria, Isla de cuento' narra la historia de unos personajes fantásticos, inquietos y curiosos, los cuentacuentos, que en esta trama representan a los propios turistas, cuya única misión consiste en descubrir lugares maravillosos y contar su experiencia al resto de habitantes del planeta.

'Isla de Cuento' muestra una Isla misteriosa, salvaje y virgen, en la que aún quedan muchas cosas por descubrir. Cada plano de esta película forma parte de un cuidado tapiz, tejido a mano, en el que se mezclan la naturaleza volcánica de los

barrancos, la bravura del océano y el silencio de los bosques de pino canario, con el calor de la piedra del Roque Nublo y la soledad de las dunas de arena rubia, dando forma a un proyecto inspirado en un modelo de turismo sostenible, que prioriza la calidad y la originalidad.

La campaña está asociada a un espacio exclusivo en www.isladecuento.com, que aglutinará todo el contenido generado y aportará información útil para el viajero, además de permitir la interactividad y mejorar el posicionamiento de la marca. La experiencia del internauta se completará con los sugerentes dibujos que aparecen en la ficción y que tras inspirar al cuentacuentos en la ficción, se han hecho realidad de la mano de María Bombassat, que ha creado un precioso libro cargado de colores y paisajes que se muestran durante el cortometraje.

El tráiler de 20 segundos que servirá de cebo a los telespectadores para que visiten el espacio *on-line* y disfruten de la experiencia completa tendrá presencia en televisión, diversos soportes digitales y tendrá cabida también en los inicios del servicio 'Video On Demand' (VOD) de Movistar + y #0.

La campaña la completan una serie de concursos que se vincularán tanto en la web específica como en redes sociales y que animarán a los turistas a compartir las experiencias vividas en Gran Canaria a través de Facebook, Twitter o Instagram, y optar a formar parte del próximo guión de 'Isla de cuento'.

Etihad Airways lanza una nueva ruta Barcelona-Abu Dhabi

Etihad Airways, la compañía nacional de los Emiratos Árabes Unidos, ha anunciado el lanzamiento de una nueva ruta que conectará Barcelona con Abu Dhabi, a partir del próximo 21 de noviembre. En un principio, la frecuencia será de 5 vuelos por semana (lunes, miércoles, viernes, sábado y domingo) y estarán operados por un Airbus A330-200, que dispone de asientos en clase Business y Economy. A partir del 31 de marzo de 2019, la periodicidad será diaria, con un total de 7 vuelos.

Gracias a esta nueva conexión, Barcelona se convertirá en la segunda ciudad de España en la que Etihad Airways tiene presencia, complementando el servicio diario existente entre Madrid y Abu Dhabi. El nuevo enlace ofrecerá a los viajeros de negocios y de placer nuevas oportunidades y horarios para viajar a la capital de los Emiratos; al mismo tiempo que proporcionará conexiones continuas a través de su hub en Abu Dhabi a las principales ciudades del subcontinente indio, el sudeste de Asia, China, Japón, Corea y Australia.

Peter Baumgartner, consejero delegado de Etihad Airways, ha comentado: "En la actualidad, Barcelona, un centro de cultura, comercio, turismo, educación, moda y ciencia, ha experimentado un aumento significativo en la demanda de viajes del emirato, y de toda nuestra red de conexiones. Y por este motivo, estamos encantados de anunciar el primer enlace directo entre estos dos importantes centros mundiales. Confiamos en que se convierta en una ruta muy popular entre los Emiratos y Barcelona, permitiéndonos extender nuestro aclamado servicio a bordo, hospitalidad y estilo a

esta bella ciudad mediterránea, y aprovechar los existentes lazos culturales y comerciales que existen entre ambas regiones."

Además de sus existentes atractivos culturales, turísticos y gastronómicos que convierten a Barcelona en un destino turístico de primer nivel, el comercio entre los EAU y Cataluña ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, basado en los sectores de la alimentación, productos químicos, vehículos de motor, energía y productos farmacéuticos, como principales áreas industriales. Por otro lado, recientemente Barcelona ha sido clasificada por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) como la ciudad que acogió el mayor número de reuniones de asociaciones internacionales en 2017, superando a París, Berlín y Viena y obteniendo este puesto por primera vez desde 2004. Con el fin de beneficiarse de este flujo tan importante de visitantes, Etihad Airways podrá satisfacer la demanda de pasajeros que genera el Mobile World Congress, y que se llevará a cabo del 25 al 28 de febrero de 2019.

De igual forma, el lanzamiento de la nueva ruta Barcelona-Abu Dhabi coincidirá con el inicio del Gran Premio de Fórmula 1 Etihad Airways Abu Dhabi 2018, el evento deportivo más grande de Medio Oriente, que se realizará del 23 al 25 de noviembre en el circuito Yas Marina de la capital emiratí.

Otro punto en común entre ambas ciudades es que Barcelona es uno de los puertos de cruceros más concurridos del mundo y un importante mercado emisor de tráfico de cruceros para Etihad Airways, al mismo tiempo que Abu Dhabi también

se ha convertido en uno de los principales destinos de cruceros en la región del Golfo Árabe, con más de 329.105 turistas que visitaron la ciudad durante la temporada 2017. El nuevo servicio directo entre las dos ciudades asegurará que Abu Dhabi siga siendo un jugador líder. En la actualidad, Etihad Airways opera un código compartido con Air Europa (UX), en los servicios programados de la aerolínea española desde Madrid a Barcelona y otras 18 ciudades europeas. Los horarios de vuelo de la nueva ruta serán: salidas de Barcelona a las 9.50 horas, llegando a Abu Dhabi a las 20.00, mientras que las salidas de Abu Dhabi, serán a las 2.20 y la llegadas a Barcelona a las 6.45 horas.

Con sede en Abu Dhabi, EtihadAviationGroup (EAG) es un grupo diversificado de aviación y viajes con un modelo de negocios impulsado por la asociación y un enfoque innovador para el crecimiento. EtihadAviationGroup comprende cinco divisiones comerciales: Etihad Airways, la aerolínea nacional de los Emiratos Árabes Unidos; Etihad Airways Engineering; EtihadAirport Services; Hala Group y AirlineEquityPartners.

Desde su base en Abu Dhabi, Etihad Airways vuela a 100 destinos internacionales de pasajeros y carga con su flota de 115 aviones Airbus y Boeing. En 2017 transportó a 18,6 millones de pasajeros.

الإتجاه
ETIHAD
AIRWAYS



Beneficios de una agencia de viajes Pet Friendly

Es una realidad que el número de personas que viajan con sus animales de compañía durante las vacaciones crece cada vez más. Actualmente en España el 43% de las familias conviven con animales, pero el 13% de ellas asegura que no se va de vacaciones por no tener con quién dejarlos o no poder viajar con ellos. Además, sólo el 40% de los propietarios viajan o pasan las vacaciones con sus mascotas, y la mitad de este porcentaje elige hacer unas vacaciones más cortas por no estar sin ellas durante tanto tiempo. Por este motivo, desde los últimos cinco años los alojamientos turísticos que admiten mascotas han crecido un 8%, y cada vez son más las agencias de viajes que ofrecen paquetes vacacionales aptos para mascotas. Incluso las agencias especializadas Pet Friendly están proliferando.

Apoyo a las agencias Pet Friendly

En la pasada edición de FITUR, CEAV y PURINA presentaron el mayor buscador web de agencias de viajes Pet Friendly de España, integrado dentro del programa **Viajar Juntos es Mejor**. La nueva página, que tiene registradas más de un centenar de agencias *on* y *offline* de varios puntos de España, permite a los usuarios localizar su oficina Pet Friendly más cercana introduciendo su código postal, provincia o comunidad autónoma de residencia.

El equipo de PURINA y **Viajar juntos es Mejor** estuvo, a principios del pasado mes de mayo, en la **V Travel Night de Madrid**. En esta edición organizada por CEAV, participaron más de 250 agentes de viajes y 47 empresas



de referencia del sector turístico. El encuentro fue una excelente ocasión para dar a conocer este proyecto entre las entidades presentes y conseguir más adhesiones a la campaña y al buscador, cuyo objetivo es alcanzar la cifra de 500 agencias integradas antes de diciembre de 2018.

Viajar Juntos es Mejor pretende ser un referente nacional en todo lo relacionado a la organización de viajes,



pues muchas familias quieren estar con sus mascotas durante las vacaciones y no saben cómo. Las agencias pueden ser de gran ayuda en este sentido, orientándoles y ayudándoles en todo lo relacionado con el transporte, alojamiento y actividades Pet Friendly.

Sin duda, es una gran oportunidad de negocio para las agencias, porque cada vez hay más mascotas en los hogares españoles y sus familias son y serán consumidores fieles y asiduos. Además, al formar parte de esta iniciativa estarán contribuyendo a la reducción del abandono de animales durante la época de vacaciones y a fomentar la tenencia responsable de animales. ¿Se necesitan más razones para formar parte del programa **Viajar Juntos es Mejor** y solicitar gratuitamente el sello”?

Datos a nivel europeo

Según un estudio encargado por la plataforma Home-Away, los dueños más “comprometidos” con sus mascotas se encuentran en España y Portugal. Casi dos tercios de los portugueses consideran a sus animales domésticos parte de la familia, seguidos muy de cerca de los españoles (56%). Curiosamente, en el otro extremo se sitúa el Reino Unido: a pesar de ser considerada como una nación “amante de las mascotas”, solo un 21% de los británicos sienten que sus perros y gatos son parte de la familia. Además, el mismo estudio señala el 32% de los propietarios españoles afirma que su elección de destino vacacional se basa en que puedan llevarse o no a sus mascotas. De nuevo, esto no es un

condicionante para los británicos, ya que sólo el 13% comparte este argumento.

El principal motivo para llevarse a las mascotas de vacaciones en Europa es el gran sentimiento de culpabilidad de dejarles solos, especialmente entre los dueños de perros; pues solo el 17% de los europeos encuestados consideran que no pueden disfrutar sin su perro o gato al lado, destacando entre ellos a los españoles y portugueses (31%).

CÓMO ADHERIRSE AL SELLO Y ESTAR PRESENTE EN EL BUSCADOR

Las agencias de viajes interesadas en adherirse al sello turístico **Viajar Juntos es Mejor** deben contactar con Purina, por teléfono al **902.10.20.19** de 9 a 19 horas de lunes a viernes o bien enviar un correo electrónico a: **info@info.purina.es**. Una vez facilitada la información sobre la agencia (nombre, dirección y qué tipo de servicios Pet Friendly ofrece), y tras comprobar que dispone de un paquete de servicios aptos para mascotas, ésta recibirá el adhesivo identificativo de agencia Pet Friendly de forma gratuita.

Para finalizar el proceso, deberá enviar una foto a la misma dirección de correo electrónico, en la que aparezca el sello de forma visible en sus escaparates o mostradores, así como los datos de contacto de la agencia. A continuación, estos datos serán incorporados en la página web de Purina **www.purina.es** y, de esta forma tan sencilla y sin coste alguno, la agencia aparecerá en el buscador de agencias Pet Friendly de Purina, cuya página web recibe casi medio millón de visitas al año.





ceav Distintivos Turísticos 2018

MATILDE TORRES - VICENTE BLASCO

Un año más CEAV se satisface en anunciar el acto de entrega de **Distintivos Turísticos MATILDE TORRES-VICENTE BLASCO** que se celebrará el próximo 20 de septiembre en el Hotel Gran Melià Palacio de los Duques en Madrid. Una velada que aunará, como cada año, diferentes personalidades del sector turístico

en el ámbito público y privado y para el que contaremos 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...

En esta edición, el elegido para recibir

el **Distintivo Matilde Torres** es D. Jesús Martínez Millán, premio que va dirigido a personalidades sobresalientes en el mundo turístico, y el **Distintivo Vicente Blasco** es para AMADEUS España, reconocimiento dirigido a empresas e instituciones del sector turístico.

MÁS INFORMACIÓN: ceav@ceav.info



Jesús Martínez Millán

JESUS MARTINEZ MILLAN

Nacido en Madrid en 1944. Empresario turístico. Presidente durante casi 20 años de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV) desde 1990 hasta 2009. Presidente de CAAVE y de CEAVYT. Técnico en Empresas y Actividades Turísticas. Fue miembro fundador y ex-presidente de ANPTET (Asociación Nacional Profesional de Técnicos y Directores de Empresas Turísticas), miembro fundador y Presidente de UNAV (Unión Nacional de Agencias

de Viajes). Ha sido presidente de Viajes Zeppelin (desde 1981), empresa de su propiedad que vendió en 2011, y Presidente de Inroswest (empresa mixta hispano-rusa para el intercambio turístico); vicepresidente del INCAVE (Instituto para la Calidad de las Agencias de Viajes Españolas); administrador general de Inversiones y Restauración; Consejero de Servicios y Desarrollos Turísticos S.A. y Vicepresidente de la Comisión de Turismo de la CEOE.



Fernando Cuesta,
Director General de Amadeus España.

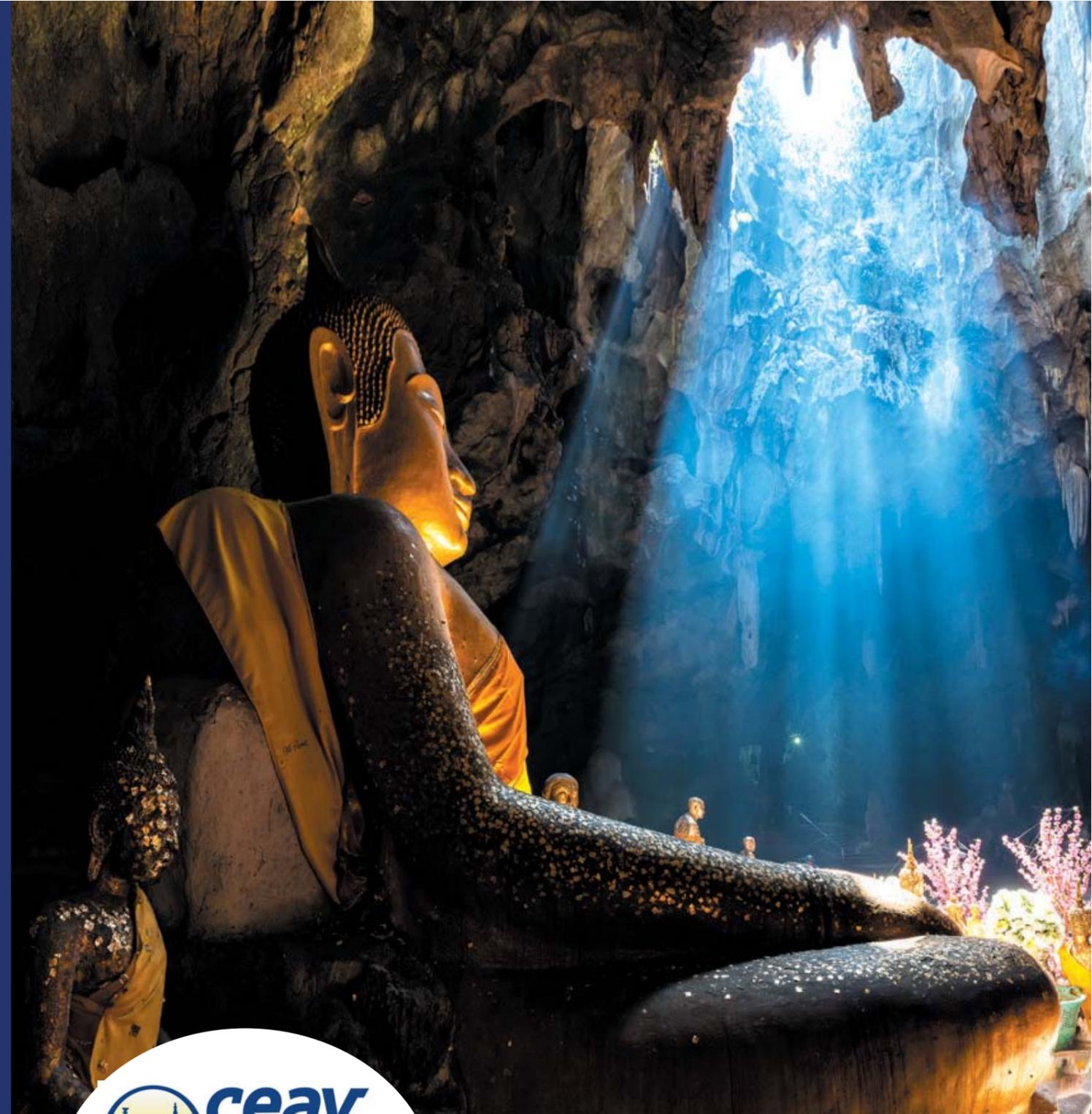
AMADEUS España es la filial de Amadeus IT Group en nuestro país, compañía líder en tecnología aplicada al sector de los viajes, responsable de la gestión en el mercado mundial del sistema de reser-

vas más empleado en el mundo. El Grupo Amadeus tiene presencia en 190 mercados y cuenta con 15.000 empleados en todo el mundo.

La sede nacional comercializa y adapta al ámbito español tanto la tecnología de distribución como sus productos relacionados, que incluye un catálogo de más de 60 soluciones tecnológicas diferentes. En la actualidad, Amadeus da servicio en España a más de 20.000 agentes de viaje, que desempeñan su labor tanto en agencias de viaje de calle como en agencias *online*. Cuenta en estos momentos con una de las redes propias de atención al cliente más amplias del mercado, integrada por más de 70 profesionales, que cada año atienden cerca de 200.000

solicitudes de información. Durante más de dos décadas, Amadeus España ha sido considerado el GDS más completo de España por los Premios Travelranking, que otorgan las agencias de viaje.

Amadeus ofrece a las agencias de viaje el contenido de más de 770 aerolíneas (incluyendo 110 líneas híbridas y de bajo coste), 43 compañías de alquiler de coches (con un total de más de 36.000 oficinas), 53 líneas de cruceros, un inventario de más de 650.000 establecimientos hoteleros, 233 touroperadores, 90 operadores ferroviarios y 29 grupos aseguradores con una amplia gama de filiales nacionales. Amadeus es además socio tecnológico de 128 aerolíneas a las que aporta tecnología de gestión de embarque e inventario.



La belleza natural de la República de Sri Lanka salta a la vista en sus bosques tropicales, sus playas y en toda la extensión de su paisaje; a la belleza natural, se suma un rico patrimonio cultural que hacen que sea un destino de primer orden, pero el mayor valor del país lo constituye sus gentes, siempre serviciales, amables, diligentes y con ganas de agradar. Visitaremos COLOMBO, SIGIRIYA, ANARADHPURA, DAMBULLA, KANDY, NUWARA ELIYA, P.N.YALA y GALLE.



Gran Canaria, Isla de Cuento

*Bienvenido a este cuento de mágicas
formas y colores que atrapan a
cuantos lo visitan*



www.grancanariaisladecuento.com



5 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. Te contamos los motivos por los que estás a punto de sufrir un flechazo.



1 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 para todos los gustos, desde las extensas alfombras de arena rubia del sur a los parajes íntimos que salpican el norte de la Isla.



2 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 estar entre los pocos lugares 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.



3 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.

4 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.



5 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.



[f mygrancanaria](#)
[t turismogc](#)
[i visitgrancanaria](#)

www.grancanaria.com | www.grancanaria.com/blog



La **dimensión** importa mucho - Ser más **competitivos** - **Crece**r para poder competir y dar servicios - Retos de futuro - Pensamiento **estratégico** - **Juntos somos más fuertes** - Seguimos **trabajando** para ti

Martín Sarrate

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

Es muy importante seguir trabajando para el asociado, con proyectos de innovación, de reafirmación en el sector y de crecimiento asociativo.

Tenemos que ser conscientes de los cambios permanentes a los que está sujeto nuestro sector, por ello, es fundamental trabajar para la continua adaptación de las agencias de viajes, organizando foros de debate, jornadas, formaciones y presentaciones que permitan dar respuesta a las nuevas demandas y necesidades...

Es básico que creemos un espacio abierto y participativo que promueva el *networking* y sinergias entre nuestros asociados, ya que son el principal motor de crecimiento del asociacionismo.

Servicio y profesionalidad, defensa de los intereses y de la imagen de las agencias de viajes, la representatividad a nivel nacional y europeo, el crecimiento sostenible y una buena estabilidad y gestión económica deben ser nuestras prioridades y principales objetivos y por todos ellos seguiremos trabajando para el sector.

La clave para la supervivencia del universo de las agencias de viajes, que son principalmente micro pymes y pymes, es ganar dimensión para ser menos vulnerables ante los cíclicos vaivenes de la economía, ya que la productividad laboral y la rentabilidad aumentan con el tamaño.

Los factores de éxito en nuestro sector y debido al tamaño de nuestras empresas, para ser rentables y eficientes son:

- Encontrar un nicho de mercado en su especialización
- Integración con otras empresas para la obtención de sinergias
- Adaptarse a la innovación de las nuevas tecnologías

Tenemos muchos desafíos motivantes, y en consecuencia marcamos retos ambiciosos pero que

sean alcanzables y realistas, y se deben de basar en:

- Captar y retener el talento de nuestras empresas
- Mejorar la eficiencia de nuestros procesos
- Obtener los recursos necesarios
- Continuar una estrategia de crecimiento

Las microempresas existentes en nuestro sistema tienen muchas virtudes como son: flexibilidad-adaptación y rapidez en el tiempo de respuesta a los retos planteados, pero muy importante es que se deben adaptar a todas las innovaciones tecnológicas para obtener una buena productividad.

Tras el pasado período de recesión económica nuestras empresas deben de ser más fuertes, más competitivas y resistentes a las nuevas crisis, por lo que debemos de ganar en nuestra dimensión.

Nuestra profesionalización siempre debe de ser mejorable y debemos de formarnos activa y continuamente.

Tenemos muchas fortalezas en nuestras empresas, pero lo importante es que corrijamos nuestras debilidades y que debemos enfrentarnos a nuevos retos que no comprometan a nuestra nueva evolución positiva.

La innovación tecnológica es uno de los principales retos y puede pasar de amenaza a oportunidad si lo implementamos acorde a nuestras necesidades empresariales.

Una estructura empresarial que solo puede sobrevivir con contratos temporales y salarios muy bajos es solo un indicativo de una economía de supervivencia. Hay que generar beneficios estables y sobre todo hay que estar preparados a los cambios de la economía y de nuestro sector.

El día a día de las pequeñas empresas, se centra en dar respuesta a necesidades operativas y se deja al emprendedor poco espacio para que pueda pensar

en su liderazgo y en la elaboración de planes a futuro, hay que pensar en implementar pensamientos de niveles estratégicos y nuestra asociación debe de servir para apoyarlas en todos estos procesos.

La gestión económica y empresarial, nos ayudan a implementar nuevos proyectos en beneficio de nuestros asociados y disponer de un buen equipo profesional, es la gran base del éxito de la prestación de todos los servicios creando un valor añadido diferencial.

Nuestro gran éxito es trabajar en equipo con total dedicación empresarial y profesional para lograr una buena reputación de nuestra marca, aplicando siempre un código ético que de cara a los consumidores es un efecto diferenciador y de garantía de servicio de todos nuestros asociados.

Vamos a continuar con nuestro abanico de ambiciosos proyectos, con nuestro plan estratégico de marketing para potenciar nuestra marca y por áreas especializadas, incrementar nuestra pro-actividad con nuestros asociados y trabajaremos intensamente en la unidad del sector...

El impulso de nuestro modelo aspira a ser una referencia del asociacionismo en el sector en esta nueva etapa y en este año 2018 celebraremos el 40 aniversario con un acto en la noche del socio en homenaje a nuestros asociados y a su larga trayectoria asociativa.

Y me gustaría terminar con una cita de Henri Ford: **“Llegar juntos es el principio, mantenerse juntos es el progreso y trabajar juntos es el éxito”**.

MIEMBROS ADHERIDOS CEAV



La suma de los esfuerzos individuales es el resultado del éxito colectivo, la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) 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 especiales en 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.



Viñedo de champagne ©www.mkb.photos-Coll. ADT Marne

La Champagne, una experiencia única

La Champagne es un conjunto de paisajes e historia, donde la naturaleza ha labrado su camino para ofrecer grandes maravillas y el famoso oro líquido, el champagne. Conoce más razones para descubrir esta región repleta de encanto.

1. Fácil accesibilidad

Con una situación privilegiada, las tres principales ciudades, Reims, Epernay y Châlons-en-Champagne, son de fácil acceso tanto en coche, como en tren o en avión. Reims es la puerta de acceso, a 1h30 en coche de París y de los aeropuertos de París Charles de Gaulle y París Orly. En tren, tan solo 45 minutos en TGV de París a Reims centro. También está la estación Champagne-Ardenne TGV, a 10 minutos de Reims. Y en avión, Reims se encuentra a 30 minutos en TGV del aeropuerto de París Charles de Gaulle. Sea un transporte u otro, esta región es ideal para descubrir todos sus secretos.

2. Historia y UNESCO

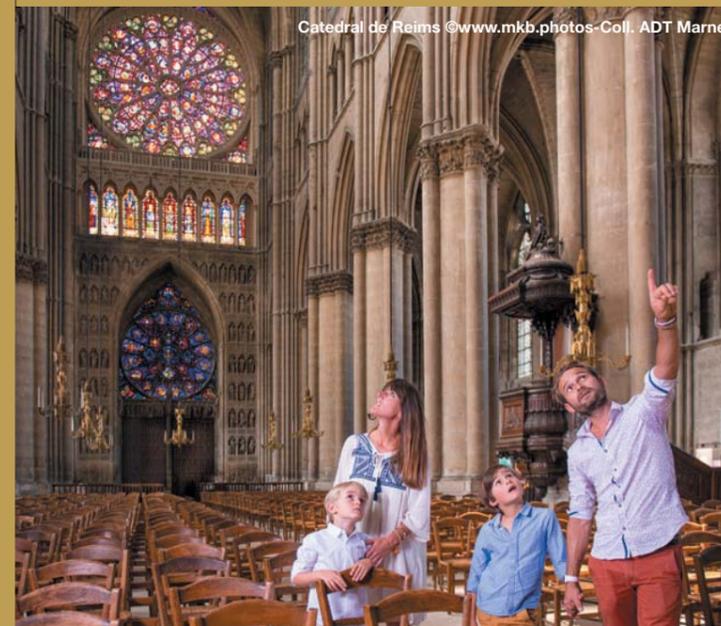
La Champagne tiene un gran vínculo con reyes, poetas y escritores. De hecho, una treintena de reyes fueron coronados en Reims, como Carlos VII. Y Dom Pérignon, Víctor Hugo o Nicole Clicquot Ponsardin (gran protagonista en la producción del champagne) son algunos de los personajes ilustres que nacieron o vivieron allí. Pero esto no es todo, ya que también hay un total de 6 monumentos históricos declarados Patrimonio Mundial de la UNESCO, además de los increíbles paisajes de Viñedos, casas y bodegas de Champagne, inscritos en la UNESCO desde el 2015 en la categoría "paisajes culturales".

3. El Champagne

Esta región está asociada a las grandes Maisons de Champagne que son las sedes de los principales champagnes de renombre internacional como Moët et Chandon, Veuve Clicquot o Taittinger. Pero más allá de estas grandes maisons, también existen los productores familiares como Michel Gonet que elaboran sus vinos a partir de las uvas que obtienen de sus propios viñedos, encargándose de todo el proceso, desde el cultivo hasta la distribución. Vivir la experiencia en una pequeña bodega no tiene precio, ya que la hospitalidad de estos productores familiares es tal que hacen que cualquiera se sienta como en casa.

4. Gastronomía: Food Lovers

La gastronomía francesa está considerada como una de las más importantes del mundo, por eso, no es de extrañar que este territorio cuente ya con 8 restaurantes con Estrellas Michelin: en Reims se encuentran L'Assiette Champenoise 3*, Restaurante Le Parc del Hotel Les Crayères 2*, Le Foch 1*, Racine 1* y Le Millénaire 1*; en Epernay, el Hotel-Restaurante Les Berceaux 1*; en Villers Alleraud, Le Grand Cerf 1*, y en Châlons-en-Champagne, el reciente galardonado Restaurante Hôtel d'Angleterre 1*. Bon appetit!



Catedral de Reims ©www.mkb.photos-Coll. ADT Marne

«La Champagne es un destino único y burbujeante con un sinfín de atractivos culturales, gastronómicos y naturales para todos los públicos»

5. Naturaleza y turismo activo

Para los amantes de la naturaleza, este es su paraíso. Una buena idea es descubrir la riqueza de La Champagne a pie o en bicicleta, ya que es un territorio repleto de turismo activo, apto para todos. Con 530 km de parque natural, esta región tiene enclaves naturales asombrosos como El Lago Der, uno de los lagos artificiales más grandes de Europa y donde practicar vela o windsurf; l'Argonne, lugar maravilloso donde conocer la flora y la fauna de la zona, o el Parque Natural Regional de la Montagne de Reims, con 15 circuitos de senderismo. Sin duda, ¡la mejor manera de practicar deporte y para todas las edades!

LA CHAMPAGNE

6. Diversión para todos

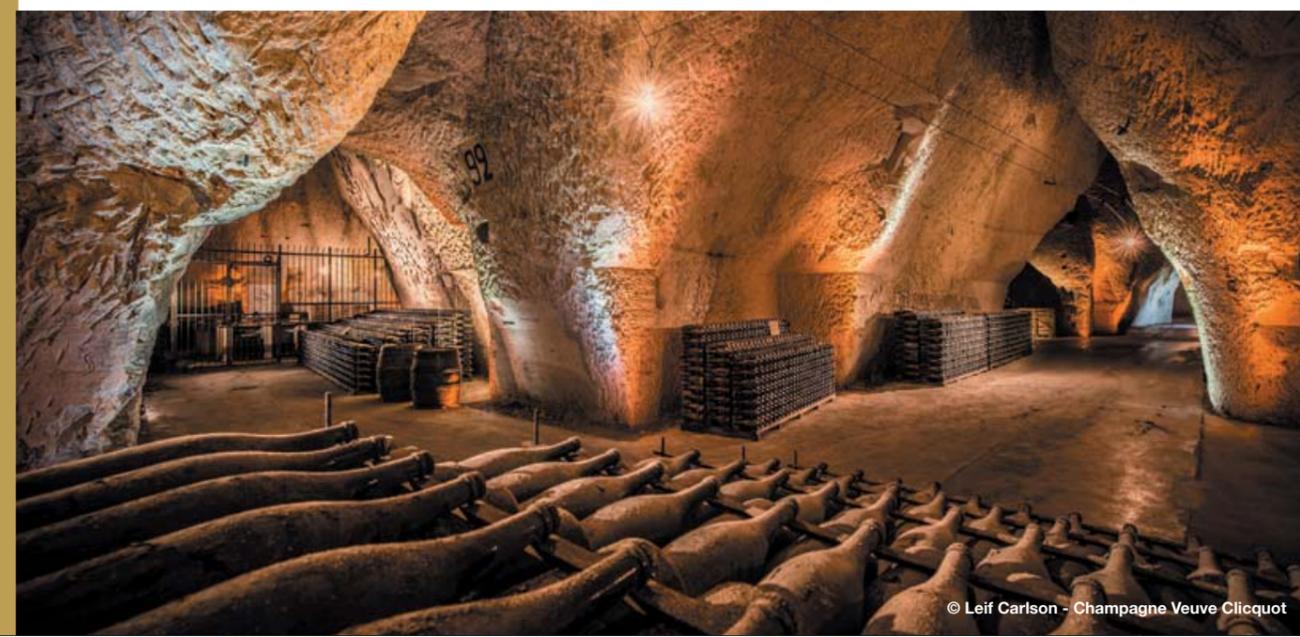
¡La Champagne también es sinónimo de diversión y cultura! ¿Qué tal dar la bienvenida al verano con las populares Fêtes Johanniques de Reims en honor a Juana de Arco? Para los amantes de la música, quizás prefieran el festival Flâneries Musicales, también en Reims. O ¿por qué no vivir la vendimia en primera persona? En septiembre, los visitantes pueden sentirse como auténticos vendimiadores recolectando la uva y saboreando el mosto recién exprimido. Y para los que disfrutan de la Navidad, Habits de Lumière, en Epernay, es el espectáculo navideño más emblemático, con luces y música al aire libre. Una opción idónea para toda la familia.

7. Hoteles y Châteaux

La región de La Champagne cuenta con un sinfín de opciones para alojarse y además, para todos los bolsillos. Desde castillos de película a hoteles más sencillos, pero igual de acogedores. Le Château de Sacy es un fascinante castillo rehabilitado, cuyas instalaciones acogen un hotel boutique con solo 12 habitaciones. L'Assiette Champenoise es un hotel de cinco estrellas Relais & Châteaux a las puertas de Reims, enmarcado en una bonita casa burgalesa con decoración contemporánea. Para aquellos con un presupuesto más ajustado, hay otros acogedores hoteles como el Hotel Jean Moët 4* en Epernay, el Auberge des Moissons 3* en Matougues o el Hotel Azur 2* en el centro de Reims.



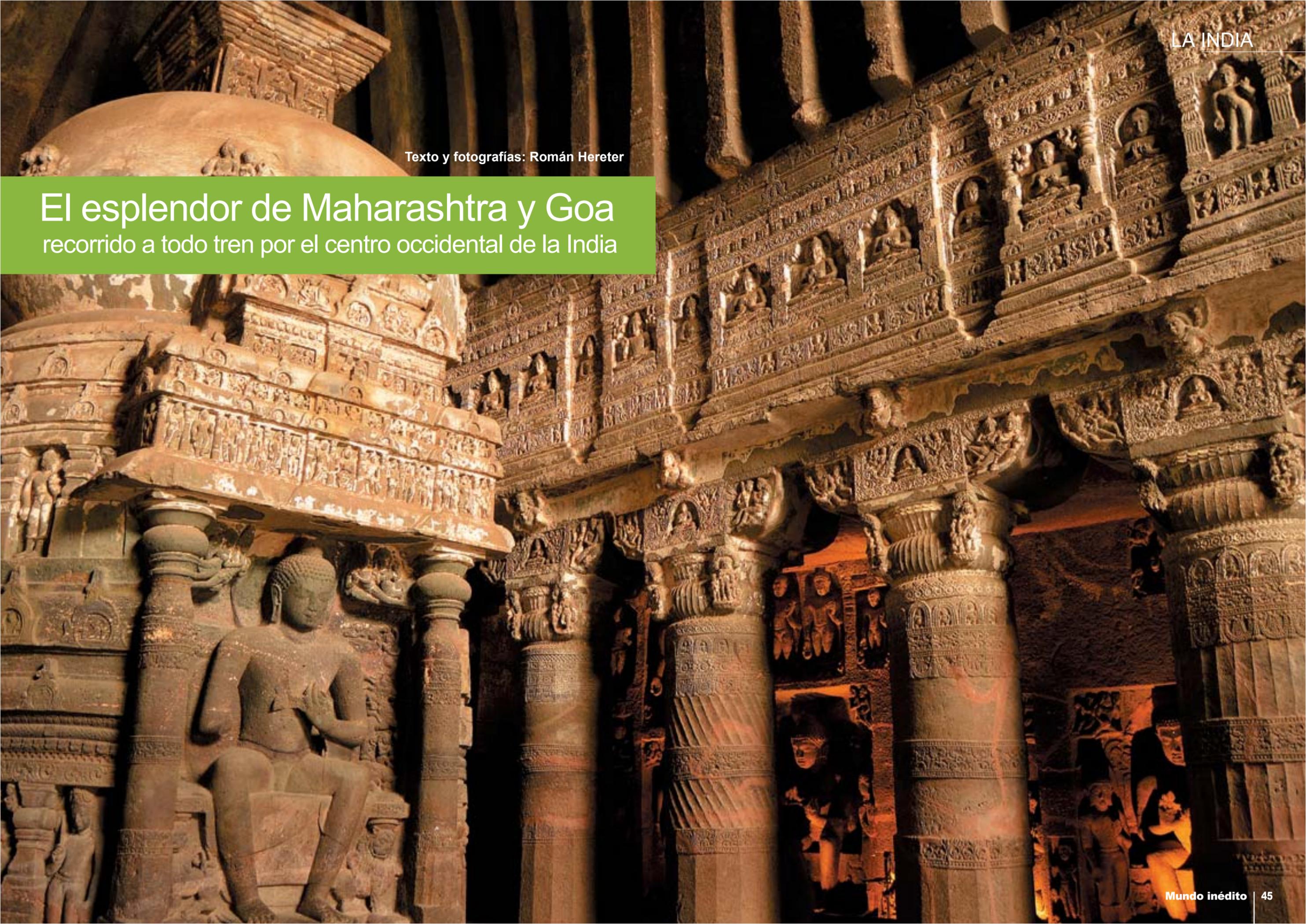
Para más información, consulta nuestra web en español:
<http://es.tourisme-en-champagne.com/>



© Leif Carlson - Champagne Veuve Clicquot

Texto y fotografías: Román Hereter

El esplendor de Maharashtra y Goa recorrido a todo tren por el centro occidental de la India





Viajar en un tren de lujo constituye una de las formas más relajantes de recorrer un determinado territorio. Inspirado en los vagones, “coches” en el lenguaje ferroviario, utilizados por los maharajás de otra época para viajar entre sus posesiones y visitar a sus iguales, el Deccan Odyssey ofrece la oportunidad del conocer algunos de los enclaves más interesantes del estado de Maharashtra y de la antigua colonia portuguesa de la vecina Goa.

Doble página anterior:
Una de las cuevas budistas de Ajanta, completamente excavadas en la roca y esculpidas con un trabajo de filigrana.
Sobre estas líneas:
Bienvenida a los pasajeros del Deccan Odyssey

Maharashtra es uno de los veintinueve estados de la India y su capital, Bombay, el principal centro económico del subcontinente. Conocida bajo la forma local *Mumbai*, es la ciudad portuaria más importante del país con cerca del 40% del tráfico exterior, la ciudad más poblada y con mayor producto interior bruto de la India y la cuarta más poblada del mundo, con más de 15 millones de habitantes, superando con su región metropolitana los 21 millones.
Se encuentra situada en una estrecha franja de

terreno que surge de la costa pantanosa de Ma-harashtra y se adentra en el mar Arábigo y destaca por albergar la mayor industria cinematográfica del mundo, siendo también nudo de comunicaciones y un importante centro cultural que cuenta con numerosas universidades, teatros, museos y galerías.

Numerosos edificios del casco antiguo de Bombay están construidos en una derivación regional del estilo historicista. Dos de los monumentos de la ciudad, la Terminal Ferroviaria de Chhatrapati

Odyssey y los templos de la cueva de Elephanta, forman parte de la lista de Patrimonio de la Humanidad de la Unesco.

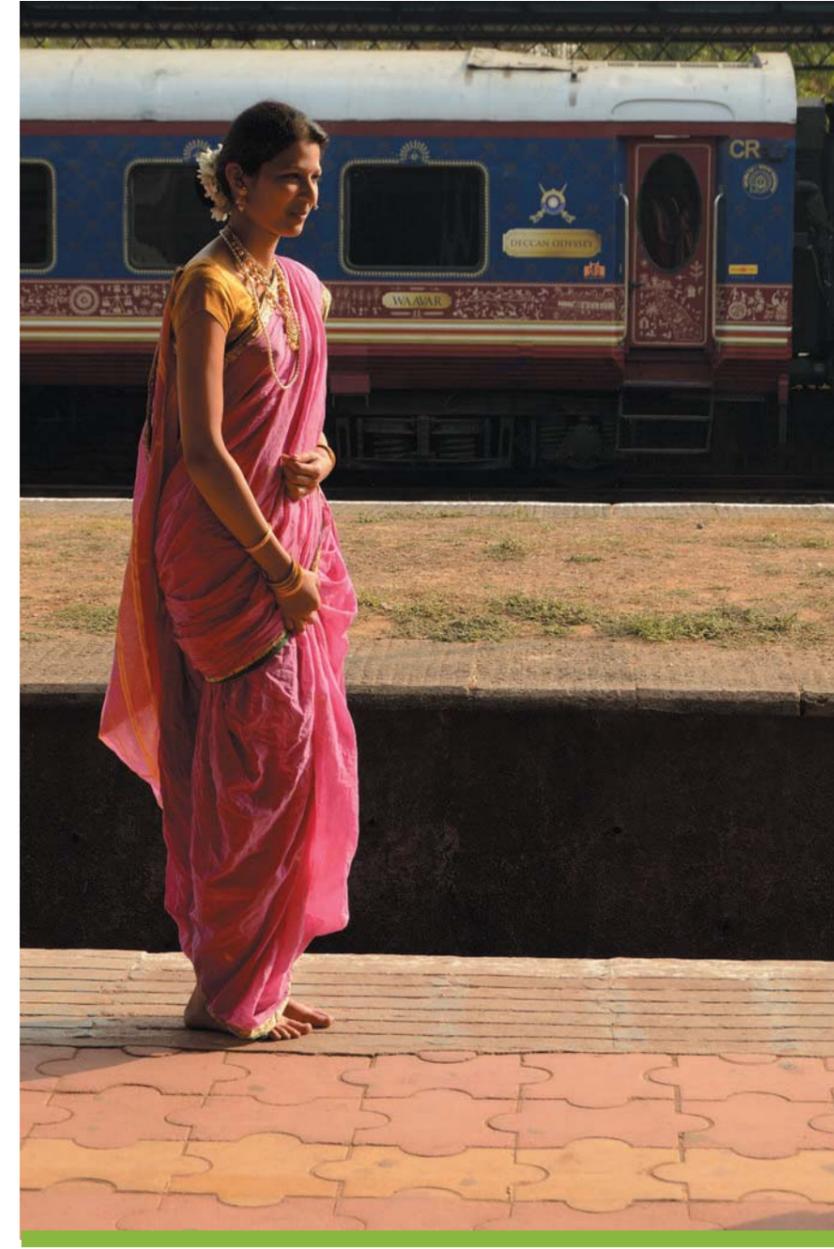
El nombre Mumbai procede etimológicamente de Mumba, nombre de la diosa hinduista Mumbadevi, y *aai*, 'madre' en idioma maratí. La grafía tradicional Bombay tiene sus orígenes en el siglo XVI, cuando los portugueses llegaron a la zona y utilizaron diversos nombres basados en formas locales, que acabarían consolidándose como *Bombaim*, forma que aún hoy suele usarse en portugués. Los británicos, que comenzaron a llegar a la India en el siglo XVII, adaptaron el nombre en la forma *Bombay*.

Antes de la llegada de los europeos, el territorio de la actual isla de Bombay constaba de siete aldeas pesqueras, cada una sobre un islote separado, de los cuales cinco (Mazagaon, Wadala o Worli, Mahim, Parel y Bombay) se agrupaban en círculo, mientras que los dos más pequeños (Colaba y Chota Kolaba) formaban una prolongación hacia el sur. Los británicos unieron primero los cinco islotes y formaron una laguna interna. Para 1862 ya se habían completado los grandes proyectos de ganar terrenos al mar, y las antiguas siete islas se habían fusionado en una sola.

Desde el siglo VIII, judíos procedentes de Yemen y mazdeístas de Persia se asentaron en la costa occidental india, huyendo de las conquistas musulmanas de sus tierras de origen. Hasta el final del siglo XIII la región, aislada y de escasa relevancia, estuvo dominada por diferentes dinastías en diferentes momentos. La localidad de Puri en la isla de Elephanta fue hasta entonces el principal asentamiento humano de la zona.

En el siglo XIII comenzaron en el norte de la India las guerras de conquista islámica. Alrededor del año 1300 aparece en esta región el reino independiente del rey Bimbakyan, de cuya existencia no se tienen pruebas concluyentes. Bimbakyan es considerado el fundador de la ciudad de Bombay, ya que en la isla de Mahim construyó la ciudad de Mahikavati, donde erigió fortificaciones y estableció su corte. El complejo del templo Walkeshwar y las estatuas en las grutas de Elefanta son de esta época.

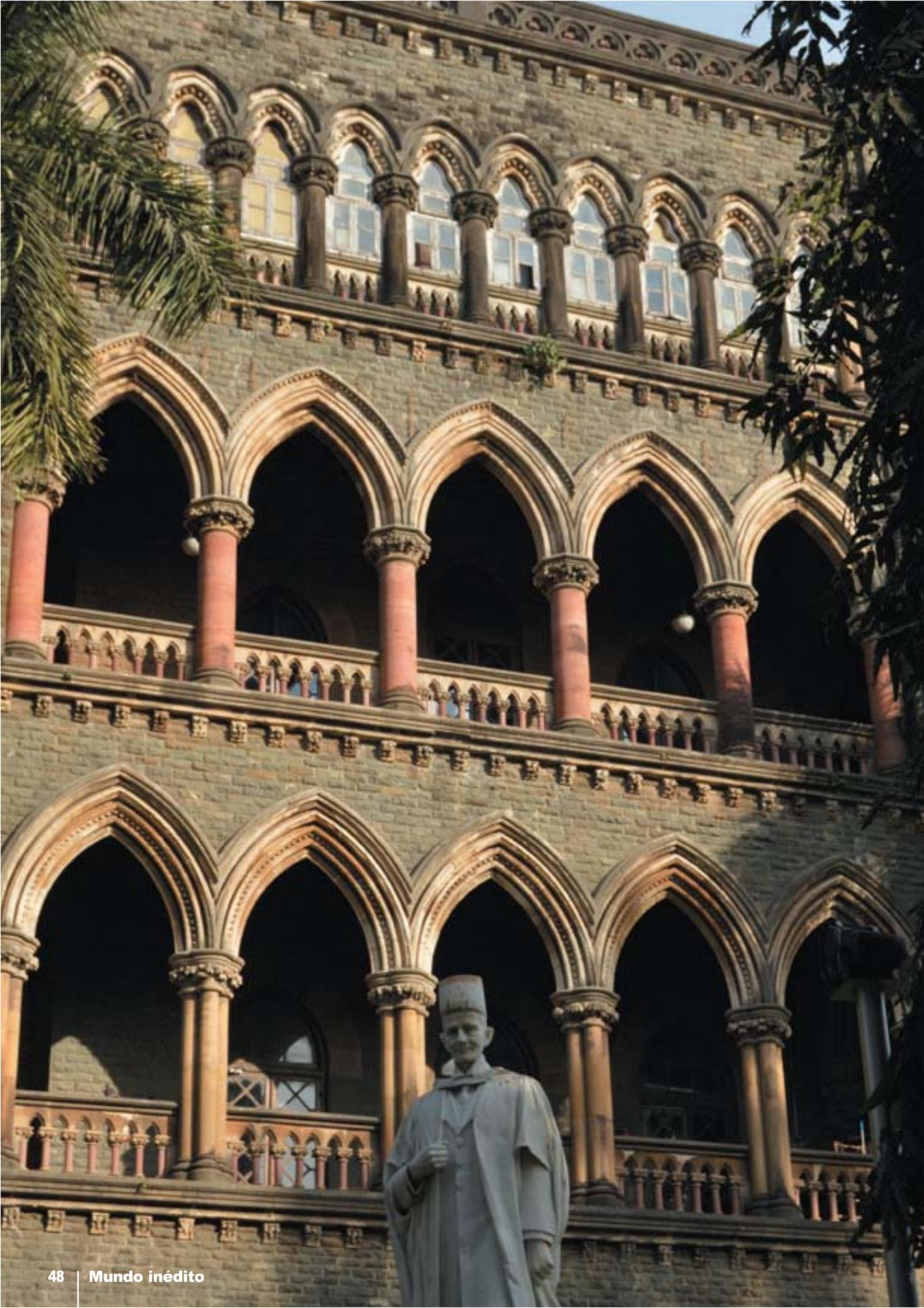
En 1343 los musulmanes, que ya habían tomado todo Gujarat, en el norte-centro de la India, invadieron la región y la convirtieron en la provincia islámica del mismo nombre. Doscientos años después, los portugueses, que ya poseían varios puertos e importantes centros de trueque en la costa occidental de India, conquistaron la fortaleza de Bassein, situada al norte de Bombay. El 23 de diciembre de 1534, se rubrica el Tratado de Bassein, por el cual el sultán Bahadur, sha de Gujarat, otorgaba al rey de Portugal las islas de Baçaim, Bombay, Karanja y Salsette. La belleza y la excelencia de la bahía de Bombay instaron a los colonizadores portugueses a construir un fuerte y establecer un asentamiento permanente en lo que ellos llamaron



Bombaim o Mombaim. De esta manera comenzaba en la isla de Bombay la era de la dominación europea, que duraría más de 400 años, hasta el 14 de agosto de 1947, día de la independencia de la India.

En 1583, llegaron a la costa occidental de la India los primeros comerciantes ingleses, y en 1612, la Compañía Británica de las Indias Orientales fundó la primera delegación comercial en la ciudad portuaria de Surat. El 23 de junio de 1661, la soberanía sobre el puerto y la isla de Bombay fue finalmente cedida por Portugal al rey de Inglaterra como parte del pacto matrimonial entre el rey Carlos II de Inglaterra y la infanta doña Catalina de Braganza, aunque los ingleses tuvieron que esperar a tomar posesión hasta mediados de febrero de 1665. Tres años después la corona le alquiló las islas a la Compañía de las Indias Orientales mediante el pago de diez libras de oro anuales, y a partir de aquí Bombay se convirtió en el principal centro de actividades comerciales, siendo reformada con grandes proyectos de ingeniería civil para unir las islas del archipiélago en una sola. El 18 de noviembre de 1852 se inauguró el primer tren de pasaje-

En las estaciones ferroviarias se puede apreciar la elegancia estilizada de las mujeres de Maharashtra con sus espectaculares saris de colores.



ros de India, conectando Bombay con el cercano pueblo de Thane, en 1857 se fundó la Universidad de Bombay y en 1864 se inauguró la línea de ferrocarril hasta Ahmedabad, el segundo centro de producción textil más importante de la India.

La finalización de la vía férrea a los campos de algodón del Deccan coincidió con la crisis estadounidense tras el final de la Guerra de Secesión (1861-1865), lo que provocó un auge en la producción de algodón, que transformó la ciudad en un centro comercial e industrial de importancia mundial y produjo un alza en la economía; y la apertura del canal de Suez el 16 de noviembre de 1869 y la ampliación del puerto transformaron a Bombay en el puerto más grande del mar Árabe.

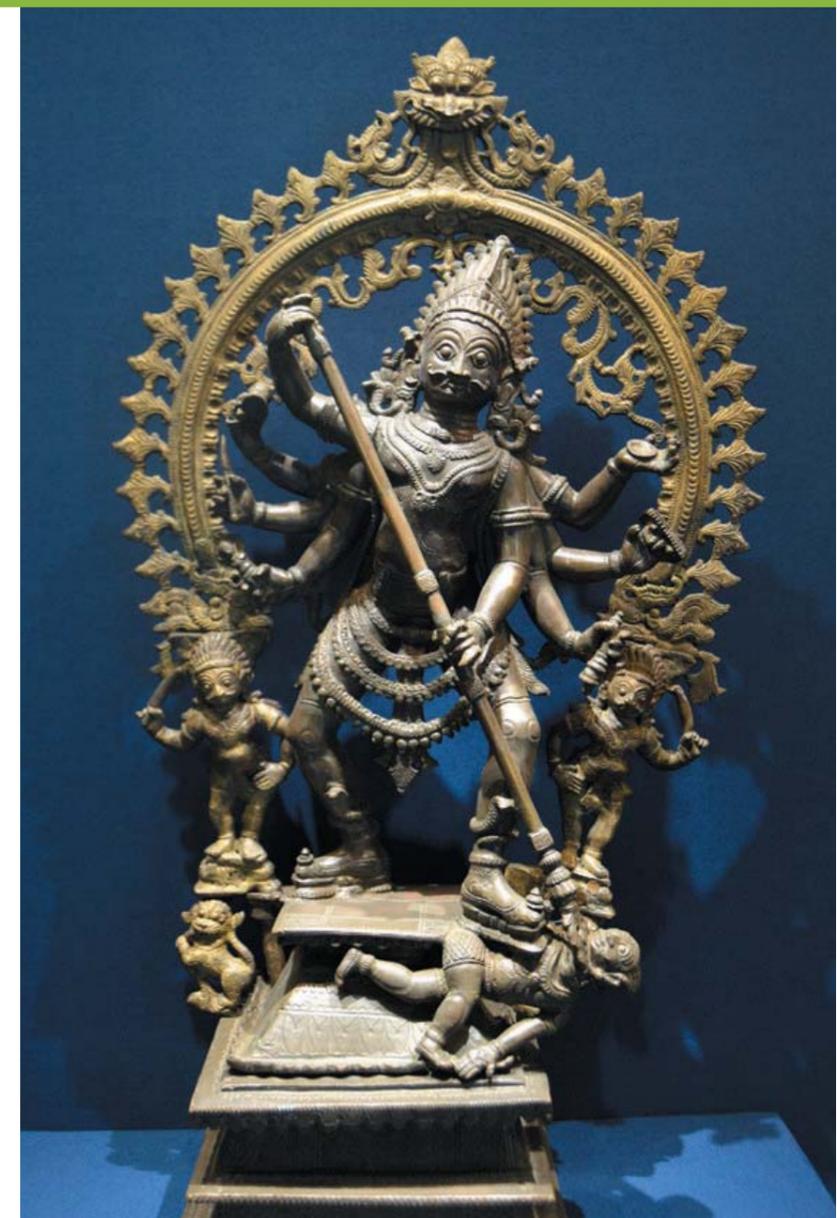
Después de la independencia de la India, Bombay se convirtió en la capital del estado de Maharashtra y se desarrolló como principal centro cultural



y económico del mismo.

La densidad de población en Bombay alcanza valores que no tienen comparación en las aglomeraciones urbanas de otras partes del mundo, como Europa. En la ciudad viven 29.000 habitantes por kilómetro cuadrado, mientras que en una ciudad europea como Madrid viven unos 5.000 hab./km². En el caso más extremo, la zona de Bhuleshwar alcanza una densidad de 400.000 hab./km², una de las más altas del mundo.

En Bombay se hablan alrededor de 200 lenguas y dialectos de origen tanto autóctono como extranjero. La más hablada en la ciudad es el *maratí* utilizado por un 43% de la población local seguido con un 19% de la población por el *gujaratí*, lengua propia del estado vecino de Gujarat, situado al norte de Bombay. A esta lengua le sigue el *urdu*, hablado por un 10% de la población, principalmente por los musulmanes, que lo tienen como lengua materna. Las lenguas drávidas tamil y télugu, propias del sur del país, son habladas por un 2,5% de la población. De manera análoga a la situación lingüística, la coincidencia de comunidades de orígenes diversos en Bombay ha dado lugar a la presencia de distintas religiones. La sobrerrepresentación de las minorías religiosas en comparación con otras grandes urbes de la India es uno de los hechos más llamativos de la sociedad. Entre las diversas minorías, destacan los budistas, los cristianos, los jainistas, los judíos, los parsis y los sikhs. Judíos, parsis y sikhs constituyen un poco menos del 2% de la población, mientras que los budistas y los jainistas suman una cifra ligeramente inferior al 5% de la población total, y los cristianos en torno a un 7%. Junto a estas minorías, las dos mayores religiones son, como en el resto del país, el hinduismo y el islamismo. La relativa importancia numérica de las minorías antes citadas hace que los hinduistas, alrededor de un 80% de la población en toda la India, representen en Bombay solamente el 67,2%





La Puerta de la India es el monumento más emblemático de Bombay.

de los habitantes de la ciudad. Por su parte, los *parisis* y los *jainistas* desempeñan un papel muy importante en la economía, a pesar de tratarse de minorías numéricamente pequeñas. Los musulmanes representan alrededor del 25,9% de la población y dominan algunos sectores de la economía, además de ser la comunidad mayoritaria en varias partes de la ciudad.

En Colaba, en el extremo sur de la isla de Bombay, se encuentran la mayoría de los hoteles, restaurantes y lugares de interés turístico, entre ellos la famosa Puerta de la India, un gran arco de triunfo construido en 1924 siguiendo los planos del arquitecto George Wittet. De color miel, fue erigido en conmemoración de la visita que el rey Jorge V y su esposa hicieron a la India en el año 1911, y se ideó también como lugar de bienvenida para los viajeros que llegaban a la ciudad en barco. La ironía de la historia haría que éste fuera el lugar elegido por los británicos para dar el adiós definitivo a la India. El 28 de febrero de 1948, las últimas tropas británicas en suelo indio embarcaron en el navío *Empress of Australia* y abandonaron definitivamente el país.

Cerca de la "Gateway of India" se encuentra el "Barrio del Fuerte", corazón financiero de la ciudad, donde se han establecido las sedes de los bancos y las grandes empresas, y donde se pueden admirar los edificios más representativos de la arquitectura colonial de la época del Raj. El barrio toma su nombre de la antigua fortaleza británica que ocupó una parte del área actual.

No hay que perderse la visita al Museo del Príncipe de Gales. La inconfundible arquitectura de la

época colonial británica, coronada por una imponente cúpula blanca en estilo mogol, alberga una extensa colección de pinturas y esculturas. La piedra fundacional del museo fue colocada por el rey Jorge V, cuando aún era Príncipe de Gales, en el año 1905. El edificio está considerado una interpretación europea de la arquitectura gujaratí de los siglos XV y XVI, y combina la meticulosidad islámica con la edificación típica inglesa en ladrillo. Se habla por ello de estilo anglo-sarraceno. En el pabellón central se encuentra una selección pequeña de la extensa colección, en la que pueden verse pinturas mogolas, armas, trabajos en jade y miniaturas de arcilla y terracota del periodo Maurya del siglo III aC. y del periodo de Kushan de los siglos I y II aC.

Instalación en el Deccan Odyssey rumbo a Nashik

En el extremo norte del Barrio del Fuerte se halla la Terminal Ferroviaria de Chhatrapati Shivaji, antigua "Terminal ferroviaria de Victoria", construcción caprichosa en piedra arenisca con una minuciosa ornamentación, que se ha convertido en una de las estaciones ferroviarias más utilizadas en el mundo y un hito arquitectónico de gran influencia.

El edificio de la estación, erigido entre 1878 y 1888, es un ejemplo notable de la combinación del estilo neogótico victoriano con la arquitectura india tradicional. Desde el año 2004, forma parte del Patrimonio de la Humanidad de la Unesco.

Es el momento de instalarse en el *Deccan Ody-*

ssey que se compone de 21 vagones de lujo, 11 de los cuales sirven para alojar a los huéspedes y el resto se utilizan para diferentes propósitos, tales como dos coches comedor donde se puede degustar tanto comida india como internacional, otro como sala de estar, un coche-bar y otro dedicado a *spa* de salud.

Todas las cabinas están equipadas con aire acondicionado, conexión a Internet, lavabo con ducha y amenidades personalizadas para los huéspedes que aseguran un viaje cómodo y tranquilo. Una de las cosas que más llama la atención es el recibimiento con música y danzas en cada una de las estaciones que reciben al tren, especialmente en la llegada de los viajeros al punto de salida del viaje. Una vez instalados en el lago *convoy* ferroviario, los pasajeros se disponen a familiarizarse con las instalaciones y tras la primera cena, noche y desayuno, llegan relajados a la primera parada del periplo: Nashik.

Nashik se encuentra situada en el noroeste de Maharashtra a 180 Km de Bombay, siendo la tercera ciudad más industrializada del estado después de la propia Bombay y Pune, y se la suele denominar

«capital del vino de la India», ya que posee en sus alrededores algunos viñedos y bodegas.

El río Godavari fluye a través de la ciudad sagrada ya que Nashik alberga una de las reuniones religiosas más grandes del mundo, conocida como el Kumbhamela. En el marco del hinduismo, *kumbhamela* o *kumbh mela* es un peregrinaje que se realiza cuatro veces cada doce años, y tiene lugar, por turno, en los siguientes lugares santos: Prayag, el nombre hindú de Allahabad (en Uttar Pradesh), Hardwar (en Uttaranchal), Ujjain (en Madhya Pradesh) y Nashik (en Maharashtra), donde se celebró por última vez en 2015.

Cada ciclo de doce años incluye un *majá kumbhamela* o "gran reunión del pote" en Prayag, en las riberas del Ganges, en la que participan varios millones de personas, lo que hace que probablemente sea el mayor peregrinaje que se celebra en el mundo. Las estimaciones consideran que en las tres semanas del último *majá kumbhamela*, celebrado en 2001, se citaron 70 millones de personas.

Las raíces históricas del *kumbhamela* se encuentran probablemente en las ceremonias propiciatorias organizadas en las épocas de siembra,

Actividad diaria en uno de los ghats de la ciudad santa de Nashik.





Las casas de Nashik se reflejan en las tranquilas aguas del río Godavari a primera hora de la mañana.

En la página siguiente arriba: La torre del Templo Kailash mide 32,6 metros y antaño estuvo enlucida con escayola blanca para imitar los picos nevados de este monte sagrado para el hinduismo. Los escultores tallaron 85.000 metros cúbicos de roca empezando por el alto del acantilado. Abajo: Una de las cuevas hinduistas de Ellora.

en el curso de las cuales en las aguas de los ríos sagrados se ponen en remojo recipientes con granos para germinar. También se la ha considerado como un ritual de fertilidad donde el cántaro simboliza, por su forma, no sólo a la Diosa Madre sino también al útero, la matriz del mundo. En general, el pote se asocia naturalmente al agua, y en particular a los ríos, que han desempeñado un importante papel en el mundo indio desde por lo menos la civilización del valle del Indo, como parece indicar el tanque de agua de Mohenjo-daro.

Las fechas precisas de la Kumbhamela, como a menudo pasa en la India, están determinadas por métodos astrológicos basados en las posiciones del Sol, de la Luna y de Júpiter. En Nashik, la Kumbhamela se celebra en el mes de *sravana* (julio del calendario gregoriano), cuando el Sol y la Luna están en Cáncer y Júpiter en Escorpio.

Las poblaciones que acogen las Kumbhamela son el escenario, al inicio de la manifestación, de desfiles ceremoniales que marcan la llegada oficial de los santos hombres, montados en una gran variedad de medios de transporte: elefantes, caballos, camellos, coches, palanquines y carros, a veces tirados por hombres en muestra de su devoción. Generalmente los shadus (asceta hindú o un monje que sigue el camino de la penitencia y la austeridad), guerreros de Shiva, son los primeros en desfilar bajo una lluvia de pétalos, y cada credo intenta superar a los demás con el esplendor de su comitiva. El acontecimiento más importante de la Kumbha-

mela es la inmersión en el río en el momento en que sus aguas se transforman en *amrita*. Los hindúes creen que sumergirse completamente en el agua en este momento limpiará de todos sus pecados a ellos y a sus ascendentes en 88 generaciones.

Excepto la inmersión en el río, el peregrinaje a la Kumbhamela permite a los creyentes hindúes recibir la bendición de los *sadhus*, santos y otros yoguis, y hacer el darshan, la contemplación ritual que transmite la energía espiritual.

El Kumbhamela es obviamente un periodo particularmente propicio para ceremonias religiosas, como por ejemplo la iniciación de miles de *sadhus* novicios que se estrenan así en su vida de ascetas. Para los *sadhus* confirmados es además la ocasión de ascender en su orden o de hacer el voto de seguir una nueva vía ascética. En Nashik, fuera de los días de la gran celebración multitudinaria, se pueden observar a pequeña escala todos estos ritos en el río Godavari, que con 1.450 kilómetros de longitud, nace en el templo de Trimbakeshwar, cerca de las ciudades de Nashik y Bombay a unos 380 kilómetros de distancia del mar Árabe y fluye en dirección sudeste a través de la zona central de India, cruzando los estados de Telangana y Andhra Pradesh, y desembocando finalmente en la bahía de Bengala. En Rajahmundry, a unos 80 kilómetros de la costa, el río se divide en dos, formando un delta especialmente fértil. Al igual que otros grandes ríos en India, las orillas del Godavari tienen numerosos puntos de peregrinación siendo Nashik, Triyam-

bak y Badrachalam los principales. Tras recorrer los *ghats* de la ciudad santa y algunos de sus templos, los viajeros del Deccan Odyssey se dirigen a una bodega para degustar sus vinos y almorzar antes de regresar nuevamente al tren y enfilarse rumbo a Aurangabad, desde donde visitarán uno de los puntos fuertes del viaje: las cuevas de Ellora.

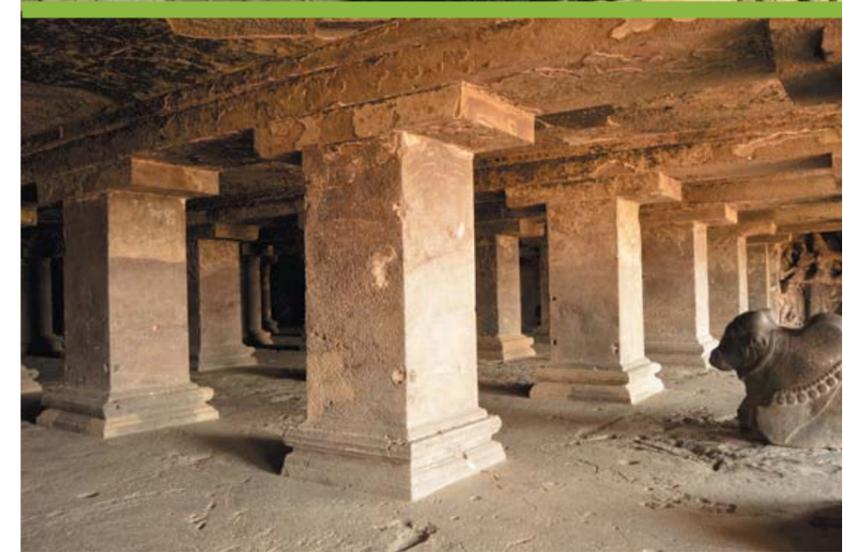
Las Cuevas de Ellora y el espectacular templo Kailash

Ellora, antiguamente conocida con el sobrenombre de *Elapura*, se encuentra a 30 km de la ciudad de Aurangabad, y destaca por su arquitectura rupestre, con monasterios y templos budistas (grutas 1 a 12 que datan del aproximadamente el año 500 a aproximadamente el 650), hinduistas (grutas 13 a 29 establecidas entre los siglos VII y VIII) y jainistas (grutas 30 a 34 horadadas entre los siglos VIII y XIII). La coexistencia de estas edificaciones demuestra cierto grado de tolerancia interreligiosa en la India hasta la llegada del Islam. En el año 1983, las cuevas de Ellora fueron declaradas Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco.

Las grutas budistas, que se encuentran en el lado sur, consisten principalmente en viharas y monasterios, algunos de estos son verdaderos santuarios exornados por una imagen del Buda. Inicialmente se pensó que las cuevas budistas eran las primeras estructuras que se crearon entre los siglos quinto y octavo, con cuevas 1-5 en la primera fase (400-600) y 6-12 en la fase posterior (650-750), pero la erudición moderna considera que la construcción de cuevas hindúes fue anterior a las cuevas budistas. Se trata de grandes cavidades de varios pisos tallados en la cara de la montaña, que incluyen viviendas, dormitorios, cocinas y otras habitaciones. Las cuevas del monasterio tienen santuarios que incluyen esculturas de Buda Gautama, bodhisattvas y santos. En algunas de estas cuevas, los escultores se han esforzado por darle a la piedra el aspecto de madera.

Las cuevas 5, 10, 11 y 12 son cuevas budistas de gran importancia arquitectónica. La cueva 5 es única ya que fue diseñada como una sala con un par de bancos de refectorios paralelos en el centro y una estatua de Buda en la parte posterior. Las cuevas 1 a 9 son todos monasterios, mientras que la cueva 10, la cueva Visvakarma, es una importante sala de oración budista. Las cuevas 11 y 12 son cuevas monasterio *mahayana* de tres pisos con ídolos, *mandalas* tallados en las paredes y numerosas diosas, y una iconografía relacionada con el *bodhisattva*, que pertenece al budismo Vajrayana. Estas son pruebas contundentes para sugerir que las ideas de Vajrayana y Tantra sobre el budismo estaban bien establecidas en el sur de Asia en el siglo VIII dC.

Entre las cuevas budistas destaca la número





10, una sala de adoración chaitya llamada la "cueva de Vishvakarma" (literalmente, la cueva de quien logra todo, o el arquitecto de los dioses), construida alrededor del año 650. También es conocida como la "Cueva del Carpintero", porque a la roca se le ha dado un acabado que tiene la apariencia de vigas de madera. Más allá de su entrada de varios pisos se encuentra una sala de estupa con forma de catedral, también conocida como *chaitya-griha* (casa de oración). En el corazón de esta cueva hay una estatua de Buda de 5 metros sentada en actitud de predicación.

La cueva 10 combina un *vihara* con una sala de adoración con forma de capilla que tiene ocho celdas subsidiarias, cuatro en la pared posterior y cuatro en la derecha, así como un pórtico en el frente.

La sala principal de la cueva de Visvakarma es de planta absidal y está dividida en una nave central y pasillos laterales por 28 columnas octogonales con capiteles de soporte lisos. En el extremo absidal de la sala de *chaitya* hay una estupa sobre la cual se encuentra un Buda colosal y sentado en una postura de enseñanza. Un gran árbol Bodhi está tallado en su espalda. La sala tiene un techo abovedado en el que las costillas, conocidas como triforio, han sido talladas en la roca imitando a las de madera. Los frisos que están encima de los pilares son reinas Naga, y la extensa obra de arte en relieve muestra personajes como animadores, bailarines y músicos.

Las cuevas hindúes se construyeron durante el período de Kalachuris, desde mediados del siglo VI hasta finales del siglo VIII en dos fases. La construcción de las primeras cuevas hindúes comenzó antes que cualquier cueva budista o jainista. Estas primeras, generalmente estaban dedicadas al dios hindú Shiva, aunque la iconografía sugiere que los artesanos les dieron a otros dioses y diosas del hinduismo una reverencia prominente e igual. Una característica común de estos templos de cuevas era un linga-yoni cortado en roca dentro del núcleo del santuario, estando cada uno rodeado por un espacio para circunvalación. En este conjunto hinduista, la joya del lugar es el Templo Kailash, un edificio en forma de templo, completamente excavado en la roca.

El Templo de Kailasanatha o Templo Kailash es uno de los 34 monasterios y templos que se extienden sobre más de 2 kilómetros que fueron excavados en la pared de un acantilado de basalto. Representa el epitome de la arquitectura rupestre india. Está diseñado para recordar el monte Kailash, morada del dios Shiva. Si bien exhibe características típicas dravídicas, fue tallada de una sola roca y construida en el siglo VIII por el rey Rashtrakuta Krishna I. El Kailash (cueva 16) es un ejemplo notable de la arquitectura Dravidiana por su llamativa proporción, mano de obra elaborada, contenido arquitectónico, y la ornamentación escultórica de la arquitectura rupestre. Fue encargado y se completó

entre los años 757 y 783. Es famoso por su excavación vertical. Los talladores empezaron por la cima de la roca original y excavaron hacia abajo, exhumando el templo de la roca existente. Los métodos tradicionales fueron seguidos de manera estricta por el maestro arquitecto ya que no podría haberse logrado mediante la excavación por el frente. Los arquitectos que diseñaron este templo provenían del sureño reino de Pallava. Se estima que se extrajeron alrededor de 200.000 toneladas de rocas durante siglos para construir la estructura monolítica.

La cueva 29, también llamada Dhumar Lena, es una de las primeras excavaciones en Ellora y una de las más grandes. La construcción temprana del templo hindú en la cueva se centró alrededor del "Vale Ganga", una cascada natural que se integró al monumento. La cascada es visible desde un balcón excavado en la roca hacia el sur y se ha descrito como "caer sobre la gran frente de Shiva", particularmente durante la temporada de los monzones. Las tallas en esta cueva son más grandes que su tamaño real, pero, según el autor Dhavalikar, son "corpulentas, achaparradas con extremidades desproporcionadas" en comparación con las encontradas en otras cuevas de Ellora.

La cueva 21, también llamada Rameshwar Lena, es otra excavación temprana cuya construcción ha sido acreditada a la dinastía Kalachuri. Aunque la cueva presenta obras similares a las de otras cuevas de Ellora, también tiene una serie de piezas únicas, como las que representan la historia de la búsqueda de la diosa Parvati de Shiva y su entrada está flanqueada por grandes esculturas de las diosas Ganga y Yamuna que representan los dos principales ríos del Himalaya y su importancia para la cultura india.

En el extremo norte de Ellora se encuentran las cinco cuevas de jainistas pertenecientes a la secta Digambara, que fueron excavadas en el siglo IX y principios del X. Estas cuevas son más pequeñas que las budistas e hindúes, pero cuentan con esculturas muy detalladas. Se hace hincapié en la representación de los veintiocho Jinas o conquistadores espirituales que han obtenido la liberación del ciclo interminable de renacimientos. Además de estos Jinas, las obras en los templos Jainistas incluyen tallas de dioses y diosas, Yaksa (deidad de naturaleza masculina), Yaksi (deidad de naturaleza femenina) y devotos humanos prevalentes en la mitología Jaina del 1er milenio de nuestra era.

Según José Pereira, estas cinco cuevas jainistas eran en realidad 23 excavaciones distintas, de diferentes períodos. Pereira usó numerosas fuentes para concluir que las cuevas de jainistas en Ellora probablemente comenzaron a fines del siglo VIII, con actividades de construcción y excavación que se extendieron más allá del siglo X y hasta el siglo XIII antes de detenerse con la invasión de la región por el Sultanato de Delhi.

En la página anterior: Uno de los laterales del Templo Kailash, (Cueva 16) encargado en el siglo VIII por el rey rashtrakuta Krishna I, un complejo descomunal de 81 x 47 metros labrados en la roca. hinudista correspondiente.

Las tardes en la primera parte del viaje de este recorrido del tren son tranquilas ya que no hay visitas programadas, lo que constituye un buen momento para repasar los distintos itinerarios de una semana que este ferrocarril ofrece entre los meses de septiembre y mayo, cuando menos calor hace en la India y por ello se considera temporada alta. Entre ellos destacan el Maharashtra Wild Trail, con recorrido parecido al presente pero cambiando Goa por los Parque Nacionales de Pench y Tadoba; los Tesoros de Gujarat, recorriendo este interesante estado de la India; el Indian Odyssey que con destino de ida o vuelta a Delhi permite visitar Agra, Jaipur, Udaipur y también las Cuevas de Ellora; o las Joyas del Deccan, que también visitando las cuevas de Ajanta y Ellora llega hasta Hyderabad y Hampi.

Las 29 cuevas de Ajanta y sus formidables pinturas

El célebre complejo monumental de Ajanta destaca por sus 29 grutas artificiales pintadas y esculpidas inicialmente para el culto budista a partir del siglo II aC. Fueron descubiertas para el mundo occidental en 1819 por soldados británicos durante una partida de caza, y adornan a monasterios y santuarios excavados en las rocas entre el siglo II aC. y el siglo VIII dC. Entre estas se destacan las que representan las reencarnaciones del Buda llamadas jataka y episodios de su vida; las más célebres corresponden a las del llamado Ciclo de Ajanta realizadas durante el periodo de apogeo del arte Gupta y la época postgupta.

La entrada de las grutas están situadas en una hondonada boscosa en el centro de los montes Indhyagiri y a unos 5 kilómetros de la localidad de Ajanta, en un pequeño valle que corre el pequeño río Vaghora, un torrente de montaña que forma una serie de cascadas cuyos rumores han de haber sido constantemente oídos por quienes habitaron las grutas. Todas han sido excavadas sobre la pared más abrupta de la hondonada y se escalonan en una decena y una cuarentena de metros a lo largo del lecho del torrente y se entrecruzan partiendo desde el fondo de la roca siguiendo así un modelo arquitectural bastante utilizado en el arte de la India.

Las mismas grutas están clasificadas en dos categorías; aquellas que servían de refugio a los monjes durante la estación de las lluvias, es decir el monzón, y aquellas que servían principalmente como salas de asamblea y plegaria. La primera de estas categorías estaban habitualmente constituidas con un largo pasadizo o porche, que actualmente desaparecido, estaba recubierto por una techumbre sostenida por pilares. Tras el pasadizo hay un espacio de 10 u 11 metros por 7 metros. A izquierda y derecha y hacia el fondo se ubican las celdas excavadas en la roca. Frecuentemente en sus entradas existe en un nicho una imagen tallada del Buda.

Por su parte las salas de asamblea penetran más profundamente en la roca, llegando a tener cada sala una longitud de 14 metros.

En lo concerniente a su antigüedad, estas grutas se clasifican en tres grupos: las construcciones más antiguas (nº 8, 12, 13, 15, 9 y 10) datan del periodo que va desde el siglo II al siglo I antes de Cristo, es decir en tiempos de la dinastía Shata-vahana que reinó en la India Central. El segundo grupo data desde el siglo III a fines del V de nuestra era durante la dinastía de los Vakataka y el tercero de entre fines del siglo VI y fines del siglo VIII (dinastía de los Chalukya de Vatapi). La mayor parte de los muros interiores de las grutas están cubiertos por pinturas al fresco de calidades diversas. Algunas de ellas no están fechadas, sin embargo un estudio de los motivos representados permite tener una idea bastante aproximada de su periodo de concepción y así clasificarlas cronológicamente.

En la época de su redescubrimiento, las pinturas mantenían un buen estado de conservación, pero luego han sido muy degradadas particularmente a causa de los efectos del turismo masivo. Las grutas 1, 2, 16 y 17 ofrecen aún un aspecto semejante al que podían ofrecer en tiempos de su esplendor y la obra *The painting in the Buddhist cave temples of Ajanta* (1896) escrita e ilustrada por John Griffiths cuando era director de la Bombay School of Arts permite tener una idea de su estado antes de la degradación actual. Tal obra es de un valor inestimable ya que ofrece una gran noción del arte pictórico indio antes de la «contrarreforma» hinduista.

Ajanta ha sido un monasterio y una universidad. El monje y viajero budista chino Xuanzang relata que Dignaga, el célebre filósofo, autor de célebres libros de lógica residió allí. En su apogeo el lugar dio alojamiento a numerosos centenares de personas, docentes y alumnos.

Kolhapur, su Palacio Nuevo y el Templo de la consorte de Vishnu

Dejando de lado las cuevas de Ellora y Ajanta, que sin duda constituyen dos de las grandes joyas del recorrido, y girando en dirección sur, el tren llega en su quinto día de viaje a Kolhapur, ciudad famosa por su comida, calzado, joyería y lucha libre.

El Palacio Nuevo, también conocido como el nuevo palacio de Maharaja, fue terminado en el año 1884 según un estilo arquitectónico que representa una magnífica fusión de influencias jainistas e hindúes de Gujarat y Rajasthan, junto con el estilo local Rajwada. Una parte del palacio todavía se usa como residencia por el actual Maharaja de Kolhapur. Sin embargo, su planta baja se ha convertido en un museo, conocido como el Museo Chhatrapati Sahu, dedicado a una excelente colección de posesiones de los señores de Kolhapur, como disfraces, armas, juegos, joyas, bordados y parafernalia, como sillas de elefante de plata. Una carta del Virrey

En la página siguiente: Las famosas cuevas de Ajanta constituyen 29 grutas artificiales pintadas y esculpidas para el culto a Buda a partir del siglo II antes de Cristo.





La catedral de Santa Catalina, en la Vieja Goa fue la sede del Patriarcado portugués de las Indias Orientales y contrasta con la arquitectura de un palacete musulmán construido frente a un estanque para disfrutar de los baños.

Británico y el Gobernador General de la India son otros objetos memorables. También hay una de las espadas de Aurangzeb. Una tiene animales disecados entre los que destacan cabezas de tigre, perros salvajes, osos perezosos, búfalos salvajes, leones, panteras negras, jabalís y un oso negro del Himalaya.

El Templo Mahalaxmi está dedicado a esta diosa, la consorte de Vishnu que la gente de Maharashtra tiene en gran estima. Montado sobre una plataforma de piedra, el *murti* de la Diosa coronada está hecho de piedras preciosas y pesa alrededor de 40 kilogramos. La imagen de Mahalakshmi tallada en piedra negra mide 35 centímetros de altura.

En sus cuatro manos, la deidad de Mahalakshmi tiene objetos de valor simbólico. La mano derecha inferior sostiene una mhalunga (una fruta cítrica), en la parte superior derecha, una maza grande (kaumodaki) con su cabeza tocando el suelo, en la parte superior izquierda un escudo y en la inferior izquierda, una taza (panpatra). A diferencia de la mayoría de las imágenes sagradas hindúes, que miran al norte o al este, la deidad mira hacia el oeste. Hay una pequeña ventana abierta en la pared occidental, a través de la cual la luz del sol poniente cae sobre la imagen de la imagen durante tres días alrededor del 21 de marzo y septiembre. El templo pertenece arquitectónicamente al imperio Chalukya y fue construido por primera vez en el siglo VII.

El antiguo ayuntamiento construido en estilo neogótico entre 1872 y 1876 acoge un museo que muestra artefactos del período Satavahana descubiertos en excavaciones en la cercana colina de Bramhapuri. Los artefactos antiguos incluyen figurillas del dios griego Poseidón, jinetes sobre un elefante, fragmentos de cerámica y monedas, además

de armas, esculturas, filigranas de marfil y trabajos de sándalo, pinturas e imágenes individuales.

Goa: la huella de Portugal en la India

En 1498, Vasco da Gama traspasó el cabo de Buena Esperanza, en Sudáfrica, y llegó a Kappakadavu, cerca de Calicut, en el actual estado de Kerala. Se convirtió en uno de los primeros europeos en pisar territorio indio, sin embargo, no fue el primero, ya que Marco Polo cita a la India en su libro de las Maravillas y mucho tiempo antes, Alejandro Magno, ya se había adentrado en territorio indio.

La intención de los portugueses era establecer colonias y tomar el control del comercio de especias. Así es que en 1510, el almirante portugués Afonso de Albuquerque atacó y ocupó Goa, que al poco tiempo fue recuperada por Ismail Adil Shah, el rey musulmán de Bijapur. Sin embargo, Albuquerque retornó el 25 de noviembre con una flota totalmente renovada. Ismail Adil Shah y sus aliados otomanos se rindieron el 10 de diciembre de ese año, y la flota portuguesa tomó posesión de la zona, estableciendo una colonia permanente en la Vieja Goa, convirtiéndose rápidamente en el centro de la India portuguesa, y los reinos vecinos optaron por enviar embajadores y ofrecer alianzas.

Goa fue la base para las posteriores conquistas de Albuquerque: Malaca en 1511 y Ormuz en 1515. Albuquerque no quería que Goa fuera solo una base naval, sino que en ella se centralizara el dominio portugués del océano Índico. Así se convirtió en la capital del Virreinato portugués de Asia que incluía a la India, a Malaca, Indonesia, Timor Oriental, el golfo Pérsico, Macao en China y las bases comerciales en Japón.

Como capital del virreinato, Goa recibió los mismos privilegios cívicos que ostentaba Lisboa. Contaba con una cámara municipal que mantenía comunicación directa con el rey y tenía además un representante especial para atender sus intereses en la corte lusitana. Incluso en 1563 el gobernador local propuso establecer en Goa un Parlamento que representara a todas las regiones del oriente portugués, lo que fue rechazado por el rey.

Como estaba previsto, Goa se consolidó como el principal mercado para los productos de todo el Este. Cada calle ofrecía una clase distinta de productos: perlas y coral de Bahrein, porcelana y sedas de China, especias del archipiélago malayo y telas o productos manufacturados de Portugal.

El Imperio portugués impuso el catolicismo como religión oficial y prohibió a los habitantes que practicasen otras religiones. La Inquisición (1560-1812) se encargó de verificar que las conversiones no fuesen falsas, o que no se practicasen otras religiones en secreto.

La colonia alcanzó el clímax de su prosperidad entre 1575 y 1625. Los viajeros solían maravillarse con el esplendor arquitectónico de la ciudad, a la que denominaban "Goa Dourada", e incluso había un proverbio portugués que decía: «El que ha visto Goa no necesita ver Lisboa».

Después de que Goa pasara a formar parte del Imperio portugués, este territorio fue visitado por misioneros españoles, encabezados por el jesuita san Francisco Javier, que llegó a la India el 6 de mayo de 1542 y, por segunda vez, el 18 de febrero de 1552. Allí Francisco Javier, empezó a predicar y a enseñar a los ciudadanos indios la doctrina católica.

La aparición de los holandeses en aguas del

océano Índico representó el inicio de una gradual decadencia para la colonia de Goa. En 1603 y 1639, la ciudad fue bloqueada por las flotas holandesas en el marco de su guerra contra el Imperio español, aunque nunca llegaron a capturarla. Mientras tanto, en 1635 la ciudad fue asolada por una epidemia.

Tiempo después comenzaron los enfrentamientos con el Imperio maratha, que ocupaba gran parte de la actual India. En 1683, Chatrapati Sambhaji, hijo de Shivaji, intentó conquistar todas las áreas bajo control portugués, incluyendo a Goa, aunque los portugueses lograron resistir. Posteriormente, el virrey trasladó su residencia a la zona denominada Nueva Goa, hoy Panaji, que se convirtió en la sede oficial del gobierno en 1843. La población de la Vieja Goa cayó abruptamente durante el siglo XVIII, ya que la mayoría se trasladó a la nueva ciudad. Goa fue ocupada pacíficamente por los británicos entre 1812-1815 en el marco de la alianza anglo-portuguesa durante las Guerras Napoleónicas.

En el siglo XIX, el Imperio portugués había perdido su territorio de Brasil, mientras que en Asia sus posesiones habían quedado reducidas a unos enclaves en la costa occidental de la India, siendo Goa la principal de ellas. Por aquel entonces Portugal se enfocó en expandir sus puestos en África, donde aún podía competir por obtener vastos territorios.

Cuando estalló la Segunda Guerra Mundial, Portugal se mantuvo neutral y por lo tanto Goa también. Así fue que, cuando estallaron las hostilidades, varios buques del Eje buscaron refugio en Goa antes de afrontar la posibilidad de ser hundidos por la Marina Real británica.

Tras la Segunda Guerra Mundial, todas las naciones europeas comenzaron a abandonar sus colonias, de forma voluntaria o forzada. Portugal se negó a entrar en este proceso voluntariamente y logró retener sus colonias durante varios años. Cuando la India se independizó de Gran Bretaña en 1947, el nuevo gobierno exigió que Goa fuera entregada al país, junto con algunas otras posesiones extranjeras. Portugal se negó, mientras que Francia, que también tenía pequeños enclaves en la India, sobre todo en Pondicherry, las entregó todas con relativa rapidez. El 16 de diciembre de 1961, las tropas indias cruzaron la frontera hacia Goa, en la denominada "Operación Vijay" provocando la rendición incondicional de las fuerzas portuguesas el 19 de diciembre.

Goa Vieja o *Goa Velha* sirvió como capital de la India Portuguesa desde el siglo XVI hasta su abandono en el siglo XVIII debido a una plaga. Se dice que llegó a tener casi 200.000 habitantes y los portugueses la usaron para el comercio. Los restos de la ciudad son Patrimonio de la Humanidad. La vieja Goa está a diez kilómetros de Panaji, actual capital del estado.

Existen varias iglesias de diversas congregaciones, incluyendo la Catedral, sede del Patriarcado

En la página siguiente, campesinos trabajando los campos en el estado de Goa, el más pequeño de la India en extensión.



de las Indias Orientales, la iglesia de San Francisco de Asís, la iglesia de San Cayetano, y la importante, Basílica del Buen Jesús de Goa que contiene el cuerpo incorrupto de San Francisco Javier.

La basílica del buen Jesús de Goa es una iglesia barroca construida entre 1594 y 1605 que, alberga la tumba de San Francisco Javier y es uno de los centros de peregrinaje más importantes de la India. En 1986 fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco.

Los jesuitas se establecieron en Goa después de 1542, tras la visita de Francisco Javier y sus compañeros, y fundaron una pequeña escuela que se acabaría convirtiendo en un seminario católico, el Colegio de San Pablo, para la formación del clero local. Posteriormente, la sede del Colegio se trasladó a los arrabales de la población. Aquí fueron trasladados triunfalmente los restos de San Francisco Javier en 1554 tras su repatriación desde Malaca.

Necesitados de espacio para las actividades apostólicas (misas, predicación, confesiones, etc.), los jesuitas iniciaron la construcción de una iglesia. Una inscripción sobre uno de los pilares de la nave indica que la construcción dio comienzo el 24 de noviembre de 1594. Diez años después, el arzobispo de Goa, Aleixo Menezes, consagraba la nueva *Iglesia de Jesús*, el 15 de mayo de 1605. Comparte con la Iglesia del Gesú de Roma, no solamente las características arquitectónicas, en las que se inspira, sino también el tema principal, el *nombre de Jesús*. Al igual que la Iglesia romana, el monograma IHS preside la impresionante fachada barroca.

En el interior, el suelo está pavimentado en mármol con incrustaciones de piedras preciosas pero aparte de los elaborados altares, la decoración de la Basílica es bastante simple. Contrariamente a la opinión general, la iglesia no fue construida para albergar el cuerpo del misionero. El cuerpo fue trasladado a la nueva Residencia de los Jesuitas en 1613, procedente del Colegio de San Pablo. La canonización de Francisco Javier en 1622 permitió la veneración pública del nuevo santo; el sarcófago con sus restos fue instalado en la iglesia en 1624 y las muestras de fervor popular autorizadas. En 1637, las reliquias del santo fueron colocadas en un arca de plata finamente decorada con escenas de la vida del santo. El monumento adquirió su forma definitiva en 1698: Cosme III de Médici, Gran Duque de Toscana envió a Goa mármoles y al escultor florentino Giovanni Battista Foggini para construir un mausoleo para el santo. El mausoleo de mármol, sarcófago y arca de plata contienen los restos del santo, y fueron situados en el transepto derecho de la iglesia.

La Iglesia se convirtió rápidamente en un importante centro de peregrinaje. Los fieles acudían a postrarse ante el Arca que contenía las reliquias del santo. La primera exposición pública de las reliquias tuvo lugar en 1782. En 1946, y considerando la importancia alcanzada por la Iglesia como centro



de peregrinación, el papa Pío XII elevó la iglesia al rango de *Basílica menor*, convirtiéndose así en la Basílica del Buen Jesús.

Tras los festejos de 1952 en conmemoración del 400 Aniversario de la muerte del santo que reunieron a 810.000 personas, el patriarca de Goa to-

Arriba Conversación entre dos mujeres de Panaji, la actual capital del estado de Goa. Abajo Una de las 4 suites presidenciales del Deccan Odyssey.

mó la decisión de evitar que las reliquias pudieran ser tocadas directamente por los fieles, para lo que colocó el cuerpo en una urna de cristal en 1955.

La catedral de Santa Catalina de Goa está dedicada a santa Catalina de Alejandría, y se levanta como una grandiosa construcción portuguesa que revela un deseo de impresionar con «la riqueza, el poder y la fama de los portugueses que dominaban

día dedicado a Santa Catalina de Alejandría, la obra fue dedicada a ella. Originalmente, tenía dos torres, pero en 1776 una de ellas se derrumbó, y no ha sido reconstruida.

La torre de la catedral alberga una gran campana conocida como la «Campana de Oro» debido a su nítido y bello tono. Se dice que es la más grande en Goa y una de las mejores en el mundo. El altar principal está dedicado a Catalina de Alejandría, y hay varias pinturas antiguas a ambos lados del mismo.

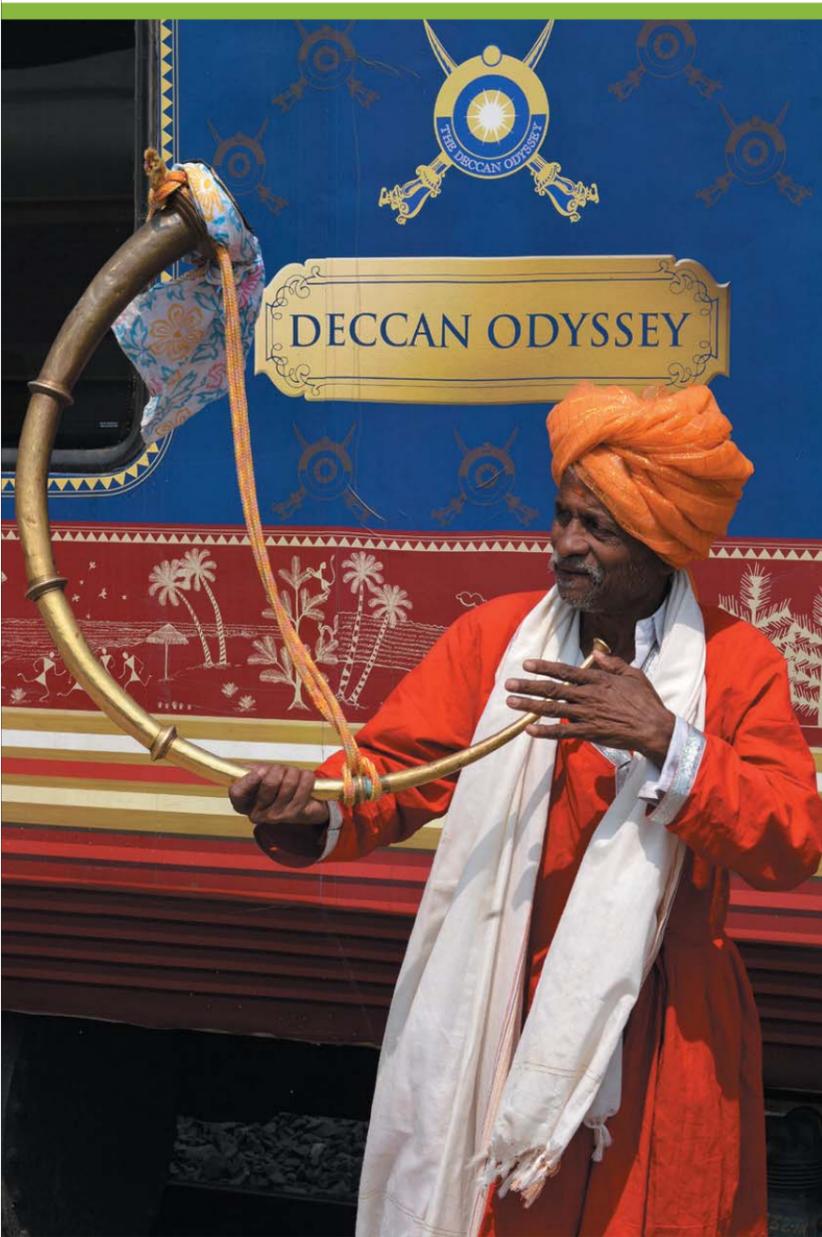
El estilo arquitectónico de la catedral es manierista, muy común en esa época en las localidades portuguesas. En el exterior presenta un orden toscano y en el interior corintio. La nave, única, tiene 76 m. de largo, 55 m. de altura y 35 de luz.

La iglesia de San Francisco de Asís fue construida en 1661 por los portugueses en tres cuerpos, tiene torres octogonales en cada lado y en el nicho central hay una estatua de San Miguel. La nave central tiene bóveda de medio punto mientras que el crucero tiene bóveda apuntada que soporta el coro. Los muros internos, separando las capillas y soportando las galerías superiores, están decorados con frescos de diseños florales. Sobre el tabernáculo del altar mayor se sitúa una gran estatua de San Francisco de Asís y Jesús en la cruz, y se pueden ver estatuas de San Pedro y San Pablo debajo. Los muros adjuntos de la nave conservan paneles pintados con escenas de la vida de San Francisco de Asís.

Goa dispone de un indudable interés por sus restos coloniales fruto de la época portuguesa, pero además es un centro turístico de primer orden, gracias a sus playas y a su modo de vida desenfadado que congrega a gran cantidad de gente joven, tanto extranjera como de la propia India que lo eligen como lugar para sus vacaciones.

Última etapa en Sindhudurg

La última parada del Deccan Odyssey, antes de llegar a su destino final en Bombay, se hace en Sindhudurg para visitar y comer en el Siwantwadi Palace, construido por Khem Sawant Bhonsle, el gobernante de esta región durante 1755-1803. Las paredes de ladrillo marrón del palacio tienen un toque muy étnico y acogen un museo con la historia de la familia, armas de guerra y talleres de artesanía que perpetúan las tradiciones locales. La Reina Madre de la familia real, Sawant Bhonsle aún vive en el palacio y comparte humildemente anécdotas interesantes con los visitantes en días seleccionados, compartiendo una comida amenizada con danzas tradicionales con los viajeros del Deccan Odyssey en el salón del palacio, que sin duda hace recordar el lujo y boato que rodeaba la vida de los maharajás y constituye un magnífico colofón a un esplendoroso viaje a través de los estados de Maharashtra y Goa en uno de los trenes de lujo que recorren la India.



Los músicos acompañan las llegadas y salidas del tren de los pasajeros del Deccan Odyssey durante todo el recorrido.

los mares desde el Atlántico hasta el Pacífico». Está considerada la iglesia más grande construida por los portugueses en el mundo.

Fue construida para conmemorar la victoria portuguesa de Afonso de Albuquerque sobre el ejército musulmán, capturando la ciudad de Goa en 1510, que se convirtió en la capital del estado de la India portuguesa. Como la victoria fue el 25 de noviembre,



SEA CUAL SEA EL DESTINO Y/O TIPO DE VIAJE, SIEMPRE HAY UN SEGURO QUE SE ADAPTA A CADA VIAJERO.

Con el RACE siempre encontrarás el seguro de viaje ideal para cada cliente: anulación, asistencia médica, pérdida de equipajes, overbooking... seguros con coberturas pensadas para que nada, absolutamente nada, estropee un gran viaje a tus clientes.

Entra en turismo.race.es y descúbrelo.

Y SI NO ESTÁS REGISTRADO, ENTRA EN TURISMO.RACE.ES Y CONOCE NUESTRO PLAN DE INCENTIVOS SIN COMPROMISO.

Miembro adherido:
ceav
Confederación Española de Agentes de Viaje



RESERVA TU ESCAPADA EN AVE

avexperience.es

Escápate a ciudades únicas

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

DESTINO ANDALUCÍA



Andalucía se ha convertido en los últimos años en uno de los destinos turísticos más completos del mundo

TURISMO DE SOL Y PLAYA

Andalucía, con más de 800 kilómetros de costa, nos descubre playas que sorprenden por la variedad de sus paisajes, desde las amplias playas de fina arena de las provincias de Cádiz o Huelva, hasta las calas escondidas entre acantilados de la costa de Granada, Costa del Sol o Almería.

TURISMO CULTURAL/MONUMENTAL

La riqueza cultural de Andalucía te transportará a la más temprana antigüedad, con importantes yacimientos arqueológicos, legado de las distintas culturas y civilizaciones que se asentaron en esta bella y rica tierra del sur de España. La Alhambra de Granada, la Mezquita de Córdoba o la Giralda de Sevilla son hitos monumentales de la Humanidad. La brillante arquitectura islámica, renacentista y barroca de sus edificios más importantes, sus castillos, fortalezas y monasterios, diseminados por toda su superficie, completan un patrimonio de enorme trascendencia.

TURISMO DE INTERIOR/NATURALEZA

La diversidad, extensión y riqueza medioambiental de los territorios andaluces es impresionante. En Andalucía se encuentran las cumbres más altas de la Península Ibérica en Sierra Nevada, extensos humedales como las Marismas del Guadalquivir, espesos bosques mediterráneos como el del Parque Natural Sierra de Cazorla, Segura y las Villas o desiertos volcánicos y tramos de costa sin habitar, como el Cabo de Gata en Almería.

SALUD Y BELLEZA

Andalucía reúne todos los ingredientes para ser el lugar idóneo donde disfrutar de un tratamiento personal de salud y belleza. Cuenta con excepcionales

instalaciones y tratamiento para disfrutar de unas vacaciones de salud para el cuerpo y el alma. El suave clima andaluz, el aire puro de las montañas o el contacto con la refrescante brisa del mar ayudan a que disfrutes mientras te cuidas.

TURISMO DE NIEVE

En el corazón del sistema penibético se encuentra Sierra Nevada, un lugar único que cuenta con la estación de esquí de mayor altitud de España y la situada más al sur de Europa. Alberga las cumbres más altas de la Península Ibérica, Veleta (3.394 m) y Mulhacén (3.478 m). En Sierra Nevada, a unos 30 kilómetros de la ciudad de Granada, es posible encontrar más de un centenar de kilómetros esquiables en 115 pistas y una impecable infraestructura de remontes y servicios, que hacen de esta estación de esquí un lugar incomparable para el disfrute de los deportes de invierno.

GOLF / TURISMO DEPORTIVO

Si tu pasión es el golf, Andalucía es la mejor región española para la práctica de este deporte. El inmejorable clima te permitirá practicar el golf durante todos los meses del año. Los campos se ubican en zonas privilegiadas, con paisajes de gran belleza o cercanos a playas paradisíacas. En Andalucía encontrarás un centenar de campos donde jugar en todas sus provincias.

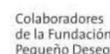
TURISMO DE OCIO

Hay mil formas de divertirse y disfrutar en Andalucía. Dentro de la amplia oferta turística, el ocio se posiciona también como una de las principales motivaciones para los viajeros a la hora de decantarse por Andalucía para pasar sus vacaciones. El destino ofrece una variada oferta de ocio que representa no únicamente una actividad complementaria al turismo, sino uno de los principales atractivos de la comunidad.



Andalucía

Más información: www.andalucia.org





DESTINO CASTILLA Y LEÓN



Castilla y León está de moda

Castilla y León atesora un legado histórico y cultural inigualable, de ahí que muchos le consideren el **corazón cultural de España**. Esta región cuenta con el **mayor número de Bienes Patrimonio Mundial** reconocido por la Unesco de España, once en total, a los que podemos sumar castillos, fortalezas, monasterios y edificios eclesiásticos únicos, y una impresionante riqueza paisajística con **28 Espacios Naturales Protegidos Declarados**.

Además, **¡el enoturismo en Castilla y León está de moda!** No en vano, una de las ciudades de esta región, **León, ha sido nombrada Capital Española de la Gastronomía 2018** bajo el lema 'Manjar de Reyes'. Cultura, naturaleza, y una rica gastronomía a la que acompañan sus buenos vinos con 14 denominaciones de origen y 6 rutas del vino certificadas, suponen una combinación perfecta para realizar una escapada por cualquiera de sus ciudades, con seis de ellas actualmente conectadas mediante AVE. Te llevamos a hacer un recorrido para que conozcas los rincones más atractivos de esta comunidad:



LEÓN. León posee una rica gastronomía y una gran cantidad de interesantes monumentos entre los que se podrían citar la Catedral gótica, la Colegiata de San Isidoro, conocida como la "Capilla Sixtina" del románico y San Marcos. Pero también la Casa Botines, obra de Gaudí, un itinerario perfecto que se puede combinar con una degustación de la gastronomía leonesa por el Barrio Húmedo.

PALENCIA. El Cristo del Otero nos da la bienvenida a esta ciudad a cuya Catedral se le conoce como la bella desconocida, construida sobre una basílica

visigoda visible en la Cripta de San Antolín. Palencia posee un magnífico patrimonio, destacan la Plaza Mayor, las iglesias de San Miguel, San Francisco... pero también palacios como el de la Diputación Provincial, el de Retortillo. Visita, este año, en Aguilar de Campoo la **XXIII edición de la exposición Las Edades del Hombre Mons Dei**.

SALAMANCA. Conoce Salamanca en el año de la **conmemoración del VIII Centenario de la Universidad de Salamanca** y descubrirás esta ciudad Patrimonio Mundial.

SEGOVIA. En Segovia, Ciudad Patrimonio Mundial, no te pierdas el Acueducto, la Catedral, conocida como la Dama de las Catedrales, el Alcázar, así como sus muchas iglesias (San Martín, San Esteban, San Miguel...), sus monasterios (San Antonio el Real, El Parral...), sus torres (de Hércules, de Lozoya, de Arias Dávila), y la judería.

VALLADOLID. Valladolid, ciudad reconocida por sus Rutas del Vino y su rico patrimonio cultural, del que destacan sus iglesias -San Benito, la Pasión, San Pablo, la Vera Cruz, la Iglesia- Convento de San Joaquín y Santa Ana, la Catedral y el Museo Nacional de Escultura donde se encuentra una de las mejores colecciones de escultura en madera policromada de España.

ZAMORA. Para algunos esta es "la Ciudad del arte románico" debido a la concentración de monumentos de este estilo que jalonan cada rincón. Visita: La Catedral considerada "la perla del siglo XII", las iglesias de San Isidro, San Pedro y San Ildefonso, La Magdalena, la muralla, el Castillo, el Palacio de los Momos, el Palacio del Cordón...

Por último, no te puedes perder un recorrido por los 3 km de muralla que rodean a **Ávila**, Ciudad Patrimonio Mundial por la Unesco; **Burgos** y sus dos Bienes Patrimonio Mundial, la catedral gótica y los Yacimientos Arqueológicos de Atapuerca, cuyos hallazgos podrás visitar en el Museo de la Evolución Humana, y una visita a **Soria**, ciudad que escogieron importantes escritores para inspirar sus composiciones.



CASTILLA Y LEÓN

es vida

Más información:
www.turismocastillayleon.com

DESTINO COMUNIDAD DE MADRID



¡Disfruta Madrid en primavera!

Madrid cuenta con propuestas para todos los gustos y bolsillos: grandes Museos -El Prado, el Reina Sofía y el Thyssen-Bornemisza son imprescindibles-, galerías de arte, palacios, monasterios, monumentos, plazas, jardines históricos y más... Su enorme oferta gastronómica, de exposiciones y espectáculos, de ocio diurno y nocturno, constituyen de por sí una buena excusa para visitarla cualquier época del año. En la región destacan por su atractivo turístico cuatro enclaves Patrimonio Mundial: la Ciudad de Alcalá de Henares; el Real Sitio y Monasterio de San Lorenzo de El Escorial; el Paisaje Cultural de Aranjuez, famoso por sus bellísimos jardines; y el Hayedo de Montejo, declarado Patrimonio Natural, un ecosistema singular y único.

Patrimonio al que puedes llegar realizando un inolvidable viaje de época en trenes históricos: el de la Fresa (Aranjuez), el de Cervantes (Alcalá) y el de Felipe II (El Escorial)

Las Villas de Madrid son once destinos de patrimonio cultural, natural y gastronómico con multitud de propuestas turísticas: Buitrago del Lozoya, Chinchón, Colmenar de Oreja, Villarejo de Salvanés, Navalcarnero, San Martín de Valdeiglesias, Nuevo Baztán, Manzanares El Real, Patones, Torrelaguna y Rascafría. Ocio, evasión, el carácter de sus gentes y la calidad de los servicios ¡Toda una experiencia!

Entre los castillos destaca el palacio-fortaleza del siglo XV de Manzanares El Real, el mejor conservado y más emblemático de la Comunidad de Madrid. Los amantes de la gastronomía y el buen comer encontrarán aquí un amplísimo abanico de sabores y cocinas para todos los paladares: tapas, restaurantes con estrellas Michelin y centenarios, tabernas tradicionales, gastrobares, establecimientos gourmet, mercados gastronómicos, etc. En especial recomendamos los Vinos Denominación de Origen de Madrid. Haz un hueco en tu agenda para ir de compras porque estás en un referente en moda y diseño y el segundo mejor destino de compras europeo.

Si te gusta el ecoturismo Madrid también puede sentirse afortunado de contar con lugares tan valiosos y tan diversos como el Parque Nacional de la Sierra de Guadarrama, la Reserva de la Biosfera Sierra del Rincón, la Sierra Oeste, el Pinar de Abantos y Zona de la Herrería, por citar algunos.

Y si lo tuyo es la bici no puedes perderte los recorridos de Ciclamadrid: 420 kilómetros que conectan destinos y recursos turísticos. Un modo sencillo y divertido de recorrer nuestra región y conocer su encanto.

Más información:
www.turismomadrid.es



Comunidad de Madrid



Descubriendo arte en Sigüenza y Guadalajara

Texto y fotografías: Carlos González

Con mucha frecuencia proyectamos grandes viajes y nos olvidamos de la belleza y la sorpresa que nos pueden deparar lugares cercanos de nuestro entorno. Guadalajara, en la Comunidad de Castilla la Mancha, es una provincia quizás poco conocida y por tanto poco visitada, ello no es óbice para que cuente con excelentes paisajes, así como lugares de gran riqueza artística.

La celebración del V Centenario del Cardenal Cisneros (1436-1517) ha constituido el pretexto para la visita a uno de los pueblos más emblemáticos de la provincia citada, que no es otro que SIGÜENZA. Esta ciudad, cuyo obispado se remonta al siglo VI según unos autores y al IV, según otros, es famosa por la tumba del "Doncel", situada en una de las capillas laterales de su Catedral, pero esta misma y la propia ciudad medieval merecen una sosegada visita.

Con antecedentes de la Edad del Hierro, sera la "Segontia" romana y sede episcopal con los visigodos. Pasó a manos musulmanas, siendo reconquistada entre los años 1123/1124. Bernardo de Agén, de origen aquitano y obispo por aquellas fechas, comenzó la construcción de la catedral (1124), finalizada en el siglo XVI. Este largo tiempo de construcción da paso a una mezcla de estilos, que comenzando por el románico (puertas de la fachada principal), pasa al gótico (nave central), continua renacentista (sacristía, con su portada) y plateresco "cisneros" (portada de la capilla de la Anunciación).

No obstante lo anterior, ya de por sí admirable,

todos los visitantes muestran una curiosidad especial por el enterramiento del "Doncel" (Don Martín Vázquez de Arce, muerto en la guerra de Granada de 1492). El monumento funerario muestra una estatua del Doncel, en alabastro policromado, vestido con armadura y en actitud relajada, leyendo un libro, composición muy alejada de las figuras yacentes utilizadas en este tipo de obras. En el centro de la capilla se encuentra el mausoleo renacentista de los padres: Don Fernando de Arce y Doña Catalina de Sosa.

Saliendo de la Catedral hacia la renacentista plaza Mayor, impulsada por el Cardenal Mendoza, nos encontraremos con la calle del mismo nombre, cuya pendiente nos lleva hasta la Plaza del Castillo dónde se encuentra el Parador de Turismo. La historia de esta fortaleza, ahora establecimiento hotelero, se remonta a época romana, para ser luego alcazaba árabe. Conquistada definitivamente para los cristianos por el anteriormente citado obispo Bernardo de Agén, en aquella época los preladados no dudaban en vestir la armadura para luchar contra el enemigo, se convirtió en propiedad

En la página de la izquierda, detalle de la fachada principal del Palacio de los Duques del Infantado en Guadalajara.



de los obispos de Sigüenza. Tras innumerables vicisitudes y la restauración llevada a cabo por el arquitecto José Luis Picardo, la fortaleza se inauguró como Parador por lo reyes Don Juan Carlos y Doña Sofía en el año 1978. Como elementos originales aunque reconstruidos podemos citar: la capilla románica, la portada, las torres y la barbacana. También se pueden admirar elementos renacentistas como la chimenea del salón del trono.

Actualmente es un excelente establecimiento hotelero que ofrece una oferta moderna dentro de un marco histórico, en el se pueden pasar jornadas de descanso no muy lejos del ajetreo de Madrid. También se puede tomar como base para visitar una serie de pequeños pueblos cercanos que constituyen la llamada "Ruta del Románico Rural de Sigüenza". Pueblos como: Carabias con su monumental iglesia de San Salvador, Palazuelos, Ures, Pozancos, Alcuneza, Guijosa, Jodra del Pinar y Cubillas del Pinar, entre otros, nos ofrecen expresiones genuinas de este arte religioso que se extendió por Europa durante los siglos XI, XII y XIII.

Zona de comida recia se caracteriza por la bondad de sus asados, tanto de cabrito como de cordero, pero también: caza, setas y niscalos (en su temporada), migas de pastor, torreznos, judías alcarreñas, escabechados y deliciosos postres con

la miel como protagonista. Uno de los mejores restaurantes de Sigüenza es la Taberna Seguntina en la calle Mayor, 43, junto al Castillo, donde pudimos saborear sus asados, además de disfrutar de las vistas desde su terraza y de la amabilidad de su servicio.

Ya de camino hacia Guadalajara se puede hacer una parada en el bello pueblo de Pelegrina para visitar la Hoz del Río Dulce (Parque Natural del Barranco del Río Dulce), impresionante barranco aprovechado por Félix Rodríguez de la Fuente para rodar alguno de sus bellos documentales sobre la fauna ibérica

Guadalajara es otro lugar poco visitado cercano a Madrid, los que salen de la capital suelen dirigirse a destinos más lejanos y los que se dirigen a la "Villa y Corte" no suelen tener tiempo para detenerse. La capital manchega ha tenido un espectacular crecimiento en los últimos años debido al impulso del denominado "Corredor del Henares", zona de especial ubicación de industria y servicios.

Se suele fijar su creación entres los siglos VIII y IX por pobladores árabes, los cuales le darían el nombre de "Wad al hayarah" (río de las piedras), por el cercano río Henares y del que puede derivarse el actual de Guadalajara. Protegida por Alfonso X, llegaría a su esplendor en el siglo XV con el

En la página de la izquierda: Puerta del Mercado y Torre del Gallo.

Bajo estas líneas: en el interior de la Catedral de Sigüenza encontramos la Tumba del doncel Don Martín Vázquez de Arce.



Fotografía: Restaurante "Taberna Seguntina" de Sigüenza

corrida de espectaculares balcones. Ya en su interior destaca el "Patio de los Leones" con sus galerías de doble arquería superpuesta. En los espacios que delimitan los arcos se encuentra una decoración de diversos animales, sobresaliendo las parejas de leones, ya que este animal era el emblema de D. Diego Hurtado de Mendoza. La puerta de entrada al palacio, en la fachada principal, es otra muestra de la perfección alcanzada por los constructores de aquellos tiempos.

Otros monumentos a visitar son: La Concatedral de Santa María la Mayor, de estilo mudejar y con origen en una antigua mezquita. La iglesia de Santiago el Mayor, de estilo gótico mudejar. Palacio renacentista de D. Antonio de Mendoza, junto a la iglesia de Nuestra Señora de la Piedad, ambas obras dirigidas por Alonso de Covarrubias. La iglesia de San Ginés, de época renacentista, acoge bellos monumentos funerarios de los Hurtado de Mendoza. El barroco esta representado por la iglesia de San



Arquería del Patio de los Leones en el Palacio de los Duques del Infantado de Guadalajara. Arriba: una de las torres del campanario de la Catedral de Sigüenza.

asentamiento de la familia Mendoza. Esta dinastía, que sería una de las más influyentes durante algunos siglos, llegaron a ostentar el título de Duques del Infantado, edificó uno de los más bellos palacios que podamos visitar en nuestro país.

Mandado construir por el segundo duque, en el año 1482, es una obra maestra del arquitecto

Juan Guas, ayudado en la decoración por el escultor Egas Cueman. Su estilo arquitectónico dominante será el gótico llamado "isabelino", complementado por actuaciones renacentistas. La fachada principal es una autentica joya del arte gótico civil, tachonada de "puntas de diamante", sorprende con el remate que la corona y que no es otro que una galería

Nicolas el Real (S. XVII), y la portada del Palacio de los Guzmán.

Las comarcas que rodean Guadalajara la surten de sus mejores productos, nuevamente los corderos y los cabritillos serán la principal oferta gastronómica, pero también la caza (mayor y menor), las judías, las gachas, el morteruelo serrano, las setas

(en su tiempo) y nuevamente los postres tocados por la famosa miel de La Alcarria, siendo el más famoso los bizcochos borrachos.

Reconfortados con alguna de estas viandas repondremos fuerzas para partir hacia cualquiera de nuestros destinos, con el recuerdo de estos lugares cargados de historia.

Arriba, el cordero y el cabritillo, platos estrella de la cocina de Sigüenza y Guadalajara. Debajo, fachada principal del Palacio de los Duques del Infantado en Guadalajara.

ACAVE nos informa...



ACAVE en FITUR 2018

ACAVE estuvo presente en la **38ª edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR)**, que se celebró en el recinto IFEMA de Madrid del 17 al 21 de enero, atendiendo a sus asociados y medios de comunicación en el Stand 10F02A. Compartieron espacio con ACAVE: AERTICKET, BARAKA, GUITOUR, HAHN AIR y VIAOXFT.

Asimismo el 17 de enero se presentó en el Stand de Baleares en FITUR, el Comité de Trabajo de Baleares de ACAVE, con la presencia del Martí Sarrate, Presidente de ACAVE; Catiana Tur, Gerente de ACAVE; Stephan Ebert, Director Ejecutivo de Airticket España y Pere Galmes, Director General de Galben Travel & Business.



La importancia estratégica del Comité de Trabajo es fundamental, tal como destacó Martí Sarrate: *“debido a la expansión que está teniendo ACAVE a nivel nacional y viendo la importancia, envergadura y potencial de nuestros socios, se creyó conveniente crear este grupo de trabajo.*

Importantes agencias de viajes de Baleares forman parte de este Comité y por tanto, a nivel estratégico se conseguirá un mayor acercamiento que permita realizar un seguimiento más directo de la problemática que tienen las agencias en las Baleares.”



Cursos de formación ACAVE

COMO SER MÁS SOSTENIBLE: ACCIONES PARA AGENCIAS DE VIAJE EMISORAS Y RECEPTIVAS

El pasado 25 de enero tuvo lugar en ACAVE el seminario “Como ser más sostenible: acciones para agencias de viaje emisoras y receptoras”, impartido por el **Dr. Xavier Font, University of Surrey, Reino Unido.**

En el seminario se trató cómo ser más sostenible y cómo lo puede hacer una agencia de viajes, tratándose los aspectos más importantes de la sostenibilidad, basándose en los manuales preparados por el Dr. Xavier Font para el Programa de Medio Ambiente de las Naciones Unidas. A dicho seminario asistieron 30 agentes de viajes.

COMUNICACIÓN Y FORMACIÓN DE PORTAVOCES TURÍSTICOS

El pasado 5 de febrero tuvo lugar en

ACAVE el curso “Comunicación y formación de portavoces turísticos”, impartido por la **Sra. Susana Burgos Mazón, fundadora y directora de Portavoces.**

Los objetivos del curso fueron: Conocer las herramientas de los portavoces y comunicadores profesionales y descubrir cómo aplicarlas al negocio de la agencia de viajes; Transformar esas herramientas en habilidades que hagan del asociado de ACAVE el mejor vendedor/a y el mejor negociador/a; Trabajar el mapa de ideas y la improvisación planificada para mantener a raya los nervios a la hora de hablar en público y convertir el miedo escénico en placer escénico; Aprender a gestionar en tiempo para conseguir reuniones, presentaciones y exposiciones públicas más breves y ejecutivas y Aprender a relacionarse con los medios de comunicación para conseguir la difusión de informaciones favorables a las agencias en el contexto del sector turístico. (Noticias que las describan como garantes de la seguridad de los viajeros y

defensoras de los intereses de los pasajeros frente a los proveedores). A dicho curso asistieron 30 agentes de viajes.

COMMUNITY MANAGER Y COMUNICACIÓN 2.0.

El pasado 14 de marzo tuvo lugar en ACAVE el curso “Cómo crear planificación de contenidos para tu web/blog y redes sociales”, impartido por el **Sr. Jaume Quer.**

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 y con este objetivo lanzamos este curso formativo en el que participaron más de 30 agentes de viajes.

FAMTRIP POBLET 22 de febrero de 2018

El pasado 22 de febrero tuvo lugar el **Famtrip de ACAVE** a la Hostatgeria de Poblet para las agencias de viajes miembros de ACAVE. Con esta propuesta se pretenden dar a conocer las visitas y recursos que ofrecen y así disponer de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes. Durante el fam se visitó el Monasterio de Poblet, Cata de vinos, visita y almuer-



zo en la Hostatgeria, visita del Palau del Abat y Arxiu Montserrat Tarradellas.

En dicho viaje participaron un total de 20 agentes de viajes.

III Jornada Tecnológica ACAVE 27 de Febrero 2018

El pasado 27 de febrero, ACAVE celebró en el Hotel NH Constanza de Barcelona, su **Tercera Jornada Tecnológica para Agencias de Viajes** con el propósito de dar a conocer a las agencias las principales novedades tecnológicas que pueden implementar en sus negocios para obtener una mayor rentabilidad y optimización de sus recursos.

La inauguración de la misma estuvo a cargo de Pere Massanés, vocal del Comité de Marketing y Nuevas Tecnologías de ACAVE quien señaló que *“la tecnología es fundamental en nuestras empresas y de acuerdo con los datos del reciente estudio del sector, realizado conjuntamente por ACAVE y Amadeus, un 13% de los gastos de nuestras empresas van destinados a inversiones tecnológicas y sistemas, casi el 80% de las agencias de viajes tienen presencia en las redes sociales y el 76% de las agencias de viajes invierten en publicidad, principalmente on line, ya sea a través de sus propias webs, redes sociales, blogs o buscadores”.*

La ponencia central **Marketing Digital para Agencias de Viajes** fue a cargo de Txell Costa, consultora, conferenciante y CEO de la empresa Txell Costa Group; y también una de las *youtubers* más influyentes en creación de empresas y marketing. *“La importancia de conocer al cliente a través de las herramientas tecnológicas es vital y también el diseñar un plan de marketing adaptado a cada tipo de cliente. El marketing actual, no solo es económico sino que también es*



psicológico; tiene que ser experiencial y coparticipativo. El precio no debe ser un argumento para decidir cuándo hay un vínculo real con el cliente porque es una estrategia a corto plazo y devalúa la profesionalidad” señaló Txell Costa.

Seguidamente se celebraron diferentes sesiones de formación, donde representantes de las empresas participantes presentaron diversas novedades relacionadas con sistemas de gestión para ventas de viajes, reservas, de cobros y de venta de cruceros para las agencias de viajes, entre otras.

AERTICKET explicó cómo funciona *Cockpit* destinado a la comercialización del producto aéreo multimercado.

AMADEUS presentó la nueva plataforma para la reserva y gestión de viajes vacacionales y su catálogo de servicios de comunicaciones.

BANC SABADELL ofreció sus soluciones y medios de cobro en el ámbito presencial y no presencial.

BERONI INFORMÁTICA mostró su sistema CRM y la plataforma en la nube *Enjoy Experience: your market place.*

IST CRUISE TECHNOLOGY EXPERTS enseñó su tecnología adaptada a la comercialización del producto crucero.

PIPELINE SOFTWARE expuso sus soluciones tecnológicas para la nueva modificación del reglamento de facturación y del sistema de NDC.

SCHMETTERLING TRAVEL, empresa tecnológica alemana con presencia en 6 países europeos, demostró la fortaleza de la consolidación y la distribución tecnológica de productos turísticos.

TourKnife con su *software* en la nube permite la gestión integral de viajes en



grupo para touroperadores y receptoras. **TravelLoop** con *Sekuriza* funciona como una herramienta *on line* de reservas y gestión de seguros de viajes.

TRAVELPORT ha explicado las soluciones de conectividad con NDC.

Asimismo, en el transcurso de la Jornada tuvo lugar un *workshop* en el que participaron las siguientes empresas especializadas en tecnología para agencias de viajes: AERTICKET, Alojapro, Amadeus, Banc Sabadell, Beroni Informática, Ist Cruise Technology Experts, Pipeline Software, Schmetterling Global Travel Spain S.L.U., TourKnife, Travel Loop, Travelport y ViaXoft.

II ESTUDIO ESTRATÉGICO DEL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES - ACAVE y AMADEUS

El pasado 15 de marzo se presentó el **II Estudio Estratégico del Sector de las Agencias de Viajes en España**, elaborado por ACAVE y AMADEUS bajo la dirección de la Universidad de Barcelona. En el mismo se encuentran una amplia caracterización de los consumidores y de las agencias de viaje, así como de las tendencias previstas en un horizonte de cinco años y un DAFO del sector. Se trata de un amplio y exhaustivo estudio del sector y a continuación les hacemos un breve resumen del mismo (pueden encontrar el estudio íntegro en: <http://marketing.amadeus.com/estudioagenciasdeviaje2018>)

Cuatro de cada diez viajes turísticos de mercado que emprenden los residentes en España -es decir, aquellos que han contratado un paquete turístico, un medio de alojamiento y/o un medio de transporte no privado o propio- son gestionados por agencias. Este dato supone la intervención de las agencias en un total de 32,6 millones de viajes turísticos en 2016, según las estimaciones efectuadas por la Universidad de Barcelona, a partir del análisis de los microdatos del Instituto Nacional de Estadística (INE).

La mayor parte de los desplazamientos gestionados por agencias -alrededor de 28 millones- se realizaron con motivos vacacionales y 4,6 millones (14%) fueron por asuntos de negocios, en ambos casos principalmente a destinos nacionales. El turismo de sol y playa (18,5%), el familiar (17%) y las motivaciones de tipo cultural (14,2%) lideran las preferencias de los españoles a la hora de hacer sus reservas vacacionales en las agencias. Los viajeros de negocios, por su parte, se mueven principalmente para visitar a clientes o proveedores (43,9% de los viajeros), la asistencia a eventos (22,6%) y acciones de formación (22,3%). Valor y uso de la agencia de viajes 'offline'. Los productos que suelen contratar los usuarios de las agencias de viaje físicas difieren según la motivación de viaje. Los usuarios que se desplazan por ocio contratan con mayor frecuencia paquetes turísticos a medida (17,8%), paquetes turísticos de turoperadores (13,2%) y

cruceros (11,7%). En cambio, los usuarios que viajan por negocios contratan principalmente otros productos o servicios (15,9%), hoteles (15,2%), seguros (14,6%), billetes de avión (11,6%) y alquiler de vehículos (11,6%).

El estudio indaga asimismo en los hábitos y preferencias de los viajeros. Así, la principal razón por la que los usuarios de una agencia física acuden a ella, es el trato personalizado (17,5%), el hecho de que les inspire una mayor seguridad/confianza que Internet (12,3%), la percepción de una mayor facilidad en el proceso de reserva y pago (11,5%) y la inclinación a ser asesorado por profesionales experimentados (10,5%).

Los usuarios de las agencias de viaje físicas tienen una elevada satisfacción por el servicio recibido de las mismas: el 82,3% se declara muy o bastante satisfecho con el servicio que le prestan. Un 25,8% de los usuarios de las agencias de viaje *offline* visita una sola antes de contratar un producto; un 28,2% dos, mientras que el otro 28,2% visita tres establecimientos. Los resultados conducen a pensar en un alto nivel de fidelización, que se ve corroborado con el hecho de que un 73,2% de los usuarios de las agencias físicas acuden siempre, o casi siempre, al mismo punto de venta.

A la hora de elegir una agencia, ya sea vacacional o de negocio, los residentes coinciden en valorar especialmente su precio y la calidad de los productos, aunque para los proyectos de ocio también destacan la profesionalidad y la calidad del producto o servicio ofrecido. Por su parte, los viajeros *business* priorizan el servicio 24 horas (8,9%) y las ofertas existentes (8,1%).

En cuanto a la valoración de los productos que ofertan las agencias de viaje también hay diferencias entre el ocio y el *business*. Así, los viajeros *leisure* creen que lo más relevante es la reserva de alojamiento (un 83,4% de los viajeros lo considera muy o bastante importante), la información sobre destinos (78,7%), la reserva de vuelos (77,2%) y el servicio de atención 24/365 al viajero (71,4%). Los viajeros de negocios, en cambio, consideran que lo más importante es la reserva de vuelos (un 77,0% considera muy o bastante importante), la reserva de alojamiento (75,3%), la gestión de visados (61,7%) y la notificación de

alertas y avisos (64,3%). Cataluña (17,2%), Andalucía (16,3%) y Madrid (15,9%) son las comunidades autónomas en las que reside el mayor número de viajeros *leisure*/ocio; estas mismas comunidades son en las que residen los viajeros con motivación *business*/negocio, aunque cambian su orden: Madrid (15,8%), Cataluña (14,3%) y Andalucía (14,3%).

Valor y uso de la agencia de viajes "online"

Respecto a los hábitos y preferencias de uso de Internet, la investigación indica que antes de contratar un producto lo habitual es mirar más de tres páginas web, que por lo general suelen ser siempre las mismas (68,3% de los casos). La comodidad (12,5%), la obtención de un mejor precio (10,6%), la existencia de más ofertas y promociones (9,9%), la rapidez (9,9%) y comparativa entre precios en diferentes páginas web (9,7%) son las razones por las que los viajeros nacionales acuden a la Red.

El 90% de los usuarios de agencias *online* ha recurrido a Internet en los últimos 12 meses para recabar información acerca de sus itinerarios de viaje (ya sean *business* o *leisure*).

Los aspectos mejor valorados por los usuarios en relación con el proceso de elección de una web para contratar un viaje son: la oferta de precios atractivos / ahorro de dinero (valoración media 7,9), la tranquilidad/seguridad en la contratación (valoración media 7,8), el ahorro de tiempo (valoración media 7,8), la capacidad de resolver problemas surgidos durante el viaje (valoración media 7,7) y la facilitación de toda la información necesaria (valoración media 7,7).

El sector supera la destrucción de tejido empresarial

El estudio encargado por Amadeus España y ACAVE confirma, como ya se avanzó a finales de 2017, que el sector ha superado la destrucción de tejido empresarial que se produjo durante la crisis. En estos momentos operan alrededor de 4.500 agencias de viajes en España, que representan 9.500 puntos de venta. Las ventas medias de las agencias en el último ejercicio superaron ligeramente los cinco millones de euros, casi 300.000 euros más que el año anterior. Existe, no obstante, una gran dispersión en las

cifras: mientras que la empresa con mayores ventas registró una cuanta superior a los 2.000 millones de euros, hay 200 agencias que reportaron unas ventas menores a 10.000€ en el último ejercicio. El número medio de trabajadores por agencia ha seguido una tendencia decreciente desde 2008, pasando de los 12,01 trabajadores por agencia ese año a los 10,05 de 2016; el número medio

de asalariados por agencia ha disminuido de 5,29 en 2014 a 4,73 en 2016.

Madrid, Cataluña y Andalucía concentran el 55% de las agencias de viajes y el 53% de los puntos de venta existentes en España.

El estudio ha sido llevado a cabo por el equipo investigador del Departamento de Econometría Estadística i Economía Aplicada de la Universidad de Barcelona

con la colaboración de la Fundación Bosch i Gimpera de la Universidad de Barcelona, a partir del análisis de las principales fuentes documentales disponibles (Encuesta de Turistas Residentes, DIRCE, Registro Mercantil, INE...) y de una encuesta realizada a 1.250 personas. También se han llevado a cabo diversos *focus group* con especialistas y prescriptores de opinión.

ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA Y ELECCIONES A LA JUNTA DIRECTIVA DE ACAVE 20 de Marzo 2018

El pasado 20 de marzo tuvo lugar la Asamblea General Ordinaria de ACAVE en el transcurso de la cual se celebraron las elecciones de Junta Directiva para la Presidencia de ACAVE. Martín Sarrate fue reelegido presidente de ACAVE por un periodo de cuatro años.

El equipo de la candidatura elegida está formado por: Martí Sarrate (central de Viajes-Julia) Presidente; Jordi Martí (Traveltec) Vicepresidente Área Receptivo-Vicepresidente primero; Jaume León (Tú i Lleida) Vocal; Julià Montero (Barcelona Zero Límits) Vocal; José Marco (ITB) Vocal; Silvia Martino (Magnific Motivation) Vocal; Edith Bouma (Iberoservice) Vocal; Josep Maria Bagudà (Serhs Tourism) Vocal; Julia Franch (Grupo Bestours) Vicepresidenta Área Corporate; Abel Calvet (Ocoa Travel) Vocal; Guillermo Fuster



(Atalanta Viajes) Vocal; Octavi Viñas (Viajes Transglobal) Vocal; Daniel Tejedor (Viajes Tejedor) Vocal; Josep Figuerola (Promoviatges) Tesorero; Pere Galmes (Galven Travel & Business) Vocal; Mónica Puig (Viajes Ter) Vicepresidenta Área Vacacional; Xavier Alemany (Viajes Alemany) Vocal; Jordi Ferrer (Ferrer & Saret) Vocal; Francesca Marsà (Viajes Tuareg) Vocal; Carles Parreu (Worljet Viajes) Vocal; Francesc Ferrer (Ferfrans) Vocal; Carles Estrada (Viajes Intergava) Vocal; Ricard Plans (Transrutats) Vicepresidente TTOO; Cesar Herrero (Catai Torus) Vo-

cal; Valentín Escalera (Tui) Vocal; Oscar Gutiérrez (MSC Cruceros) Vocal; Sergio Arévalo (Royal Caribbean) Vocal; Antonio Guerra (Luxotour) Vocal; Juan José Doñana (Politours) Vocal; Pere Masanès (Viajes Masanès) Vicepresidente Márketing/Nuevas Tecnologías; Montse Hospital (RS Dahuer) Vocal; Stephan Ebert (Aerticket) Vocal; Rafa Isún (Travel Partners) Vocal; Esteban Domingo (Viajes Andrómeda) Vocal; Sandra Angulo (Goes Travel) Vocal y Rafael Quintana (Viap Business Travel) Vocal.

ACAve WORKSHOPS BARCELONA: 22 de Marzo

El pasado 22 de marzo se celebró la 19ª Edición del ACAve Workshop Barcelona, en esta ocasión en el Vestíbulo del Edificio Histórico de la Universidad de Barcelona.

Un total de 51 expositores y más de 270 agentes de viajes participaron en el Workshop de Barcelona, destacando la participación de Iberia y British Airways como proveedor invitado. Los Tour Operadores Antipodes Travel, Baraka Travel Club, Catai Tours, Island Tours, Luxotours, Maps Travel Experts, Politours, Tandem Luxury Travel y Travelkids, Transport



de Barcelona SA, Transrutats, Travelland y World Travel Bitakora; las compañías de cruceros MSC Cruceros, Mundomar y Norwegian Cruise; las empresas tecnológicas Amadeus, Beroni, Expedia Taap

Pipeline, y Travelport Gds / Galileo, de seguros Aon, Erv, New Risk y Winsartorio; las oficinas de turismo de Comité Regional du Tourisme Occitane Sud de France, Costa Brava Pirineu de Girona, Encamp,

Turismo Andaluz, Turismo Torino e Provincia e Instituto de Turismo de la región de Murcia; las cadenas hoteleras Maritim Hoteles, Paradores de Turismo y Sandos y compañías de transporte Trasmediterránea, Iberia, Aerolíneas Argentinas, Air France, Apg, Hahn Air Lines, Latam Airlines Group, Norwegian, Qatar, Royal Air Maroc, Summerwind, United Airlines/Continental, Air Transat, Finnair, Czech Airlines, Cathay Pacific, Air Lingus, Aerticket, Rent&Ride, Vueling; espacios como el Hard Rock Internacional o Portaventura World estuvieron presentes en dicho evento.

En relación a las tendencias 2018, las agencias de viajes ya han empezado a preparar la temporada estival, con unas perspectivas de aumento en las reservas, que se están empezando a notar en estas fechas del año.

Los ciudadanos cada vez son más exigentes y buscan en la elección del producto contratado en primer lugar: la calidad y en segundo lugar: el precio, demostrando de esta manera que la estabilidad económica repercute positivamente en el sector con un aumento notable de las reservas y una mejora en la calidad de los servicios contratados. Para esta temporada 2018 los destinos nacionales destacados son Andalucía, Costa Brava-Girona, Murcia y Baleares, los cuales ya no sólo destacan por el turismo de sol y playa, sino también por la rica y variada oferta de turismo interior.

Asimismo por su cercanía y su riqueza natural también destaca Andorra.

En cuanto a los destinos de media distancia, las reservas se orientan principalmente a Europa con Rusia, Croacia, Reino Unido, Islandia, Países Bálticos o Escandinavia, ciudades como Turín, además de las ya tradicionales capitales europeas. En los destinos de larga distancia cobran fuerza los parajes paradisíacos de Oceanía, Australia, Nueva Zelanda, Cuba, Costa Rica e Islas del Pacífico. Asia con Japón liderando los destinos, destaca con un especial crecimiento, consolidándose otros países asiáticos como China, India, Vietnam, Camboya, Myanmar o Tailandia, y posicionándose nuevos destinos como Filipinas, Azerbaiyán o Borneo. En el Océano Índico destacan las Islas Fiji o la Polinesia Francesa. En todos ellos, la oferta turística de viajes de luna de miel con playas paradisíacas y parajes naturales selváticos es una de las más elegidas.

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

El crucero, también ha conseguido posicionarse un año más como un producto elegido para estos días, destacando también la consolidación de los cruceros fluviales. En todos estos destinos es importante

destacar la conectividad que ofrecen compañías de transporte como son: Air China, Air France, Air Transat, APG Spain, AVIS, Cathay Pacific, Hanhn Air, Iberia, Latam Airlines, Norwegian Air, Qatar Airways, Royal air Maroc, Summerwind, Trasmediterranea, United Airlines o Vueling Airlines. Y es muy importante que muchas compañías aéreas estén ofreciendo conexiones directas desde Barcelona. Las cadenas hoteleras presentan cifras optimistas para esta temporada 2018, apostando por el lujo en el caso del Caribe o en el aumento del turista nacional que visita los paradores repartidos en enclaves únicos de toda España así como Benidorm y Torremolinos, que siguen siendo destinos turísticos para el verano. Las empresas tecnológicas como son Amadeus, Beroni, Expedia Taap y Travelport, presentan también sus innovaciones y aplicaciones que permiten reducir costes y ofrecer más servicios a las agencias de viajes y a sus clientes, como son las herramientas de autorreservas para la automatización de gestión turística. Por último compañías de seguros como son AON, ERV, y corredurías de seguros como New Risk o Winsartorio también presentaron las novedades en seguros de asistencia en viaje, así como los seguros de viaje con cancelación libre de desistimiento, terrorismo y catástrofes naturales o la posibilidad de asegurar a extranjeros (no residentes en España) que viajen por el extranjero.

ACAve WORKSHOPS BILBAO: 12 de Abril

El pasado 12 de abril tuvo lugar el ACAve Workshop Bilbao, en el Hotel Carlton de dicha ciudad.

Un total de 32 expositores y más de 70 agentes de viajes participaron en el Workshop de Bilbao, destacando la participación de Iberia y British Airways como proveedor invitado. Los Tour Operadores Baraka Travel Club, Island Tours, Luxotours, Maps Travel Experts- KAIHOPARA, Tandem Luxury TravelKids, Transrutas, Travelland y World Travel Bitakora; las compañías de cruceros MSC Cruceros, Mundomar y Norwegian Cruise; las empresas tecnológicas Beroni y Expedia Taap, y de seguros Aon; las oficinas de



turismo de Oficina Nacional Israelí de Turismo, Costa Brava Pirineu de Girona, Turismo Andaluz e Instituto de Turismo de la región de Murcia; las cadenas hoteleras Paradores de Turismo y Sandos y compañías de transporte Trasmediterránea, Air France-Klm, Air China, Apg, Norwegian, Qatar, Summerwind, United Airlines, Cathay Pacific y Vueling; también espacios como Portaventura world estuvieron presentes en el Workshop que se celebró en Bilbao.

rránea, Air France-Klm, Air China, Apg, Norwegian, Qatar, Summerwind, United Airlines, Cathay Pacific y Vueling; también espacios como Portaventura world estuvieron presentes en el Workshop que se celebró en Bilbao.

ACAve WORKSHOPS SEVILLA: 26 de Abril

El pasado 26 de abril tuvo lugar el ACAve Workshop Sevilla, en el Hotel Alfonso XIII de dicha ciudad. Un total de 32 expositores y más de 240 agentes de viajes participaron en el Workshop de Sevilla, destacando la participación de Iberia y British Airways como proveedor invitado. Los Tour Operadores Baraka Travel Club, Island Tours, Luxotours, Maps Travel Experts-KAIHOPARA, Southern Cross, Tandem Luxury Travel-Kids, Transrutas, Traveland y World Travel Bitakora; las com-



pañías de cruceros MSC Cruceros, Mundomar y Norwegian Cruise; las empresas tecnológicas Beroni y Expedia Taap, y de seguros Aon; las oficinas de turismo de Ara Lleida e Instituto de Turismo de la Región de Murcia; las cadenas hoteleras Paradores de Turismo y compañías

de transporte Trasmediterranea Air France-Klm, Air China, Apg, Hahn Air, Norwegian, Qatar, Summerwind, United Airlines, Blue Air / O.T. Torino y Vueling; también espacios como Hard Rock Café y Port-Aventura world estuvieron presentes en el Workshop que se celebró en Sevilla.

VIAJE ACAve a OMAN: 28 de Abril al 7 de Mayo

Del 28 de abril al 7 de mayo ACAve, acompañado por un grupo de 23 agentes de viajes, ha realizado su viaje a OMÁN donde hemos podido conocer de primera mano y a través de un atractivo y completo programa este fascinante país, sus paisajes, su historia y sus gentes. En esta ocasión, hemos contamos con la inestimable colaboración de The Vision, Anantara Hoteles y Qatar Airways. Durante nuestra estancia hemos visitado la capital del Sultanato de Omán, Muscat, con su impresionante Mezquita del Sultán Qaboos y su Zoco, viajando hacia Wahiba Sand (de camino nos encontramos con espectaculares wadis) donde pudimos disfrutar



la experiencia del desierto, regresamos hacia las montañas de Al Jabal Akhdhar y de camino visitamos la ciudad de Niwza, centro espiritual del país, situada en un oasis, donde conocimos los Fuertes de

Bahla y Jabrin y ya de regreso a Muscat. Parte del grupo tuvimos la posibilidad de Salalah, capital de la provincia y segunda ciudad del país donde hemos disfrutado de sus espectaculares playas y cultura.



PRESENTACIÓN PROGRAMACIÓN TOUR OPERADORES: 24 de Mayo

El 24 de mayo 2018 tuvo lugar en Sabadell la presentación de Tour Operadores de ACAve dirigida a las agencias de viajes de la provincia de Barcelona. En dicha presentación participaron los Tour Operadores: LUXOTOUR, quien presentó sus salidas especiales en Asia; MAPATOURS, presentó Mundimapa, su nueva marca de grandes viajes; MSC CRUCEROS, invierno 2018-2019; POLITOURS, Egipto 2018; TRANSRUTAS, Nueva programación para mayores de 55 años y TUI, sus viajes para familias. Más de 65 agentes de viajes participaron



en la presentación. La próxima cita tendrá lugar en Ibiza, el próximo 4 de julio, donde los touroperadores de ACAve presentarán sus productos a las agencias de viajes de la isla.

AVIBA nos informa...



AVIBA CELEBRA SU SEGUNDO NETWORKING Y PRESENTA NOVEDADES EN LA AGRUPACIÓN

Entre ellas, la presentación de nuevos asociados y un spot donde se resalta la importancia de comprar billetes y viajes en las agencias. A principios de abril la Agrupación Empresarial de Agencias de Baleares celebraba un segundo encuentro que reunía a centenares de agencias de viajes y proveedores del sector que buscaban crear sinergias entre los distintos modelos de negocio para aumentar las ventas. Las primeras palabras de su presidente, Toni Abrines, fueron para los asistentes y para "los que se han tenido que quedar fuera por motivos de espacio" y es que, "si el año pasado cubrimos las expectativas, este año nos hemos desbordado en peticiones por lo que lamentamos haber dejado fuera empresas de gran calado. Ya estamos pensando en ampliar el espacio para la tercera edición" destacaba Abrines.

Además de ello, Abrines puso en valor logros conseguidos por AVIBA en los últimos años y la importancia que tiene formar parte de la agrupación "porque se crea músculo y es más fácil luchar por los intereses comunes que hacerlo de manera individualizada".

Durante el encuentro se presentó un spot y unas cuñas de radio que se están



emitiendo en diferentes medios de comunicación. En ellos se destaca la importancia de comprar viajes a través de las agencias por el asesoramiento y las garantías que ofrecen. Esta acción publicitaria se enmarca en el nuevo rumbo que, desde hace un año, se está dando a toda la comunicación de la Agrupación que se inició con la contratación de una periodista para dirigir el departamento de medios, continuó con el cambio de imagen de la marca AVIBA, y sigue a día de hoy con la emisión de notas de prensa, artículos en el blog o acciones especiales de interés mediático. Todo ello ha hecho que, en un año, la Agrupación se haya hecho más visible y, a día de hoy, podemos decir que los medios cuentan con la opinión de AVIBA cuando hay temas de calado turístico.

Pero sin duda, la parte más emotiva fue la presentación de las nuevas agencias que se han sumado a AVIBA. Abrines



De izquierda a derecha: Rafael Gallego, CEAV, Jaume Alzamora, ATB, y la directiva de AVIBA; Pedro Iriando, Pau Alemany, Javier Esteban y Toni Abrines.

quiso dar la bienvenida de manera especial a Viajes Llabrés, Viatges Voltes, Viajes Exploramunt, Unión Tours, Viajes Fama, Viatges Coanegra y Amaltea Viajes por confiar en el asociacionismo y les invitó a participar de manera activa en nuevas propuestas que sumen al conjunto de los integrantes porque, como dice nuestro lema, "juntos, hacemos más". Alrededor de 150 agencias de viajes se dieron cita en este II Workshop celebrado en el Hotel Valparaíso & Spa. Un encuentro donde se presentaron productos y novedades por parte de los expositores y se llevaron a cabo sinergias de negocio y colaboraciones entre agencias emisoras, receptoras, mayoristas y minoristas. Una vez finalizado el encuentro se sirvió un finger food donde los asistentes, y ya de una manera más distendida, disfrutaron de una velada en la que el nexo de unión fue el turismo.

Turismo de Japón, se encargaron de organizar este encuentro, que tuvo lugar en el Hotel Costa Azul, para dar a conocer de primera mano el destino de moda. Junto a JTB Viajes Spain, mayorista especialista en Japón, y la compañía aérea AF-KLM, todos los asistentes pudieron disfrutar de la cultura de este país asiático, de la gastronomía, y aprender nuevos conceptos que hacen de este país un lugar único que merece la pena vender y conocer.

JAPÓN, EL DESTINO DE MODA

El pasado mes de febrero AVIBA participó en un Seminario sobre Japón que contó con numeroso público de agencias de viaje interesadas en conocer con mayor detalle las características del país nipón. CEAV, Confederación Española de Agencias de Viajes, y la Oficina Nacional de



AVIBA PARTICIPA EN EL SEMINARIO DRESDEN ELBLAND

Si en febrero fue Japón, en marzo le tocó el turno a Alemania. El presidente de AVIBA, Toni Abrines, participó en el Seminario Dresden Elbland, organizado por la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT). El objetivo de este encuentro

era acercar este destino europeo a las agencias de viaje de Baleares gracias a la nueva ruta aérea desde Barcelona y Palma de Mallorca que oferta Alemania. En el evento, que contó con un nutrido grupo de asistentes, se explicaron los atractivos turísticos de la ciudad. Las presentaciones de las peculiaridades que hacen de este destino un lugar diferente, y que merece ser visitado, corrieron a cargo de representantes institucionales de Dresden y de Alemania.



Todos los asistentes pudieron degustar un almuerzo en el que no faltaron productos típicos de la zona.

AVIBA PATROCINA EL PREMIO FIESTAS Y TRADICIONES EN LA GALA DE ONDA CERO

La Agrupación de Agencias de Viajes de las Baleares, Aviba, se sumó a la gala Premios Onda Cero Mallorca 2018, que este año celebraba su VII edición, patrocinando el premio Fiestas y Tradiciones otorgado a la Fira d'Alcudia, por su antigüedad, renovación y popularidad. En total se entregaron 16 galardones a personas y colectivos sociales de Ma-

llorca y, ante un numeroso público que se dio cita en el Auditorium de Palma, el presidente de nuestra Agrupación, Toni Abrines, hizo entrega de tan importante distinción al alcalde de Alcudia y a la concejal de Ferias y Mercados, Antoni Mir y Catalina Juan, respectivamente. Para Abrines, "es necesario estar presente en actos como el celebrado ayer por un medio de comunicación porque representamos un sector muy importante de la sociedad y, nuestra actividad, supone el motor económico del archipiélago por lo que respaldar acciones tan significativas nos dan una proyección nece-



saria para hacernos un hueco en la toma de decisiones que afectan al turismo y para defender los intereses de los asociados".

TALENT FOR TOURISM, UNA VENTANA ABIERTA AL TURISMO

AVIBA estuvo presente en Barcelona, en un congreso anual de referencia en el sector turístico, un lugar donde se dieron cita grandes profesionales, empresas y los expertos más prestigiosos del sector para realizar un networking. Organizado por Turijobs, Talent for Tourism repitió experiencia y éxito con un programa de primer nivel y gracias a la participación activa de los principales líderes de opinión y empresas punteras del sector turístico.

Un conjunto de ponencias y una mesa redonda completaron la jornada que dirigieron ponentes como Victor Küppers, Antonio Ruiz y Mago More. Tres perfiles que solo nombrarlos ya hacían interesante la asistencia. Küppers, formador y excelente conferenciante, basó su explicación en las técnicas de ventas para cracks en las que conseguir la



satisfacción y la fidelización del cliente. Antonio Ruiz, speaker internacional, centró su ponencia en cómo cautivar al consumidor, cómo entender sus procesos mentales como clave para conocer su decisión de compra y poder venderle mejor. Y Mago More; entre otras facetas es mago, conferenciante y articulista, habló de una cuestión de magia, cómo

conseguir lo que quiere el cliente. Desde Baleares, y como muestra de la unión de un país que cree en acciones conjuntas que benefician la economía del territorio, AVIBA estuvo presente en dicho encuentro que, en palabras de su presidente, Toni Abrines, "marcó el inicio de una temporada turística con grandes retos que asumir".



UNAV nos informa...



LOS MEJORES EXPERTOS Y GRANDES EMPRESAS ESPAÑOLAS SE REUNIERON EL PASADO 12 DE ABRIL EN CUENCA CON MOTIVO DEL XXI CONGRESO ANUAL DE TURISMO UNAV

La Unión de Agencias de Viajes (UNAV) reunió a los mejores expertos y grandes empresas españolas en el marco de su XXI Congreso de Turismo, que se celebró del 11 al 13 de abril en la ciudad de Cuenca, Declarada Patrimonio de la Humanidad, con la colaboración del Ayuntamiento de Cuenca y la Diputación Provincial, bajo el título **'Retos y garantías de la agencia de viajes'**.

El incomparable marco de la ciudad de Cuenca ha acogido el **XXI Congreso de**

Turismo UNAV-2018, que ha supuesto un alto nivel en el contenido de la ponencias y temática, así como en el número de asistentes al mismo, más de 240 participantes.

Cuenca, ubicada en un enclave único y singular, fue declarada Ciudad Patrimonio de la Humanidad en 1996, tanto por su espectacular enclave, como por la riqueza arquitectónica y cultural que encierra esta ciudad medieval.

Es necesario destacar la Catedral de San Julián y Santa María, la primera, junto con la de Ávila, de estilo gótico, cuya construcción se inicia a finales del siglo XII, siguiendo influencias anglo-normandas, lo que la convierten en un singular y único ejemplar. Restaurado su interior hace pocos años, dotándola de una acertada iluminación, que permite visualizar, con gran detalle, toda la magnificencia de esta importante basílica. Es visita obligada de cuantos viajeros se desplacen a esta bellísima ciudad. El programa oficial del evento, en el que se debatió sobre el futuro del sector, arrancó el jueves, 12 abril, a las 9.30 horas, de la mano de los representantes institucionales de Cuenca y UNAV, quie-

nes dieron la bienvenida a los congresistas y quedando inaugurado oficialmente el acto en el Auditorio de la ciudad. A continuación, la Diputación Provincial de Cuenca presentó los recursos turísticos de la ciudad y su entorno y los acompañantes disfrutaron de visitas guiadas.

El primer 'Panel' del Congreso de las llamadas 'Sesiones de trabajo', se inició a las 10 horas bajo el título 'Trasposición de la Nueva Directiva Europea de Viajes Combinados a la legislación española. Nuevas obligaciones para las agencias de viajes en relación con los Viajes Combinados y los servicios de viajes vinculados a la normativa', y estuvo a cargo de María Dolores Serrano, responsable de la asesoría jurídica de UNAV Legal DEIUDEM. Seguidamente el abogado experto, colaborador de DEIUDEM-UNAV Legal, Sergio Japaz, habló sobre la Protección de Datos.

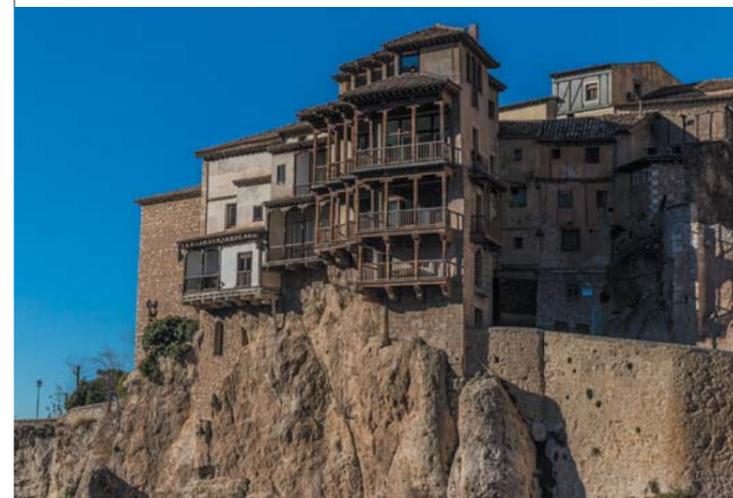
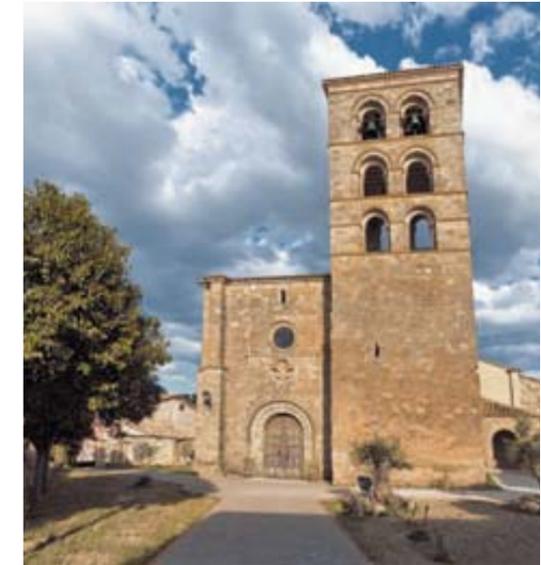
Media hora más tarde se habló sobre 'Certificación PCI/DSS conformidad a la Normativa y cumplimiento de la exigencia de IATA. Resolución 812/818/890. Tratamiento y posibles sanciones en la protección de datos', de la mano de Manuel

Fernández, 'Regional Sales' ADVANTIO. A continuación, Manuel Sos, director General PIPELINE SOFTWARE, ofreció una ponencia sobre la 'Modificación de la Disposición Adicional 4ª del RF. Posibilidad de emitir facturas para documentar determinadas operaciones en las que las agencias de viajes operan en nombre y por cuenta del proveedor'. "En esta cita se debatieron cuestiones de gran importancia para el desarrollo de la actividad de las empresas del sector, tales como la adaptación de las agencias de viajes a las trasposiciones de las nuevas directivas y garantías al cliente en materia de viajes combinados, aplicación del IVA, protección de datos o certificación para el uso de tarjetas de crédito; o las tendencias actuales del viajero", explicó el presidente de UNAV, que "serán los propios representantes de destacados proveedores de servicios turísticos, organizaciones de Agencias de Viajes y Tour Operadores de primer orden, los que debatirán sobre temas técnicos y comerciales que afectan a planteamientos, tratamiento y tendencias del viajero actual".

La 'Mesa redonda' de la cita congresual tuvo lugar a media mañana tras una pausa para café, moderada por Borja Rodríguez, socio fundador de REINIZAT, y Marcos Franco, socio fundador de REINIZAT, quienes centraron la charla en temas técnicos y comerciales que afectan a planteamientos, tratamiento y tendencias del viajero actual. En este



coloquio tomaron parte David Vidal, 'head of Sales Management' de AMADEUS; Katia Estace, directora del Departamento Turismo AON; Ingrid Graells, directora comercial BERONI INFORMATICA; David Villarino, director general CARREFOUR VIAJES; Fernando Sánchez, director general CATAL; Víctor Moneo, director de Ventas en España IBERIA; Manuel López, 'CEO' INTERMUNDIAL; Santiago Vallejo, director general MOVELIA; Francisco Cañamero, director Comercial RENFE; Fredric Lindgren, director general TRAVELPORT; María Dolores Serrano, responsable jurídica UNAV LEGAL-DEIUDEM; y María Olías, directora de Ventas Vacacional VIAJES EL CORTE INGLES.



A las 14:00 de la tarde, Dominique Maulin de ATOUT France presentó el Viaje Post-Congreso 'BRETAÑA FRANCESA'. Y en el marco de un almuerzo de trabajo para congresistas y acompañantes, ofrecido por la Diputación de Cuenca, se leyeron las 'Conclusiones del Congreso' y fueron entregados los 'Reconocimientos' a los patrocinadores del evento. Se entregó una placa como reconocimiento a la gran labor profesio-

sional y asociativa a Jesus Nuño de la Rosa, consejero delegado de El Corte Inglés. Y el reconocimiento unánime a Jose Luis Prieto Otero por su trayectoria profesional y a los 24 años como presidente de UNAV. La clausura del evento corrió a cargo del ministro de Justicia, Rafael Catalá. Se presentó la sede del XXII Congreso de UNAV, la ciudad de Segovia, a cargo de Magdalena Rodríguez Gomez, Dipu-

tada de Segovia. El Congreso, cuya presidencia de honor está ostentada por Su Majestad el Rey Don Felipe VI, cuenta en su cuadro de honor con el alcalde de Cuenca, Ángel Luis Mariscal y el presidente de la Diputación Provincial de Cuenca, Benjamín Prieto. Presidido por José Luis Prieto, presidente de UNAV, quien además es miembro del Comité Organizador junto a José Luis Méndez y Ramón Buendía.

CARLOS GARRIDO, NUEVO PRESIDENTE DE UNAV

Tras 23 años al frente de UNAV, José Luis Prieto ha cedido el testigo a Carlos Garrido, propietario de Viajes Dos. Antes de ponerse al frente de la UNAV, Carlos Garrido ha sabido liderar otras tres empresas de gran relevancia: Viajes Dos (agencia de la que es propietario), Ingeniería Secosol y Viajes Excelsior. Además, ha sido vicepresidente primero de la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (FETAIVE), de la que se retiró por desavenencias con los órganos de gobierno de la federación. Después de esa experiencia, decidió formar parte de la UNAV, donde fue nombrado vicepresidente del Área de Transporte Ferroviario de CEAV, desde donde participó en la negociación del actual Convenio Colectivo Laboral de Ámbito Estatal para el Sector de las Agencias de Viajes. Además, es consejero de GEBTA (Guild of European Business TravelAgent), miembro de la junta directiva de CEIM-COE (Confederación Empresarios Independientes de Madrid) y ha sido presidente de la Asociación de Jóvenes Empresarios (AJE). José Luis Prieto seguirá ligado a UNAV como presidente de honor. Durante su mandato, ha destacado por su influencia en el Asociacionismo empresarial llevan-



Carlos Garrido recibe de manos de José Luis Prieto el relevo de la Presidencia de UNAV.

do a la UNAV a ser considerada como un ejemplo a seguir en el sector de las agencias. Entre las gestiones de José Luis Prieto destacan la creación en 1996 de los Congresos anuales de Turismo y su apoyo al proyecto de unificación liderado por CEAV. Durante su mandato su leitmotiv ha sido luchar por los intereses de las agencias de viajes, independientemente de sus características particulares. Con Prieto como presidente, UNAV ha sido reconocida por el Gobierno de España con la Placa de Oro al Mérito Turístico. Además, es la única Asociación del Sector que posee la Calificación de Calidad ISO 9001.

La clausura del XXI Congreso de la Unión de Agencias de Viajes, a la que asistió el ministro de Justicia, Rafael Catalá, sirvió de homenaje a José Luis Prieto por sus 23 años al mando de la UNAV. El ministro de Justicia agradeció a José Luis Prieto la invitación al evento de clausura del XXI Congreso de UNAV y se postuló como "firmante entusiasta" de la propuesta de José Luis Prieto para la medalla al Mérito Turístico que el presidente de la Conferencia Española de Agencias de Viajes (CEAV), Rafael Gallego, había lanzado en una intervención anterior.

AEDAV nos informa...



ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA y ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA 10 de enero de 2018 de AEDAV-ANDALUCÍA (Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía)

La Asociación de Agencias de Viajes AEDAV ANDALUCIA ha celebrado el pasado día 10 de Enero su ASAMBLEA GENERAL ORDINARIA y ASAMBLEA GENERAL EXTRAORDINARIA de carácter Electoral que, en esta ocasión, tuvieron lugar en la Sede de la Asociación en la Plaza Cantabria Local 10, de Torremolinos – Málaga. En la Asamblea General Ordinaria se han tratado y aprobado todos los puntos que

componían el orden del día, habituales en estos casos, como son la presentación y aprobación de las cuentas del Ejercicio 2017 y el Presupuesto para el año 2018. Por parte de la Junta de Gobierno se presentaron los informes correspondientes para aprobación de los mismos como: Acciones desarrolladas a lo largo del 2017 y Memoria de Actividades.

Nuevos acuerdos establecidos con distintas Entidades y Organismos.

Así mismo se trataron diversos asuntos de interés, entre ellos, el proceso de consolidación de la unificación sectorial en Andalucía desde la Federación Andaluza de Agencias de Viajes, a la que Aedav Andalucía pertenece como Asociación y ostenta la Presidencia de la misma con el Presidente, Sergio García Ferreira. Acciones previstas de realizar en el 2018 entre las que destaca la de intensificar la labor de adhesión de nuevos asociados a nivel autonómico y potenciar la labor de representación y defensa de los intereses e imagen de las agencias de viajes, así como, incorporar nuevos servicios con el objetivo de facilitar y mejorar las condiciones en el desarrollo de



Sergio García Ferreira, Presidente de AEDAV

su actividad profesional. En la Asamblea General Extraordinaria se procedió a la elección de presidente y nueva Junta de Gobierno siendo elegida, de forma unánime, la candidatura encabezada por el actual Presidente D. Sergio García Ferreira de Viajes Saldumar de la que formarán parte también los siguientes miembros: Rosa Mª Díaz Olivera de Abies Travel; Dolores Sánchez del Barco de Andalucía Travel; Toon Espinosa de Viajes Savitur; Helmut Schmit de RTA Spanish Event y Uwe Bekurts de Schlosser Reisen.

CADA DÍA SOMOS MÁS...



La ASOCIACION Provincial de Agencias de Viajes de HUELVA nos informa...



LAS AGENCIAS DE VIAJES DE LA PROVINCIA DE HUELVA SE PONEN AL DÍA EN LA FOE SOBRE EL NUEVO MARCO NORMATIVO DEL SECTOR

Más de treinta empresarios llegados desde distintos puntos de la provincia se reunieron en la FOE, el pasado 11 de mayo, convocados por la Asociación Provincial de Agencias de Viajes para analizar cuestiones relacionadas con diferentes normativas que afectan al desenvolvimiento de esa actividad económica, que ha contado con la colaboración de la Junta de Andalucía, la Confederación Española de Agencias de Viajes, la Federación Andaluza de Agencias de Viajes y la propia FOE.

El presidente de la Asociación Provincial, Luis Arroyo, daba la bienvenida a los asistentes situándolos en la realidad en la que se mueve el sector que tiene ante sí un entorno cambiantes al que hoy se ha pretendido acercar, especialmente en algunas normativas que han sido modificadas, poniendo de relieve la importancia del asociacionismo para coordinar y defender intereses comunes. Con un plantel de ponentes de primer nivel, la jefa de Servicio de Empresas y Actividades Turísticas de la Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía, Natividad Bejarano Marín, abrió el pro-



grama refiriéndose a la modificación de las garantías de la responsabilidad contractual que entrará en vigor el próximo mes de julio. Asimismo, las novedades en la facturación introducidas con el Reglamento que ha venido a transponer la Directiva 2010/45/UE fueron expuestas por Juan Carlos García Moreno, en representación de la Agencia Tributaria, y Miguel Angel Cubero, de Cubero Abogados, encargándose este último de

introducir a los asistentes en la nueva Ley de Protección de Datos que es de obligado cumplimiento desde el pasado día 25 del mes de mayo. Por último, los empresarios asistentes celebraron un sesión de *networking* prevista en estas mismas jornadas con la intención de establecer vínculos de cooperación entre las empresas integradas en la Asociación Provincial de Agencias de Viajes.



Jornada formativa PARA agencias de viajes DE LA PROVINCIA de Huelva

viernes 11 de mayo

PROGRAMA INTENSIVO:

- 09:15** **Recepción** de participantes, entrega de acreditaciones. Te invitamos al desayuno.
- 09:45h** Comienzo del programa:
- 09:45 - 10:00h** Apertura de Jornada.
- 10:00 - 11:20h** **Modificación de las garantías de la responsabilidad contractual**, Decreto 60/2018, de 27 de febrero, por el que se modifica el Decreto 301/2002, de 17 de diciembre, de agencias de viajes plazo máximo adaptación 01/07/18
Ponente: Natividad Maria Bejarano Marín (Jefa del Servicio de Empresas y Actividades Turísticas, Consejería de Turismo JA)
Ponente: Miguel Angel Cubero (bufete Cubero Abogados)
- 11:20 - 11:40h** **Presentación Avoris Travel**
- 11:40 - 13:00h** **Novedades en la facturación de las AAVV** "disposición adicional cuarta, reglamento de facturación 1619/2012", aplicable desde 01/01/18
Ponente: Miguel Angel Cubero (bufete Cubero Abogados)
Ponente: Juan Carlos García Moreno (AEAT)
- 13:00 - 13:20h** **Presentación AerTicket**
- 13:20- 13:40h** **Nueva Ley de protección de datos**, que entra en vigor 25/05/18 (Pínelada al tema)
Ponente: Miguel Angel Cubero (bufete Cubero Abogados)
- 13:40 - 14:00h** **Presentación MSC Cruceros**
- 14:00h** **Tapeo para los asistentes.** Momento de convivencia entre agentes de viajes de la provincia.

Sorteos • Regalos • Noches de Hotel • Cenas • Actividades en Doñana

Se ruega confirmación: daniel@foe.es

Agentes de viajes de la provincia de Huelva: **gratis**
Asistencia a las Jornadas, sin ser agente de viajes: **40€**
Edificio FOE. Avda. de la Ría, 3 21001 Huelva.



La ASOCIACION Provincial de Agencias de Viajes y OPC'S de Granada nos informa...



EL SISTEMA DE ENTRADAS DE LA ALHAMBRA Y EL GENERALIFE, PLANTEA SERIOS PROBLEMAS AL RECEPTIVO ESPAÑOL

Por: José Manuel Reche y Juan Pelaez

Desde siempre nunca fue fácil trabajar el día a día con el Patronato de La Alhambra y el Generalife, por sus complejos, opacos y difíciles sistemas de reservas, que además con la máxima arbitrariedad y sin consenso cambian continuamente sin ningún tipo de justificación, cambios de criterio que dañan muy seriamente al sector y siembran la confusión entre los profesionales. Pero ahora ya con las últimas medidas tomadas ya prácticamente meten a las AAVV en un universo de locura para la Gestión de sus Receptivos.

El invento en el 2016 del mal llamado Índice de Gestión ya era un paso atrás, atribuido a la Universidad de Granada, pero totalmente incierto ya que fue impuesta por una empresa contratada que aún colabora y que ya se aplicaba de forma subliminar que contribuye al descredito de la labor de las AAVV y a la nefasta gestión del Patronato. Este índice no solo es dañino para el Agente de Viajes, si no que además no cumple tan siquiera con ninguno de los mínimos

requisitos que obliga la Ley en cuanto a transparencia y fundamentos, en cuanto a objetivos y valoración de los mismos. NO se puede basar la actividad de una agencia en unos índices irreales y sin sentido, que además entre otras cosas no se justifican ninguno de ellos, penalizando acciones normales de los movimientos turísticos imposibles de preveer y de solucionar, dada la complejidad de los transportes e incidencias que siempre ocurren en la Touroperacion. A finales del 2017 las AAVV denunciaban la reventa de entradas de individuales y el mercadeo en los alrededores de las taquillas del monumento, más adelante y en Enero de este año 2018 se denunciaba la reventa de entradas entre algunos agentes de Viajes. Así lo publi-

a lo mandado en su momento por la Consejera de Cultura en la reunión definitiva del plan de acción, siendo marginados desde ese mismo momento.

Hace exactamente un año que la Consejería de Cultura de la Junta de Andalucía tomó cartas en el Asunto, e hizo que por primera vez la Consejera de Cultura en persona, Rosa Aguilar, convocara a todos los representantes del sector -AAVV, AEDAV, Confederación de Hostelería, AGIP- a integrar mesas paritarias bajo la supervisión directa de la Consejería. Cuando las negociaciones quedaron bajo la supervisión directa de la Consejería, las negociaciones avanzaron a buen ritmo, solucionándose por ejemplo de forma muy satisfactoria el

FACTORES CORRECTIVOS

w1= Índice Reserva=(Ventas verificadas)/(Asignadas-Renunciadas dentro de plazo)

w2= Índice NO anulación=1-(Reservas canceladas+Ventas canceladas)/(Ventas+Reservas canceladas+Ventas canceladas)

w3= Índice No cambios=1-((Modificadas)/(Asignadas-Renunciadas dentro de plazo))

w4= Índice de Reservas con respecto a las solicitudes=w1/((Asignadas-Renunciadas dentro de plazo)/solicitudes)

IG (Índice de gestión) = [(w1*40%) + (w2*40%) + (w3*10%) + (w4*10%)]

W1	Valor de 0,4	Nos preguntamos por qué no = 0, 41
W2	Valor de 0,4	Nos preguntamos por qué no = 0, 39
W3	Valor de 0,1	Nos preguntamos por qué no = 0, 11

caban los medios de prensa y se pedían acciones desde el sector turístico al Patronato para erradicarlo. Lo que nunca se esperaba es que tan desastrosas medidas fueran tomadas por el Patronato en contra del Sector que más hacía y hace por la propia higiene y modernización del sistema, criminalizando el turismo Organizado y a las AAVV receptivas.

El sector de las Agencias desde el primer momento y en Mayo de 2017 en todas las reuniones se ofreció a colaborar para la implantación de un sistema de reserva de entradas coherente y de acuerdo a las necesidades técnicas y lógicas del momento turístico que se atraviesa. Hay que reconocer que se mantuvieron muchas reuniones pero posteriores al ya definido plan y nunca

antiguo sistema de acreditación de los guías, que obligaba a las agencias a innumerables, absurdos y costosos trámites burocráticos.

El cambio en la cabeza de la Consejería cambió las tornas a partir de septiembre de 2017, y el Patronato de la Alhambra y el Generalife, desligado de cualquier compromiso, volvió a imponer a todo el sector su visión errática. Absolutamente valora la experiencia de las AAVV, ni el número de empleados, antigüedad colaborando con el Patronato, así como cualquier índice que se valora en cualquier contratación de las administraciones, como puede ser las solvencias profesional y económica.

Se habla con total impunidad de la transparencia, y se vuelve a faltar a la verdad, ya que las Asociaciones, Federación



Plataforma y CEAV hemos solicitado formalmente varias veces al PAG, la información de las asignaciones que son concedidas, ya que de concesión se habla y tiene obligación de hacerlo. Se han pedido desde Octubre los listados de asignaciones y que se publiquen en el Portal de la transparencia todos los contratos

Cuando dice el consejero *"Previene la reventa, garantiza la concurrencia y da transparencia a todo el sistema de adjudicación de entradas tras la implantación este mes de mayo de los billetes nominativos de los que disponen las agencias de viajes, por temas de seguridad y también para acabar con las malas prácticas."* Debería de revisar su portal de la transparencia antes de hablar.

La reventa solo se acaba, acabando con los revendedores

Este sistema conduce a diario a continuas cancelaciones de circuitos y aboca al cierre a decenas de empresas dinámicas que han hecho ingentes esfuerzos para promocionar el destino Granada y Andalucía, ofrecer servicios de calidad y contratar a personal cualificado, que no pueden a veces ni satisfacer un 10 % de las peticiones de sus clientes.

El mismo sistema de ventas ha auspiciado el brote incontrolado de empresas ficticias dedicadas exclusivamente

a la reventa de entradas. Para los profesionales del turismo cultural, estos hechos son inadmisibles. La entrada a un monumento de ninguna manera es (o puede vincularse a) un producto comercial, sino que simplemente permite el acceso a un bien cultural y no es susceptible de ser objeto de ningún mercadeo. Por tal motivo, pedimos como medida cautelar, una paralización temporal del proceso de concesión de la acreditación de Agente autorizado, hasta implementar las soluciones racionales al sistema de venta.

Sin embargo como solución el Patronato acaba de conceder nuevos códigos de Agente Autorizado, lo que más bien de acabar o ayudar de acabar con el problema, lo aumentará.

Todas las empresas y Sectores manifiestan su más firme disconformidad y su indignación con el flamante sistema *Hiberus informático* anunciado con gran fanfarria y el cual falla clamorosamente. Las entradas impresas en las taquillas no registran correctamente los nombres de los clientes proporcionados al cabo de un farragoso sistema y una desorbitada burocracia.

En el aumento de medidas que dañan más al sector y así se le ha trasladado y en todas las reuniones, se les ha demostrado, sólo se les ocurre los de *Nominar los tickets*.

Los sacrificados empleados y Gerentes/Propietarios de las agencias de viajes tienen que rellenar una y dos veces, tecla tras tecla, cada uno de los nombres y apellidos, de cada uno de los componentes de cada grupo, en una hoja Excel, y luego de nuevo en el desastroso sistema informático de venta de la Alhambra, que falla una vez sí y otra no. Debido a los fallos constantes ya que jamás se hizo lo más básico por su parte el ensayo/prueba error y se está haciendo a costa de lagrimas y pastillas de trabajadores, los empleados o guías tienen que volver a las colas de las taquillas, rezando para que puedan imprimirse por fin las entradas correctamente, tras interminables comprobaciones de códigos de reserva, de copias de hojas Excel o fichas en formato PDF, de cada uno de los nombres y apellidos de cada uno de los participantes de cada grupo, y sus inciertas transcripciones desde todos los idiomas, alfabetos y pictogramas del mundo: latino, cirílico, chino, árabe, etc.

Hacemos un llamamiento a la opinión pública y la sociedad civil, que debe estar informada de los lastres que frenan el desarrollo y el empleo local. Estaremos muy atentos a que nuestras reclamaciones puedan utilizarse de forma partidista de carácter político con el fin de eludir responsabilidades en las

deficiencias estructurales que impiden dibujar estrategias coherentes a favor del desarrollo de un turismo sostenible y de calidad.

Nos vemos, al día de hoy, en la obligación de hacer público que la gestión del monumento más importante y sin duda motor del turismo de Granada que aporta un 14% del PIB, está causando un daño inasumible e intolerable al sector que más riqueza y empleo genera en nuestra región duramente castigada a efectos de índices de desempleo y pobreza.

Llamamos a la creación de un foro abierto de diálogo y cooperación permanente entre las diversas administraciones

implicadas, los profesionales del sector, los expertos en patrimonio, para adoptar conjuntamente y de forma consensuada todas las medidas que sirvan para compaginar la conservación del patrimonio y el desarrollo de un turismo verdaderamente sostenible, vital para la ciudad de Granada y toda la comunidad autónoma.

“La Alhambra va bien”, proclaman con gran satisfacción los máximos responsables del monumento. La cruda realidad es otra. El incommensurable patrimonio atesorado en la ciudad palatina y su entorno se tambalean sobre un precipicio vertiginoso. Dentro de los muy frágiles alcázares, no hay personal de vigilancia

suficiente en cada sala y cada patio, como en cualquier monumento y museo que se precie. Todo el mundo puede tocar a sus anchas las finas yeserías. Arrimarse contra las columnas y los azulejos del siglo XIV. Gritar, chillar, o pegar el palo de un selfy contra el cuello de otro visitante, unos atauriques o poemas grabados en las delicadas paredes. No existen medidas de prevención, de protección, ni un mínimo respeto. Esto no parece importarles demasiado a los muy imprudentes y desorientados “gestores” del monumento, a pesar de los constantes y apremiantes avisos, desde hace lustros.

AEVAV nos informa...



LA ASOCIACIÓN EMPRESARIAL VALENCIANA DE AGENCIAS DE VIAJES CELEBRA UN WORKSHOP Y UN “SOPAR VALENCIÀ” EN EL CASTILLO-PALACIO DE ALAQUÀS

El pasado viernes, 1 de junio, AEVAV, la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes, celebró entre las 19.00 y las 22.00 horas un workshop seguido de una cena. El evento fue inaugurado por la Alcaldesa de Alaquàs, Elvira García y el Presidente de AEVAV, Miguel Jiménez, acompañados de otras autoridades municipales y representantes de la comunidad valenciana, que dirigieron unas palabras a los participantes. Creada en 1977 y con 239 agencias asociadas en la actualidad, AEVAV es la principal Asociación de Agencias de Viajes de la Comunidad Valenciana.

El castillo-palacio de Alaquàs, castillo de las Cuatro Torres o Palacio de los Aguilar



es una de las mansiones nobiliarias más espectaculares del siglo XV. Se trata de un palacio-castillo de características residenciales, con artesonados en las estancias, azulejería y disposiciones

ornamentales e importantes elementos arquitectónicos que anuncian la llegada del Renacimiento. Alaquàs es un municipio perteneciente al Área metropolitana de Valencia.

Eventos previstos

Desde la Confederación continuamos dinamizando acciones comerciales y formativas para acercar a los agentes de viajes las novedades de los proveedores turísticos y de las Oficinas de Turismo. Destacamos los eventos más inmediatos en los que podéis participar: SAVE THE DATE

SEMINARIOS DESCUBRE JAPÓN 2018-2019

A CORUÑA: 29 de mayo

Hotel NH COLLECTION A CORUÑA-FINISTERRE
Paseo de Parrote, 2-4 - A Coruña

BARCELONA - VALENCIA - BILBAO - ZARAGOZA Y MADRID, PRÓXIMAMENTE

MÁS INFORMACIÓN: seminariosjapon@ceav.info



14 JUNIO: VALENCIA

JORNADA PROFESIONAL CON EMPRESARIOS TURÍSTICOS DE CASTILLA Y LEÓN
En el Casino de Agricultura, c/ Comedias, 12 de Valencia

12 JULIO: LEÓN

CUMBRE IBÉRICA DE AGENCIAS DE VIAJES y la ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES APAVT en LEÓN

20 SEPTIEMBRE: MADRID

DISTINTIVOS MATILDE TORRES - VICENTE BLASCO



TRAVEL NIGHT CEAV
MÁLAGA



TRAVEL NIGHT CEAV
VALLADOLID

04 OCTUBRE: MÁLAGA
TRAVEL NIGHT

22 NOVIEMBRE: VALLADOLID
TRAVEL NIGTH

28 de noviembre
al 9 de diciembre

CONGRESO CEAV en Sri Lanka



PARA MÁS INFORMACIÓN SOBRE LOS EVENTOS: ceav@ceav.info



Ibiza, la reina de la noche

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

Ibiza es una isla que, junto con Formentera, Menorca, Mallorca y unos cuantos islotes pequeños forman el archipiélago Balear situado en el mar Mediterráneo. Por número

de habitantes (más de 14.000) es la segunda más poblada después de Mallorca. Es reconocida internacionalmente por la belleza de sus playas y calas, pero sobre todo por ser la capital mediterránea de la fiesta. Esto significa que, especialmente durante el verano, prácticamente las 24 horas del día y todos los días de la semana,

la fiesta no para. Incontables salas de fiesta y discotecas repartidas por todos los rincones de la isla atraen numerosos turistas, sobre todo gente joven, ya que la industria turística está orientada principalmente hacia personas de entre 18 y 30 años. Esto no quiere decir que las familias con niños y gente de otras edades no tengan nada

para entretenerse y disfrutar de sus vacaciones. La isla ofrece además de fiesta, una gran riqueza cultural e histórica. Empecemos con la capital (que lleva el mismo nombre de la isla) y cuyo casco antiguo, Dalt Vila ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad. El yacimiento fenicio de Sa Caleta y la necrópolis de Puig de

“Es reconocida internacionalmente por la belleza de sus playas y calas, pero sobre todo por ser la capital mediterránea de la fiesta”



Molins, el Parque Natural de Ses Salines, los numerosos y sorprendentes mercadillos callejeros, un inagotable abanico de actividades culturales al aire libre y actuaciones musicales. Además de los recursos monumentales y culturales descritos, la isla ofrece a los visitantes una rica oferta de actividades y deportes acuáticos.

Para los que buscan más tranquilidad, numerosas calas y pintorescas playas les esperan. Todo esto comenzó a finales de los años 60 del siglo pasado cuando los

recursos tradicionales hasta entonces (agricultura y pesca) fueron desplazados a un segundo plano por la expansión turística. La belleza paisajística acompañada por el tiempo soleado propició incontables inversiones que transformaron radicalmente la economía de la isla.

Numerosos turistas extranjeros procedentes sobre todo de Europa del Norte y que formaban parte de la cultura *hippie*, descubrieron los encantos de la isla y desde entonces la fama de Ibiza empezó reco-

“... los numerosos y sorprendentes mercadillos callejeros, un inagotable abanico de actividades culturales al aire libre y actuaciones musicales.”

rrer el mundo y atrayendo cada vez más visitantes. Hoy en día todo el mundo, y en cualquier lugar del planeta, conoce o al menos ha oído hablar de las noches ibicencas. Ambiente joven e internacional que atrae muchísima gente en busca de diversión bajo el sol. Todos los días miles de personas abarrotan los bares y cafeterías situados a lo largo de paseo marítimo de San Antón en espera de la puesta del sol que los locales califican como la más bonita del mundo. La verdad que merece la pena parar, sentarse y ver la magia de los colores cuando el astro rey se pierde de vista detrás de la línea del horizonte. Hablando de San Antón hay que decir que es la segunda ciudad más grande de la isla y es el centro de la fiesta Ibicenca. La llaman “capital mundial de la discoteca”. Muchos de los más famosos DJs comenzaron su carrera aquí. Si uno tuviera que establecer una especie de calendario, se podría decir que los meses de mayo, junio, septiembre y octubre son mucho más tranquilos, con ambiente algo más sosegado que julio y agosto, los meses de fiesta, fiesta total. Pero no solo de fiesta se alimenta el cuerpo. La cocina local es muy rica y variada. Entre los platos típicos podemos encontrar los de carne como el *Sofrit Pagès* elaborado con cordero, pollo o ambos, la *Sobrasada Eivissenca*, el *Butifarró* o el *Arròs de matances*. Si nos decantamos por el pescado destaca la raya marina (*Borrída de ratjada*), atún (*Tonyina Eivissenca*) y el típico y riquísimo *Bullit de Peix* (guiso de pescado con arroz a banda). Entre los postres destacan el *Flaó* (tarta de queso), *les Orelletes*, *els Bunyols* y *la Greixonera*. Todo ésto es aconsejable regarlo con el vino de la tierra, el llamado vino payés y terminar con un licor. Uno de los más aconsejables es el realizado con Hierbas Ibicencas, seguro que la satisfacción será plena.

En la localidad de San Mateo los vecinos y visitantes están invitados cada año a



Hola San Francisco Hola Nicaragua

Abrimos nuevas rutas a San Francisco y Nicaragua. Tres vuelos directos a la semana para que explores nuevas ciudades en la compañía más puntual del mundo.

Comienza la aventura.



Fuente: consultora FlightGlobal

probar la calidad de la cosecha. Hay que reseñar que los restaurantes locales mantienen un nivel muy alto y por sí mismos suponen un importante atractivo turístico.

Un capítulo aparte y que merece especial atención es la famosa moda ibicenca a la que sucumben todos los visitantes. Está

caracterizada por el color blanco, las telas ligeras y complementos alegres. Es imprescindible que vaya acompañada por calzado hecho de forma artesanal. Todo esto conforma un estilo que forma parte del paisaje isleño.

Resumiendo: un destino vacacional por excelencia donde casi todo está enfocado

a la diversión. Hay que decir que Ibiza no es barata y para conseguir alojamiento hay que reservar con mucha antelación. Lo mismo si queremos alquilar un coche. Si podemos hacer frente a estos dos "pequeños" inconvenientes tendremos aseguradas unas vacaciones 10.



Sólo nos faltas tú

LEÓN

CIUDAD
DE REYES



AYUNTAMIENTO DE LEÓN

