

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 VIAXOFT.

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 PORTAVOCOS 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, Alojpro, 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 Limits) Vocal; José Marco (ITB) Vocal; Silvia Martino (Magnific Motivation) Vocal; Edith Bouma (Iberoservice) Vocal; Josep Maria Bagudà (Serhs Tourism) Vocal; Julia Franch (Grup Bestours) Vicepresidenta Area Corporate; Abel Calvet (Ocoa Travel) Vocal; Guillermo Fuster



(Atalanta Viajes) Vocal; Octavi Viñars (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 (Transrutras) 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 Donaire (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, Transports



de Barcelona SA, Transrutras, 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 continúa en crecimiento. Marruecos, Kenia, Isla Mauricio, Madagascar o Sudáfrica, siguen manteniendo una alta demanda en todos los productos destinados a los safaris y a 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, Hanhnh Air, Iberia, Latam Airlines, Norwegian Air, Qatar Airways, Royal air Maroc, Summerwind, Trasmediterránea, 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 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 Trasmediterránea 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 OMAN 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

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.



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

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

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.



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 Germania. 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 Germania.



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 Víctor Kùppers, Antonio Ruiz y Mago More. Tres perfiles que solo nombrarlos ya hacían interesante la asistencia. Kùppers, 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 beneficien 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, que

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 DEIUREM. Seguidamente el abogado experto, colaborador de DEIUREM-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 CATAI; 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-DEIUREM; y María Ollas, 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 Jesús Nuño de la Rosa, consejero delegado de El Corte Inglés. Y el reconocimiento unánime a José 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 (FETAVE), 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 leítmotiv 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 ANDALUCÍA 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 descrédito 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 prever 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 definitoria 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 a 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...



ASOCIACION EMPRESARIAL
VALENCIANA
AGENCIAS DE VIAJES

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 NIGH

28 de noviembre al 9 de diciembre CONGRESO CEAV en Sri Lanka



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