

Núm. 41 / NOV. 2018

Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

SUEÑO DE CALIFORNIA:
de Los Ángeles a San Francisco

LISBOA: siempre Lisboa...

ISLANDIA: un país entre
dos continentes

ceav

Confederación Española
de Agencias de Viajes

NOTICIAS CEAV · LAS ASOCIACIONES INFORMAN

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

CIUDADES
ave

Andalucía

EN UN LUGAR
DE TU VIDA

es vida

COMUNITAT
VALENCIANA

CATALUNYA

Comunidad
de Madrid

ESPAÑA
en PARTE TI

renfe

renfe Viajes

Colaboradores
de la Fundación
Pequeño Deseo



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

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

Noviembre 2018



Foto portada: La novia de una boda celebrada en la localidad de Kandy, Sri Lanka, destino del próximo congreso de la CEAV. Fotografía: Román Hereter

Editorial



Me dirijo a todos vosotros en este año 2018 en el que hemos alcanzado el número 40 de la Revista Mundo Inédito, que nació en abril de 2004 bajo la batuta de la ya desaparecida UCAVE (21 ediciones) y que absorbimos desde CEAV en enero de 2013 a partir del número 22, convirtiéndola en el órgano de comunicación por excelencia de nuestra Confederación; en el que se recogen las múltiples actividades que realizamos a lo largo del año, las de las distintas asociaciones que forman parte de la misma, noticias del sector, completos reportajes sobre destinos, y donde vehiculamos buena parte de la publicidad de nuestros principales proveedores, en un compendio unitario que visto en perspectiva nos hace sentir orgullosos del producto final y de nuestro trabajo diario.

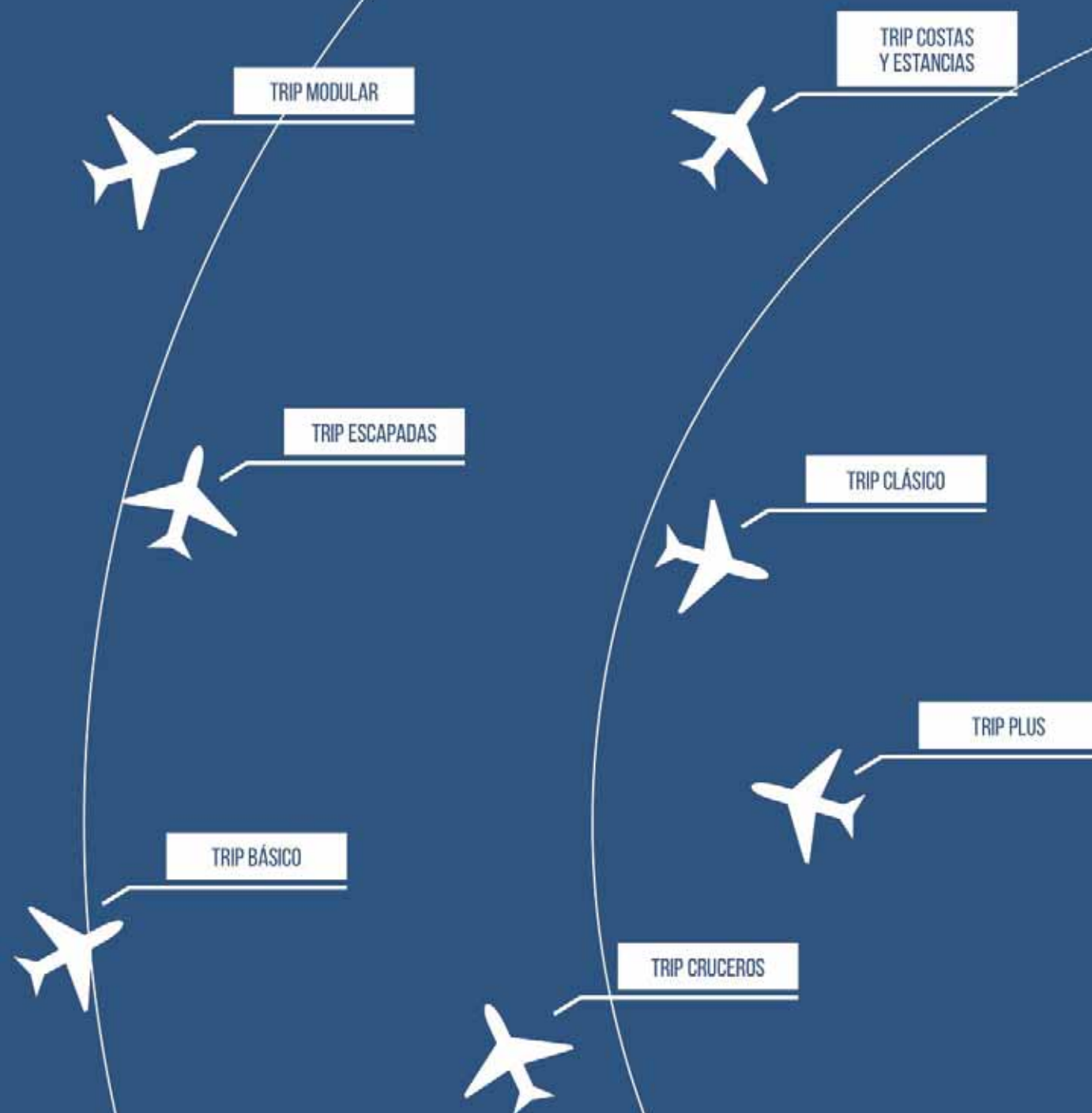
Este que tenéis en las manos es ya el número 41, con lo que el próximo, que saldrá coincidiendo con FITUR, será el 42, y habremos igualado el número de ediciones publicadas por la asociación mencionada y que sobrepasaremos a partir de entonces, otro motivo de orgullo en unos tiempos en los que han desaparecido múltiples medios de comunicación escrita; por lo que no resulta sencillo poder mantener los estándares de calidad manteniendo el equilibrio en la cuenta de resultados. Sin duda la fuerza de la Confederación, el trabajo de los profesionales que la conforman y el apoyo de nuestros anunciantes nos permite seguir adelante en este menester, porque, como sabéis, cuesta mucho más mantener un producto que lanzarlo.

En otro orden de cosas acaban de salir las cifras respecto a lo que llevamos de año a nivel receptivo donde han llegado menos turistas que en el año anterior (que como sabéis fue de auténtico record) se han quedado menos tiempo, pero ha aumentado el gasto medio de los mismos. No debe sorprendernos en absoluto esta tendencia, ya que a la recuperación de nuestros destinos competidores tradicionales hay que sumar la subida generalizada de los precios experimentada en nuestro país, que empieza por los carburantes y acaba con la subida de los menús de los restaurantes, en un abanico que abarca toda actividad económica.

Para el año que viene se prevé una cierta desaceleración en la economía en general y en el turismo en particular, por lo que nuestras autoridades deberían tomar las medidas necesarias para reducirla a la mínima expresión posible. Desde el sector empresarial, no nos queda otra que seguir trabajando a favor de la calidad con especial atención a la política de costes, maximizando la promoción y estableciendo las sinergias necesarias para el bien de todas nuestras empresas, acción continuada en la que CEAV está plenamente comprometida.

De momento no me queda más que desearos una Felices Fiestas y un próspero 2019 y como ya viene siendo tradicional en el último número de la revista de cada año: ¡Nos vemos en Fitur!

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



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 Viajes



Sumario

- 06 NOTICIAS breves**
- 32 CEAV Y PURINA: ALSA se ADHIERE a la campaña VIAJAR JUNTOS ES MEJOR.**
- 34 GRAN CANARIA, la isla del queso.**
- 36 ENTREVISTA: Isabel María Oliver Sagreras, Secretaria de Estado de Turismo**
- 40 CIUDADES AVE: Escápate a ciudades únicas.** Destino Andalucía, Castilla - La Mancha, Castilla y León, Cataluña, la Comunidad de Madrid y la Comunidad Valenciana.
- 46 REFLEXIÓN La evolución del turismo en 2018.** Martín Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 48 SUEÑO DE CALIFORNIA: de Los Ángeles a San Francisco, recorrido pasando por Parques Nacionales y diversas poblaciones llenas de encanto.** Texto y fotografías: Román Hereter.
- 72 CINESA el mejor “parther” para tus eventos de empresa.** Más de 500 salas en nuestro país disponibles para realizar cualquier evento.
- 76 MÁLAGA, el destino urbano de referencia que enamora a todo tipo de turistas.**
- 82 LISBOA: siempre Lisboa...** Escapada a la capital de Portugal. Texto y fotografías: Laura Pascual.
- 90 LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 106 EXPERIENCIA VIAJERA: Islandia, un país entre dos continentes.** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



Primera Cumbre Ibérica de Agencias de Viajes para afrontar los nuevos retos del turismo

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y la Asociación Portuguesa de Agencias de Viajes (APAVT) se reunieron a mediados de julio en León para poner en marcha, tras su alianza, las primeras acciones conjuntas de promoción del turismo entre España y Portugal.

Se trata del primer encuentro desde que ambas organizaciones firmaran un acuerdo de colaboración para impulsar la actividad turística y contribuir así al desarrollo del negocio de las agencias de viajes y la economía de ambos países. La cumbre, que contó con una recepción oficial en la Diputación de León, constó de varias reuniones de trabajo encabezadas por Rafael Gallego Nadal, presidente de CEAV y por Pedro Costa Ferreira, presidente de la APAVT. Así, se pusieron encima de la mesa algunas acciones de promoción conjunta, como la celebración de las Jornadas Técnicas de CEAV 2019 en Azores, así como realizar alguna iniciativa conjunta en Lisboa, entre otras cuestiones. Además, se planteó la presencia de la Confederación junto con sus asociados en la próxima Feria de Turismo de Portugal.

También, se trataron otros temas de interés para el sector relacionados con las nuevas normativas europeas, como la nueva Directiva de Viajes Combinados, que ya ha entrado en vigor en Portugal, y que se espera que en España no haya cambios hasta el primer trimestre de



2019, aunque desde CEAV aseguran que el proyecto de ley incluye una garantía obligatoria por prestación del servicio que no incluye la Directiva y que, por tanto, piensa impugnar en caso de que finalmente se apruebe. Además, se hizo seguimiento sobre la implantación de la nueva ley de protección de datos en el sector en ambos países. Finalmente, APAVT mostró su apoyo a la iniciativa

promovida por UNAV hace unas semanas, para movilizar a todas las Agencias de Viajes en contra de las últimas medidas de IATA para que retire la posibilidad de la acción penal contra aquellas agencias que hayan entrado en situación de concurso de acreedores. Para Rafael Gallego, presidente de CEAV, "estas jornadas son un fiel reflejo del compromiso que hemos adoptado ambas

organizaciones para trabajar de manera conjunta y coordinada no sólo en la promoción y el desarrollo del turismo entre ambos países, sino también en los retos que afronta el sector en la actualidad". Por su parte, Pedro Costa Ferreira, presidente de la APAVT, recalcó la importancia de esta sinergia para defender los



Rafael Gallego, Presidente de CEAV, entregando el reconocimiento al Presidente de la Diputación de León Juan Martínez Majó y al Diputado de Turismo de León, Genaro Martínez Ferrero.



intereses de los agentes turísticos de España y Portugal. Para lo cual ha planteado, entre otras cosas, la posibilidad de coordinar las reuniones de las APJC de España y Portugal. Los representantes de las agencias de ambos países tuvieron la oportunidad de

visitar las ciudades de León, Ponferrada y Astorga, lo que sin duda contribuirá a la promoción y al reclamo turístico de la provincia de León. El patrimonio natural leonés es un referente en toda España. La provincia cuenta con 7 reservas de la Biosfera declaradas por la UNESCO.

Pero León destaca, además, por su riqueza patrimonial, gastronomía y unas tradiciones singulares, donde el turismo cultural y el comercio representan su principal actividad económica y la convierten en receptoras de turistas nacionales e internacionales.





CEAV solicita al Gobierno su apoyo para afrontar las cuestiones más urgentes que afectan al sector

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se reunió con los nuevos representantes del Gobierno en materia de turismo. Se trata de la primera toma de contacto tras su reciente nombramiento

CEAV puso encima de la mesa cuestiones como la Transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados, la facilitación de visados en mercados que traen turismo a España o los problemas en la comercialización de entradas a la Alhambra de Granada, las huelgas en el sector aéreo y medidas de apoyo al Sector de agencias de viajes.

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) se ha reunido el pasado mes de julio con los nuevos representantes del Gobierno en materia de turismo, para tratar las cuestiones más urgentes que afectan ahora mismo al sector de las agencias de viajes en España. Los encuentros han consistido en dos reuniones que suponen la primera toma de contacto entre patronal y Gobierno desde el cambio del Ejecutivo.

En un primer encuentro, El Presidente de CEAV, Rafael Gallego y la Gerente de CEAV, Mercedes Tejero, tuvieron la oportunidad de reunirse con la Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver y Antonio Nieto, Subdirector General de Cooperación y Competitividad Turística el pasado 19 de julio para solicitar al Gobierno su apoyo en cuestiones como la Transposición de la nueva Directiva de Viajes Combinados, en el que CEAV lleva años trabajando y sobre el que ha pedido su respaldo para modificar el Proyecto de Ley, en especial por la imposición de la doble garantía por prestación de servicios.

Desde la Confederación también mostraron su preocupación por la actualización de las garantías de las Agencias de Viajes. Además, insistieron en la importancia de facilitar visados en mercados que

traen turismo a España, remarcando la importancia del Grupo de Trabajo conjunto entre el sector privado, Turespaña, y Exteriores, del que forma parte CEAV. Asimismo, se trató la problemática del sector en relación con el CORA, sobre el que CEAV ya recurrió el último concurso por considerar que sólo pueden ganarlo los grandes operadores y agencias y solicitó que se abriese a las pymes del sector. Desde CEAV se solicitó también que le mantengan informada de la aprobación final de la Directiva sobre PNR y de la Directiva Seguros, ésta última manteniendo el compromiso de la Dirección General de Seguros de mantener la exención de las Agencias de Viajes en la transposición de la Directiva, así como le trasladaron su preocupación por las huelgas en el sector aéreo siendo necesario proteger a los pasajeros, y ciertas medidas de apoyo al Sector de agencias de viajes.

También, trasladó las peticiones de las Asociaciones Locales y las suyas propias debido a los problemas de comercialización de las entradas de la Alhambra ya que, al ser un monumento protegido, hay un límite de aforo diario y anual. Durante la reunión, la Secretaria de Estado de Turismo confirmó también su asis-

tencia a la entrega de los Distintivos turísticos de CEAV que tuvieron lugar el pasado 20 de septiembre.

La segunda reunión con Héctor Gómez, Director General de Turespaña tuvo lugar el pasado 23 de julio y contó con la presencia de Rafael Gallego, presidente de CEAV y Carlos Garrido, vicepresidente de Transporte Ferroviario de CEAV y Presidente de UNAV. En esta ocasión, además de volver a tratar algunos de los temas que se han comentado anteriormente, especialmente la problemática de la Alhambra y el tema de visados, se remarcó la importancia de contar con el apoyo del Gobierno en la celebración de la próxima Cumbre Mundial de Asociaciones de agencias de viajes que tendrá lugar en noviembre del 2019.

Rafael Gallego, presidente de CEAV, se ha mostrado satisfecho con estas primeras reuniones con el nuevo Ejecutivo "Se trata de una primera toma de contacto para poner sobre la mesa las cuestiones que preocupan a nuestro sector y que es importante que estén en la agenda del Gobierno. Queremos agradecer a la Secretaria de Estado de Turismo y al Director General de Turespaña, su interés y su disposición para estudiar los temas y soluciones que les hemos planteado"

CEAV apoya la Declaración de FOLATUR para evitar que se obstaculice la viabilidad de las agencias de viajes

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha mostrado su apoyo a la Declaración presentada por el Foro Latinoamericano de Turismo (FOLATUR). Dicha declaración manifiesta disconformidad con los posicionamientos de diferentes compañías aéreas de América Latina que pretenden limitar la competencia.

Este acuerdo se manifestó durante la celebración los días 9 y 10 de mayo en la **Junta Anual de la World Travel Agents Association Alliance (WTAAA)** de la que CEAV es miembro, en Kuala Lumpur, Malasia. A la Junta Anual asistió Eva Blasco, adjunta a la Presidencia de CEAV para las Relaciones Internacionales y recientemente nombrada vicepresidente de ECTAA en representación de ACAGE. Durante esta cita anual tuvo lugar la adhesión a la WTAAA de FOLATUR, El Foro Latinoamericano de Agencias de Viajes y Operadores Turísticos y la Asociación de Agencias de Viajes de Korea. También se aprobaron las cuentas de 2017 y se trataron temas fundamentales para las Agencias sobre IATA como el NewGenISS, el Easypay, Global Default Insurance, el cumplimiento de la normativa PCI DSS, el tema de ADMS y de los fees de IATA.

Asimismo, cabe señalar que una de las aportaciones que centró la Junta Anual fue la Declaración aportada por FOLATUR donde se denunciaba la influencia de IATA y su rol coordinador en referencia a diversos temas fundamentales en la industria, como el NDC. Además, mostró su preocupación cómo se están desarrollando diversos programas y actividades que obstaculizan la viabilidad de las agencias de viajes y operadores turísticos.

FOLATUR está analizando todos estos movimientos de la industria aérea desde el punto de vista jurídico, especialmente de competencia, como ya hizo CEAV con su demanda judicial a IATA del 2015, que



actualmente sigue su proceso judicial. Fruto de estas inquietudes, surgió la Declaración de FOLATUR, en concreto de la reunión celebrada el pasado 11 de abril de 2018 en Asunción del Paraguay. En ella se destacó la necesidad de mantener un escenario competitivo del negocio del transporte aéreo y se manifestó su oposición a la propuesta de Resolución 787 presentada por IATA ante el Departamento de Transporte de Estados Unidos para la creación de la "Nueva Capacidad de Distribución" (NDC). FOLATUR afirmó que esta propuesta "reduciría la competencia entre las compañías aéreas y tendría un impacto negativo en el consumidor". Además, sostuvo que "la Resolución es especialmente discriminatoria contra los canales de venta y distribución independientes". FOLATUR destacó la influencia de IATA y afirmó que "ya es hora de que todas las autoridades antimonopolio pertinentes intervengan en este mercado para

hacerlo efectivamente más competitivo, eliminando las barreras artificiales y permitiendo desafíos competitivos".

Por otro lado, FOLATUR aseguró que este escenario discriminatorio se ve agravado por la acción de algunas líneas aéreas miembros de IATA, que unilateralmente bajan las comisiones que pagan a las agencias de viajes, desconociendo la obligación contractual que les impone el artículo 9 de la Resolución 824.

Dicho artículo contiene el "Contrato de Agencia de Ventas de Pasajes", que establece expresamente que "por la venta del transporte aéreo y los servicios auxiliares realizada por el Agente a tenor de este Contrato, el Transportista remunerará al Agente de la manera y por el importe que oportunamente se exprese y se le comunique al Agente por el Transportista. Esa remuneración de acuerdo con las Reglas para Agencias de Ventas: constituirá la compensación plena por los servicios prestados al Transportista."



ceav Distintivos Turísticos 2018

MATILDE TORRES - VICENTE BLASCO

CEAV entrega el distintivo turístico Matilde Torres a D. Jesús Martínez Millán y el Vicente Blasco a AMADEUS España

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) entregó el pasado 20 de septiembre sus distintivos turísticos al empresario D. Jesús Martínez Millán, que recogió el **VI Distintivo Turístico Matilde Torres** y a AMADEUS España, que recibió el **II Distintivo Turístico Vicente Blasco**. La ceremonia tuvo lugar en el Hotel Gran Meliá Palacio de los Duques en Madrid, en un evento que reunió a cerca de 100 asistentes y contó con el respaldo de los actores más des-

tacados del ámbito turístico, entre marcas, proveedores, agentes de viajes, presidentes de asociaciones y grupos de gestión nacionales, compañías aéreas, hoteleras, mayoristas de viajes, entre otros, con la destacada presencia de la Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver.

VI Distintivo Turístico Matilde Torres
Jesús Martínez Millán ha sido reconocido con este distintivo por su dilatada y exitosa trayectoria, habiendo destacado

por su labor profesional y valores humanos, considerándose como valor añadido, su esfuerzo asociativo-profesional en el ámbito turístico español, y en concreto de las Agencias de Viajes.

Nacido en Madrid en 1944, Martínez Millán es Técnico en Empresas y Actividades Turísticas y ha ocupado cargos de gran responsabilidad dentro del sector a lo largo de su carrera. Fue presidente de la Federación Española de Asociaciones de Agencias de Viajes (FEAAV) durante casi 20 años; presidente de CAAVE y de CEAVYT; fue miembro fundador y 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). Además, 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 Turis-

mo de la CEOE.

Por sexto año consecutivo, la Confederación ha concedido este galardón que se creó en honor a Matilde Torres con el objetivo de reconocer su valiosa aportación al sector. Técnico de Turismo y Licenciada en Sociología por la Universidad Complutense de Madrid. La carrera profesional de Torres tuvo múltiples facetas, producto de su curiosidad y su vitalidad incansable. Además de ser socia fundadora y directora general de Catai Tours, ostentó un papel muy activo en el mundo asociativo de las agencias de viajes. Así, fue vicepresidenta de CEAV y miembro fundador de la Sociedad Geográfica Española.

II Distintivo Vicente Blasco

Con la concesión de este galardón que va dirigido a empresas e instituciones, CEAV quiere reconocer la labor profesional de AMADEUS España por haber contribuido al desarrollo, fomento y promoción del turismo, de manera notable y extraordinaria participando de forma activa en este sector estratégico para la economía española, por su alta contribución al PIB y a la generación de empleo directo e indirecto.

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 reservas 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 tradicionales 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



Jesús Martínez Millán, recibiendo el distintivo Matilde Torres de manos del Presidente de CEAV Rafael Gallego.



Isabel Oliver, Secretaria de Estado de Turismo hace entrega del Distintivo Vicente Blasco a Fernando Cuesta representante de Amadeus España.

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 estable-

cimientos hoteleros, 233 turoperadores, 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.

El Distintivo Vicente Blasco, fue creado por el Consejo Directivo de CEAV como homenaje al Presidente de Honor de la Confederación, fallecido a finales de 2016. Técnico en Empresas Turísticas y Licenciado en derecho por la Universi-



De izquierda a derecha: Fernando Cuesta, Paul de Villiers, Isabel Oliver, y Felipe González.



Rafael Gallego, Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, CEAV.

dad de Valencia, desarrolló toda su carrera profesional en el ámbito turístico. Presidente y fundador de la agencia de

viajes valenciana Europa Travel, desarrolló una dilatada trayectoria merecedora de diversos reconocimientos, destacando

la Medalla de Oro al Mérito Turístico del Gobierno de España, que recibió en 2009. Entre otros cargos, fue Presidente Nacional de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes Españolas (AEDAVE) y de la Federación AEDAVE, Presidente de AEDAVE Comunidad Valenciana, Vicepresidente y Presidente de Honor de CEAV, Patrono de Honor de la Fundación Turismo Valencia, Presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Valencia, Vicepresidente del Consejo Permanente de Turismo Valencia, Presidente del Skat Club y Presidente de la Asociación Valenciana de Fomento de Turismo.



De izquierda a derecha: Marta Gallego, Paul De Villiers, Mercedes Tejero, Eva Blasco, Rafael Gallego, Sonsoles López, Amuda Goueli, Cristina Bou y José Ricardo Campuzano.



Reunión de CEAV con el Ministerio de Fomento

El pasado 9 de octubre CEAV se reunió con la Secretaria General de Transportes Dña. María José Rayo, a la que asistió igualmente D. David de Benito de Aviación Civil. Durante la misma se le plantearon los siguientes temas:

TRANSPORTE FERROVIARIO

Desde CEAV se le traslada la importancia de las relaciones con RENFE para las agencias de viajes, considerándolo un sector básico y estratégico y aunque las relaciones han sido puramente comerciales, somos un canal a coste cero, prácticamente, ya que únicamente se logran unas sobrecomisiones marginales en caso de crecimientos de ventas complicados de mantener en el tiempo.

También señalamos que la tecnología de RENFE está obsoleta y esto nos genera muchas dificultades. La Compañía nos ha informado que van a cambiar el sistema a medio plazo, habiendo iniciado ya un concurso para ello, y les hemos transmitido nuestra solicitud de participar en todo este proceso, pidiendo el apoyo de Ministerio al respecto. También les hemos solicitado ciertos cambios cuando el pago se realiza con tarjeta de crédito. Por otro lado, también se les solicita apoyo para asignar un espacio para un Parking de autobuses estación de Atocha, así como se les traslada la problemática que se da en el AVE por la falta de espacio para Equipajes cuando viajan grupos. También se incide en la necesidad de la conexión Aeropuerto Madrid. Por último les pedimos apoyo en nuestra eterna reclamación de que en la Publicidad de RENFE, se incluya : "...y en su agencia de viajes...", al menos en los billetes emitidos por las agencias.

TRANSPORTE AÉREO

Retrasos aéreos y cancelaciones de vuelos.

Desde CEAV se le pregunta por el posible incremento de tarifas tras el aumento de descuento de residentes, tras la subida

del descuento al 75%, posiblemente eliminando las tarifas reducidas, a lo que la Sra. Rayo señala que existe el Observatorio de Conectividad Aérea y Precios, en el que no se ha detectado una especial incidencia de este tema. CEAV le solicita pertenecer a este Observatorio.

En cambio lo que sí han detectado es que en compras por internet antes de mostrar el precio se pregunta si es residente, lo que pudiera dar lugar a algún tipo de mala práctica, por lo que el Ministerio va a cambiar la norma para evitarlos. NDC: desde CEAV se le informa de toda

por ACAVE son relativas a esta Compañía, conociendo diferentes motivos a los que se pueden deber estos problemas (saturación aérea, huelgas controladores Franceses, falta de tripulaciones de repuesto, etc) desde CEAV se opina que es necesario tomar algún tipo de medidas al respecto, ya que no se puede permitir estas situaciones en un aeropuerto de primer orden.

La Sra. Rayo señala que el Ministerio no es ajeno a esta problemática y que están buscando soluciones con Vueling de cara a la operativo del 2019. Quieren tener



la problemática relativa al NDC, en concreto de la falta de transparencia y neutralidad que esta tecnología conlleva para el consumidor, así como la subida de precio que han implementado las Compañías Aéreas al aplicar el cargo por emitir vía GDS (DTC), especialmente en rutas tan sensibles al precio como las de residentes en las que el Gobierno, además ha hecho un gran esfuerzo para subir la bonificación.

Desde CEAV también se les plantea la problemática de cancelaciones y retrasos sufridos este verano principalmente en el aeropuerto del Prat, y especialmente con la Compañía Vueling, llegando al punto de ser un tema traumático para pasajeros y agencias.

El 60% de las reclamaciones recibidas

un diagnóstico claro para ver cuáles son las mejores medidas a tomar.

Además, se destaca que el servicio de atención no es lo eficiente que debería ser.

Por último desde CEAV les recuerdan nuestra histórica propuesta de crear un Fondo de Protección al Pasajero.

TRANSPORTE POR CARRETERA

VTCS: En relación a las VTCS CEAV le traslada que para las agencias de viajes es un producto más a comercializar y remarcan su importancia, sin menospreciar al Sector del Taxi, a lo que la Secretaria responde informando de la situación actual y de la remisión de la regulación a las Comunidades Autónomas y Ayuntamiento.

Reunión de CEAV con la Subdirectora General de Gestión del IMSERSO, Dña. Amelia García

El pasado día 19 de octubre Rafael Gallego y Mercedes Tejero mantuvieron reunión con la Subdirectora General de Gestión del IMSERSO, Dña. Amelia García, principal encargada del **Programa de Turismo Social para Personas Mayores y Mantenimiento del Empleo en Zonas Turísticas**, ya que el próximo año finaliza los contratos firmados con los dos adjudicatarios. Durante la misma, le planteamos varios temas, de los que era plenamente conocedora.

En primer lugar, en referencia a la Comisión que las Agencias de Viajes ganan por la venta de Programa, que consideramos insuficiente, la Subdirectora nos confirmó que su cuantía corresponde fijarla a los adjudicatarios del Programa, que el IMSERSO no la fija, por lo que desde CEAV solicitaremos una subida a Mundosenior y a Mundiplan.

A continuación, le transmitimos nuestra

inquietud con respecto a la comercialización del Programa Mundosenior Plus, informándonos que de cara a la nueva convocatoria van a endurecer los requisitos porque no quieren crear confusión entre los usuarios del Programa.

La Subdirectora nos puso de manifiesto ciertas prácticas realizadas por algunas agencias de viajes ofreciendo descuentos o regalos a los usuarios de Programa, confirmándonos que están trabajando en los pliegos de la siguiente convocatoria y que van a incluir una cláusula donde prohíban realizar este tipo de prácticas de incentivar la venta con descuentos o regalos. Desde CEAV les hemos planteado la posibilidad de crear una Comisión de Vigilancia. Van a estudiar su inclusión en los pliegos.

En la nueva orden ministerial se va a primar en la preferencia, no en el precio a los usuarios con pensiones más bajas,

así que para evitar errores y colapsos se va a reservar con la acreditación del usuario y no con el DNI como hasta ahora.

Nos comenta que si la oferta de los adjudicatarios no se ajusta a la demanda es posible que autoricen redistribución por lo que pasados varios meses es posible encontrar plazas en destinos que anteriormente estaban completos.

Con respecto a los colapsos de plazas nos informan que se producen el primer día de venta de cada zona, pero que pasados 5 días desde la reserva se liberan bastantes plazas porque es el plazo que tiene la agencia para emitir.

Nos aporta el dato de que únicamente se vende on line el 18% de las plazas y que están llegando como destino a casi todas las Provincias de España salvo Álava, Orense y Guadalajara.

Nos confirman que no se van a comercializar rutas fuera de España.

CEAV se opone a varias enmiendas presentadas por la CEOE a la Directiva de Viajes Combinados

La Confederación Española de Agencias de Viajes se opone parcialmente a las enmiendas presentadas por el Consejo de Turismo de la CEOE, del que también forma parte FETAVE, al proyecto de transposición de la Directiva de Viajes Combinados, al considerarlas contrarias al objetivo de la norma y potencialmente perjudiciales para los propios consumidores.

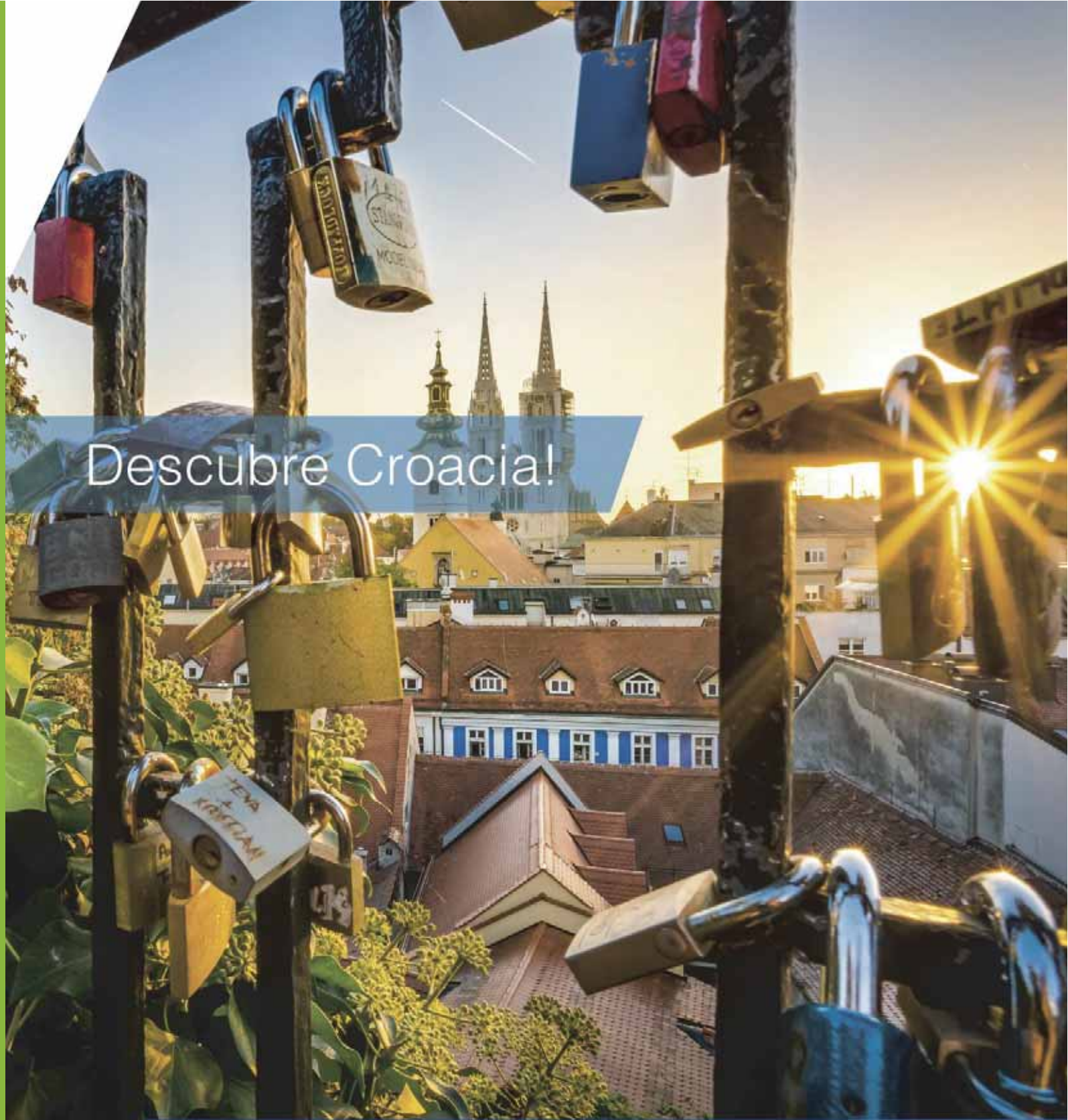
Así, una de las principales reivindicaciones de CEAV en torno a la transposición de la Directiva de Viajes Combinados ha sido, desde el primer momento, la eliminación de la doble garantía para las agencias de viajes, la de insolvencia y la de correcta prestación del servicio. Por el contrario, la CEOE y FETAVE, en sus enmiendas no sólo no solicitan su supresión total, sino que únicamente en

el apartado 14 proponen un reparto de responsabilidades entre mayoristas y minoristas ya que, igualmente solicitan eliminar la Responsabilidad Solidaria entre ambas, petición que si apoya CEAV y que viene solicitando durante todo el proceso legislativo de este texto.

Además, desde la Confederación Española de Agencias de Viajes se entiende que el propósito principal de la Directiva de Viajes Combinados es la de proteger al consumidor frente a todas las situaciones posibles y garantizar sus derechos incluso frente a posibles quiebras de las compañías aéreas, que son las que realmente han afectado a los consumidores de forma masiva, como por ejemplo ocurrió en las quiebras de SPANAIR, AIRCOMET, AIRMADRID, CONVIASA, AIRBERLIN, MONARCH y un

largo etcétera.

Por este motivo, para Mercedes Tejero, Gerente de CEAV, *"no se entiende que en su enmienda 16 la CEOE, y sobre todo FETAVE, excluya de la obligación de constituir la garantía de quiebra o insolvencia en los viajes vinculados a las líneas aéreas"*. En su argumentación la Confederación Española de Organizaciones Empresariales argumenta que ya están obligadas por el Reglamento UE 261 cuando, en realidad, esta norma sólo hace referencia a casos de overbooking, retrasos o cancelaciones de vuelos. *"Una idea contraría al espíritu con el que surgió la Directiva de Viajes Combinados que, además, pone en riesgo los derechos de los consumidores"*, añade Mercedes Tejero.



Descubre Croacia!

Barcelona - Zagreb
A partir de 139 €

Jueves y Domingos hasta el 13 de enero 2019

Excelentes conexiones a nuestros destinos en la Costa Adriática (Dubrovnik, Split, Pula, Zadar)



croatiaairlines.com

A STAR ALLIANCE MEMBER

CROATIA AIRLINES

m.croatiaairlines.com

El Tribunal Supremo niega la representatividad de FETAVE en la negociación del Convenio Colectivo

El pasado día 3 de octubre la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) recibió la Sentencia número 798/2018 del Tribunal Supremo tras el juicio celebrado en julio de este año, en la que se desestima la impugnación de la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (FETAVE) que pedía la nulidad del actual Convenio Colectivo del Sector de Agencias de Viajes, vigente de 2016 a 2018.

En la misma queda acreditado que el Convenio, a la fecha de la firma, incluía tres CNAE (79.11, 79.12 y 79.90) que afectaban a 5.610 empresas y a 39.322 trabajadores, así como que FETAVE no ostenta representatividad suficiente y utiliza Asociaciones y Empresas “amigas” no miembros de la Federación para intentar aumentar sus cifras. Un burdo intento que ha sido rechazado por el Tribunal Supremo al establecer en la Sentencia que FETAVE no puede “...olvidarse de las reglas de legitimación

para la negociación de convenios colectivos, que supone un poder ex lege de actuar y afectar a las esferas jurídicas de otros”, calificando además de “...Conjeturas, valoraciones y juicios de valor...” los motivos expuestos en su recurso, así como señalando que “...no se ofrece el más mínimo argumento jurídico que permita cuestionar la Sentencia de la Audiencia Nacional del año 2017...”. En aquella ocasión la Audiencia Nacional tampoco aceptó la pretensión de la Federación de dar al Convenio carácter extraestatutario, al estar acreditado que CEAV ostenta suficiente representatividad para negociarlo en solitario, ya que ha acreditado representar a 3.000 agencias de viajes que dan empleo a 30.000 trabajadores.

“Durante estos años, FETAVE ha creado una grave alarma social en el Sector, que incluso el Ministerio Fiscal les ha recriminado, obedeciendo, sin duda, a su frustración al no ostentar, ni siquiera la representación exigible legalmente

para formar parte de la negociación, que es de un 10% de las empresas y de los trabajadores del Sector o el 15% de los trabajadores del Sector”, explica Mercedes Tejero, Gerente de CEAV. Por su parte, los sindicatos ya han anunciado que denunciarán este mes el actual Convenio Colectivo, vigente hasta el próximo 31 de diciembre, con el objetivo de evitar que se prorroguen un año más las condiciones recogidas en el actual acuerdo. Aunque desde CEAV avisan que no se esperan cambios sustanciales porque el actual convenio ya es lo suficientemente completo en cuanto a formación y derechos sociales. En palabras de Mercedes Tejero *“es peligroso e irresponsable modificar las condiciones laborales ahora porque pondría en peligro la contratación del sector y podría perjudicar a la buena marcha y la competitividad de las empresas y pymes del sector, cuyas previsiones para el 2019 ya son a la baja.”*

InterMundial presenta Safer, la primera plataforma de gestión integral de seguros

InterMundial, líder de seguros de viaje en España, ha presentado esta potente herramienta como un único canal y espacio donde las agencias podrán realizar todas las gestiones asociadas al seguro de viaje. Con este lanzamiento, InterMundial afianza su apuesta por la innovación poniéndola a disposición de los agentes de viajes.

El nuevo ecosistema, que está disponible de forma gratuita para las más de 8.000 agencias colaboradoras de InterMundial desde el 2 de octubre, marca un antes y un después en la forma en la que las agencias gestionan sus seguros, gracias a la tecnología puntera sobre la que se desarrolla Safer.

Con el firme objetivo de continuar ofreciendo la máxima calidad a todos sus clientes, InterMundial ha llevado a cabo un profundo proceso de transformación interna en todos los equipos implicados en la relación con el seguro, desde el diseño del producto hasta la tramitación de los siniestros, pasando por su amplia oferta de atención al cliente multicanal. Este control completo de toda la cadena de valor es precisamente lo que ha permitido a la aseguradora desarrollar un software capaz de conectar, en una única plataforma, todas y cada una de las fases entre los clientes y su seguro de viaje.

La plataforma, que ha sido diseñada y desarrollada íntegramente por el equipo de Tecnología de InterMundial a lo largo de más de dos años de trabajo, permite el control total de todas las partes del seguro, desde la contratación de los productos, hasta conocer en tiempo real la información de la tramitación de los siniestros de los asegurados. De esta forma, el agente de viajes que utilice Safer podrá beneficiarse de una visibilidad completa y de un control de principio a fin en la gestión de los seguros. La tecnología de Safer es capaz de conectar, a través del canal que se prefiera,



Manuel López, CEO y Manuel L. Nieto-Sandoval, Director del Área Digital de InterMundial en un momento de la presentación.

en un solo clic y siempre en tiempo real, al agente de viajes con cada uno de los profesionales de los equipos especializados que intervienen en las distintas fases del seguro, como la tramitación de los siniestros o la atención al cliente especializada.

En palabras de Manuel L. Nieto-Sandoval, director del Área Digital de Grupo InterMundial, *“hemos escuchado las demandas de los agentes de viaje y hemos construido para ellos una plataforma capaz de hacerles disfrutar cuando tengan que realizar sus gestiones con el seguro”.* Y es que, además de permitir la gestión integral de los seguros, la plataforma ha sido diseñada bajo las máximas de *“sencillez, claridad y transparencia”* para lograr una óptima experiencia de cliente. Así, con el lanzamiento de Safer, InterMundial mantiene su compromiso con los profesionales de las agencias de viajes, poniéndose en su piel y ayudándole a simplificar y mejorar su gestiones en el día a día.

InterMundial, que actualmente cuenta con más de 5.000 agencias de viajes colaboradoras en España, lanza al mercado esta solución de innovación con el objetivo de dar respuesta a las demandas de las agencias. Para Manuel López, CEO de la compañía, *“la forma en la que trabajamos en InterMundial, siempre codo con codo con las agencias de viajes, nos ha permitido darnos cuenta de que las plataformas de contratación eran muy básicas y poco amigables. Las agencias demandan innovación y, con el lanzamiento de Safer, hemos cumplido nuestro compromiso de poner en sus manos la tecnología más puntera del mercado para una gestión eficiente y sencilla que, además, les permita maximizar su cuenta de resultados”.*

Safer se presenta como un proyecto vivo y en evolución constante del que se presentarán actualizaciones semestrales con nuevas funcionalidades y mejoras para la agencia de viajes.



La TravelNight CEAV reúne en Málaga más de 150 agentes de viajes y más de 40 empresas del sector

La Confederación Española de Agencias de Viajes ha celebrado la quinta edición de su Travel Night en Málaga, abriendo la puerta a Andalucía a los encuentros del sector.

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) con el apoyo institucional del Ayuntamiento de Málaga y de la Asociación de Agencias de Viajes de Andalucía (AEDAV) celebró el pasado 3 de octubre la primera edición de la TravelNight en Málaga, un encuentro profesional que tuvo lugar en el Hotel Miramar, en el que se dieron cita más de 150 agentes de viajes de Málaga y más de 40 empresas de referencia del sector turístico entre proveedores, oficinas de turismo, empresas hoteleras, tecnológicas especializadas en el sector de las agencias de viajes, compañías de seguros y aerolíneas.

La concejala de Turismo y Promoción de la Ciudad, María del Mar Martín Rojo, que presentó la jornada junto al presidente de CEAV, Rafael Gallego, y Sergio García, presidente de AEDAV,



El Alcalde de Málaga, Francisco de la Torre en el momento de su intervención en la Málaga Travel Night junto a Rafael Gallego, Presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV).





destacaron las oportunidades que presenta para la ciudad de Málaga la celebración de este evento:

“En los últimos 15 años, Málaga ha tenido un crecimiento exponencial, convirtiéndose en el destino urbano de mayor crecimiento. Con el turismo como principal motor económico, nuestro principal objetivo es el desarrollo sostenible de la actividad que garantice el bienestar de la comunidad y mejore la experiencia de nuestros residentes y, por supuesto, de los turistas que nos visitan. En esta apuesta por la calidad y la sostenibilidad jornadas profesionales como la Travel Night no solo contribuyen a la comercialización del destino, sino que fomentan la profesionalización y la excelencia de todos los agentes implicados, algo imprescindible para nutrirnos del valor añadido que estas empresas aportan tanto para la economía como para la calidad del sector turístico por el que trabajamos”.

Por su parte Rafael Gallego destacó que “la presencia de un número tan nutrido de empresas del sector habla por sí sola de la relevancia de este encuentro y entendemos que, al igual que lo ha sido para otras ciudades en ediciones anteriores, esta TravelNight supone una oportunidad única para que las agencias andaluzas puedan sentarse con algunas de las compañías más importantes del sector”.

El workshop que tuvo lugar por la tarde en el hotel Miramar, contó con la presencia del alcalde de la ciudad, Francisco de la Torre y participaron cerca de 40 empresas de referencia del sector turístico que compartieron protagonismo con los 150 agentes de viajes de la capital y la provincia con el fin de estrechar lazos y establecer relaciones comerciales.

Las empresas participantes de la Málaga Travel Night han sido: A Coruña, Air France, KLM, Air Canada, Lufthansa, United Airlines, Airnostrum & Iberia Regional, Air Transat, Albacete, American Airlines, AON, Ayuntamiento de Málaga,



Balearia, Cinesa, Ciudades AVE, Expedia TAAP, Hahn Air, Intermundial, Iberia, Iberia Cards, Korean Air, Lot Airlines, Polonia, Luxotour, Maritim Hoteles & Germania, Malta & AirMalta, Norwegian, Palladium Hotel Group, Peri Computer, Plaza Hoteles Andorra, Qatar Airways, Royal Air Maroc, Región de Murcia, S7 Airlines, Sandos Hoteles, Servi Vuelo,

Sevilla, Summerwind, Visit Britain y Vueling.

Los organizadores quisieron destacar la cantidad de compañías aéreas que tomaron parte del workshop. No en vano, el Aeropuerto de Málaga-Costa del Sol es uno de los más importantes de España. Situado a tan sólo ocho kilómetros del Centro Histórico de la ciudad,

destaca por sus modernas terminales y su amplia oferta comercial. En 2017 recibió 18.628.876 pasajeros, lo que lo sitúa como la puerta de entrada para toda Andalucía.

En la actualidad, operan más de 60 compañías aéreas y a fecha de julio de 2018, contaba con 293 conexiones regulares con 134 ciudades de 36 países.



compañías aéreas



tecnología y servicios



destinos



touroporadores

cadena hotelera

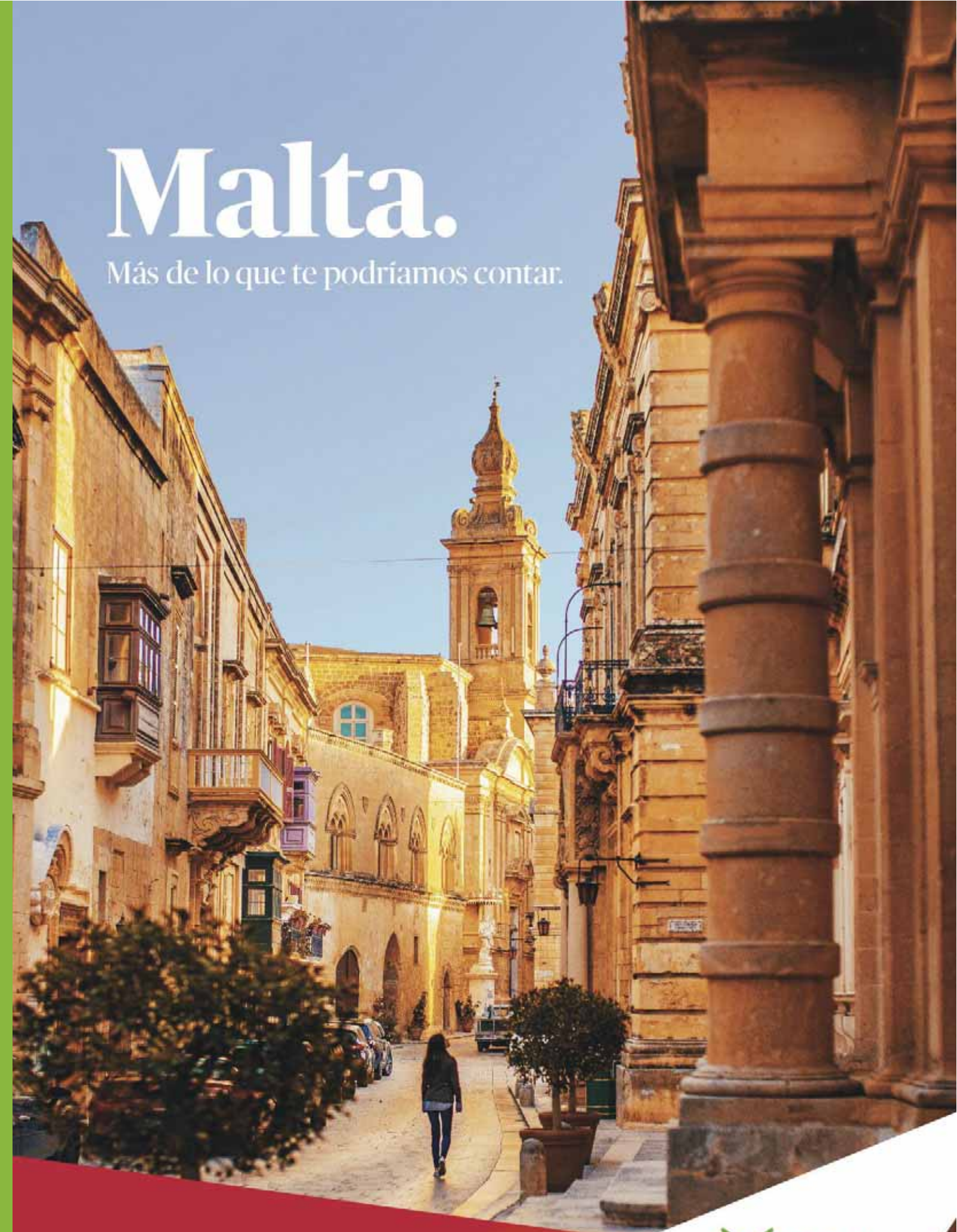
naviera



TRAVEL
NIGHT CEAV
MÁLAGA
10 MAYO 2018

Malta.

Más de lo que te podríamos contar.



Encuentra las mejores ofertas para viajar a Malta
www.viajar-malta.es



We are here to position Sri Lanka as the optimal MICE Destination



SRI LANKA

CONVENTION BUREAU

Consider Sri Lanka for your next MICE event



NOTICIAS · NEWS

El viaje profesional del VII Congreso CEAV 2018 se celebrará en Sri Lanka

La Confederación Española de Agencias de Viajes ha elegido Sri Lanka para celebrar su viaje profesional del **VII Congreso CEAV 2018**, que tendrá lugar entre los días 28 de noviembre y 9 de diciembre de este año. Toda la información sobre el programa de viaje y de inscripción ya está disponible en la web de CEAV. Esta isla de 65.610 km² y ubicada en pleno golfo de Bengala ofrece una de las floras y faunas más ricas y variadas del mundo. Conocida como "La Lágrima de la India", Sri Lanka cuenta con una espectacular orografía y una vegetación tupida, bosques ideales donde viven toda clase de animales y plantas. La belleza natural de sus montes tropicales, playas y paisaje, así como su rico patrimonio cultural, la convierten en un destino turístico de fama mundial. Aunque el mayor valor del país lo constituye sus gentes, siempre serviciales, amables, diligentes y con ganas de agradar a los visitantes. Durante el viaje habrá un único itinerario

que permitirá a los participantes conocer algunos de los lugares, yacimientos y atracciones más emblemáticas del país. El punto de partida será en Colombo, capital comercial y administrativa de Sri Lanka y uno de los puertos más importantes del Índico y; continuará con las visitas de Sigiriya, Anaradhapura, Dambulla, Kandy, Nuwara Eliya, el Parque Nacional de Yala y Galle. CEAV ha designado a la Agencia de Viajes POLITOURS como organizadora del viaje y para los vuelos ha elegido a la Compañía Aérea Qatar. Después de mantener múltiples reuniones con las principales instituciones y personalidades turísticas del país y del viaje de inspección realizado por Mercedes Tejero, Gerente de CEAV y Ana Romero, Consejera y Asesora de Congresos el pasado mes de febrero, a través de la invitación del Ministerio de Turismo de Sri Lanka, el Consejo Directivo de CEAV decidió que este fuese el destino para celebrar el viaje profesional del



VII Congreso CEAV 2018.

En palabras de Rafael Gallego Nadal, presidente de CEAV, "Estamos convencidos de que este viaje permitirá crear nuevas oportunidades de negocio que beneficiarán a nuestras Agencias asociadas, ya que contamos con el apoyo de su Ministerio de Turismo y de su Convention Bureau, habiendo previsto una Presentación del Destino y una actividad de networking con representantes de empresas de tour operadores del país anfitrión durante la mañana del día 30 de noviembre".

Desayunos con VUELING

El pasado día 9 de octubre CEAV organizó un Desayuno de Trabajo de la mano de Vueling, ya que debido a los importantes cambios en sus tarifas, quisieron invitar a las Agencias de Viajes a una formación donde se explicaron en detalle las siguientes novedades:

- Nueva **Tarifa TimeFlex**: Idealmente pensada para el pasajero de negocios.
- Nueva **Tarifa Family**: donde las familias con niños podrán tener la posibilidad de elegir sus asientos y sentarse juntos.

- Nueva oferta de asientos: **Space One, Space Plus y Space**, todos ellos disponibles en nuestra Web Agencias

- El nuevo **modelo de embarque** para garantizar un servicio más ágil y cómodo.

- Y todas las novedades de distribución de estas tarifas y servicios.





© Foto: Nuria Cugat

Austria presenta en Madrid, Barcelona y Bilbao sus novedades de invierno

Más de 90 medios han acudido a los tres Brunch de Prensa en Madrid, Barcelona y Bilbao donde se han presentado las novedades de invierno paralelamente a los Workshops celebrados con gran éxito para las agencias mayoristas y minoristas de las tres ciudades con la participación de 14 empresas austríacas. Entre los temas principales y novedades destacan el nuevo Museo de la Catedral de Viena, los Mercados de Navidad de Salzburgo e Innsbruck, la apertura de las pistas de esquí de Arlberg y el centenario del villancico "Noche de Paz" en Salzburgo, Tirol y la Alta Austria. En la Alta Austria, Tirol y Salzburgo, es posible seguir la pista del famoso villancico durante todo el año, pero en invierno adquiere una magia especial ya que son muchas las oportunidades para experimentar de las pistas para trineos, pistas de esquí, horas de relax en las termas o simplemente disfrutar de la tranquilidad y el "cálido" ambiente invernal. Steyr, la localidad de Noche de paz de la Alta Austria, es la entrada al Parque Nacional Kalkalpen, enmarcado por los

valles fluviales de Enns y Steyr. Descubrir la zona boscosa invernal del Parque Nacional y observar los hembras de los gamos en celo en otoño es una experiencia única. Al igual que realizar una excursión con raquetas de nieve. Mariapfarr, una localidad de Noche de paz, se encuentra en la región vacacional de Lungau en el distrito de Salzburgo y se considera uno de los lugares más soleados de Austria. Varias estaciones de esquí ofrecen nieve asegurada y mucha diversión con un total de 150 km. de pistas. Esquí de travesía, esquí de fondo, senderismo invernal, paseos en coches de caballos y cabañas rústicas completan una maravillosa magia invernal. El mensaje de paz mundial de *Noche de paz, noche de amor (Stille Nacht! Heilige Nacht!* en alemán) marca el ritmo de su aniversario en 2018: las tres localidades de Noche de paz de Salzburgo, Tirol y Alta Austria invitan a numerosos eventos y acontecimientos. Conciertos, mercados de Navidad, magníficas exposiciones de belenes, modernos eventos de primera como la obra de teatro

"*Meine Stille Nacht*" en la Escuela de Equitación de la Roca, el concierto de Navidad de Salzburgo en el gran teatro de Salzburgo y una exposición transfronteriza, completan el programa de actos de Noche de paz.

Las historias sobre el villancico más famoso del mundo del mundo -*Noche de paz, noche de amor*-, cumplen todas las expectativas en cuanto a mitos, suspense y realidad.

En la Navidad de 1818, cuando se compuso el villancico, Europa llevaba décadas en crisis: los cambios políticos, la guerra y el hambre habían desangrado a la población del Principado-arzobispado de Salzburgo, la monarquía de los Habsburgo y Baviera. Napoleón destruyó regiones enteras con guerras y expediciones militares. El Congreso de Viena en 1814-1815 selló el final de la era napoleónica. Inmediatamente después del estallido de la guerra en 1914, en el frente occidental se obró un milagro navideño pacifista de confraternización de varias naciones. El 24 de diciembre, los soldados colocaron árboles de Navidad iluminados en la parte superior de las trincheras como signo de paz. En ambos lados del frente de Flandes, los combatientes abandonaron sus armas y cantaron *Noche de paz, noche de amor*.

A mediados del siglo XIX, la canción ya era líder de ventas de Estados Unidos. Desde la primera grabación de la canción de la mano del grupo estadounidense Haydn Quartet en octubre de 1905, el villancico es uno de los más vendidos del mundo. Solo la versión de Bing Crosby de 1935 alcanzó los 10 millones en 2003. «*La época más tranquila del año*», como también se conoce cariñosamente al Adviento en Austria, es una reminiscencia de algunas de las antiguas costumbres que se han transmitido a los niños durante generaciones: hornear galletas, decorar la casa por dentro y por fuera para la Navidad, cantar canciones y muchas otras tradiciones muy valoradas acompañan a las familias en las semanas previas a la Navidad.

www.austria.info - www.stillnacht.com

© Foto: Turismo de Austria



#FEELAUSTRIA

La Magia del invierno

 Austria
llegar y vivir



austria.info

La compañía Joon, subsidiaria de Air France, operará seis vuelos diarios desde Madrid a París-Charles de Gaulle

La nueva compañía Joon, una subsidiaria propiedad de Air France que ofrece vuelos de medio alcance con base en París-Charles de Gaulle desde el otoño de 2017 y vuelos de largo recorrido desde este pasado verano y ya opera desde Barcelona, ampliará su oferta a partir del 31 de marzo de 2019 con vuelos desde Madrid.

La oferta de Joon tiene una vocación innovadora, conectada y de carácter único en el mundo del transporte aéreo. Sus estándares de calidad seguirán siendo fieles a los de Air France.

Joon reforzará la posición de Air France en el "hub" de París-Charles de Gaulle y estimulará su crecimiento dentro de los mercados tan competitivos en los que opera.

El desarrollo de Joon es una buena noticia para las agencias de viajes y nuestros clientes comunes. Desde Madrid se ofrecerán seis vuelos diarios hacia París-CDG (41 vuelos semanales). Durante este pasado verano, Joon inició vuelos a Fortaleza en Brasil y Mahé en Seychelles. Para el próximo mes de mayo, Joon empezará a volar a Quito y a Saint Martin (Caribe).

Air France no volará a los destinos ope-



rados por Joon. Los vuelos seguirán siendo comercializados con el código de Air France (AF) y operarán con aviones de Joon (JN). Los canales de distribución seguirán siendo los mismos que utiliza actualmente Air France. Todos los códigos de reserva de Air France a destinos previamente operados por Air France siguen siendo válidos y las agencias de viajes no tendrán que tomar ninguna ac-

ción por su parte, encontrando un "Q&A" acerca de Joon en la web para agentes de viajes **agentconnect.biz**.

Centrada en las nuevas tendencias de viaje, Joon será un laboratorio permanente de innovaciones para beneficio de nuestros clientes. En la red de medio alcance operada por Joon, éstos podrán beneficiarse de una novedosa y amplia oferta de entretenimiento (series de televisión, música, juegos) y una extensa selección de vídeos que podrán disfrutar a bordo en sus dispositivos móviles a través de "streaming". Un puerto USB en cada asiento permitirá a cada cliente cargar sus dispositivos móviles.

Con la ayuda de las agencias de viajes y la del equipo de Ventas y Marketing de Air France, tenemos el compromiso de ofrecer un servicio cada día mejor a nuestros clientes.



Darío Polo, Director de la Oficina de Turespaña en Pekín, junto a Miguel Angel Pérez, de Turismo Valencia con medios de comunicación chinos en Shanghai.

València impulsó el Día Mundial de la Paella, compartiendo su receta más internacional con todo el mundo

Se acabaron las polémicas, el debate y la lista de ingredientes permitidos o prohibidos. Por un día, la ciudad de València, cuna de la paella, cedió su plato más internacional con todo el mundo para compartir una receta que aúna tradición, cultura y excelencia culinaria.

El pasado 20 de septiembre, los valencianos, como creadores de la paella, abandonaron su papel de guardianes de la receta y resolvieron de forma simpática y amistosa el eterno debate sobre la auténtica paella. Se fijó así un día en el calendario para prestigiar este plato y elevarlo a la categoría de emblema internacional desde el territorio en que se originó. Un día que... ha llegado para quedarse.

Y es que la paella es patrimonio identificador de la cultura valenciana (y española) y embajadora mundial de su gastronomía, pero su receta se ha visto envuelta en polémicas en los medios, como la del uso del chorizo por el chef inglés Jamie Oliver, la receta al horno y en un recipiente de cristal del actor Rob Schneider o el arroz con pollo, calamares, chorizo y almejas del cocinero Gordon Ramsey.

Pero el qué y el cómo dejaron de importar, el 20 de septiembre València invitó al resto del mundo a "poner su grano de arroz", a imitar a los valencianos poniendo la paella en el centro de reuniones de amigos y familiares y a dar a conocer la

paternidad de la receta más mediterránea que nació en València.

Durante toda la jornada València festejó el Día Mundial de la Paella con diferentes actividades en la plaza del Ayuntamiento. Se realizó una declaración institucional sobre la universalización de la paella y se celebró un espectáculo de *showcooking* de nueve paellas diferentes, llegadas de diferentes puntos geográficos de València, Alicante y Castellón. Por la tarde, se amenizó la jornada con música en directo y varias animaciones audiovisuales. Con la colaboración de Turespaña se celebraron acciones en multitud de países (desde Argentina o Estados Unidos, hasta China, pasando por Holanda, Reino Unido o Italia) con unos resultados espectaculares: el **#WorldPaellaDay** estuvo utilizado en más de 1'3 millones de cuentas, se han recopilado más de 300 reportajes en alrededor de 40 países con una audiencia superior a 65 millones de personas.

La iniciativa gastronómica ha contado con la participación de diferentes instituciones públicas y privadas, entidades y profesionales del sector. Así, se ha sumado el Ayuntamiento de València, Turisme Comunitat Valenciana, la Federació Empresarial de Hosteleria de València (FEHV), D.O. Arroz de València, Wiki-paella, Concurso Internacional de Paella Valenciana de Sueca, Club de Jefes de Cocina y Paella Today. Asimismo, se han

sumado a la iniciativa distintas entidades vinculadas al turismo y la gastronomía como Saborea España y la Federación Española de Hostelería, además de Dacsa, Amstel, Garcima, Carmencita y Artika.



Sandra Gómez y Antonio Bernabé, Presidenta y Director de Turismo Valencia en los actos de València del World Paella Day.



Roadshow de la ONAT en Madrid y Barcelona “MeetGermany 2018”

Junto con 23 empresas expositoras de la industria de los viajes -destinos, turismo receptivo y transportes- la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) organizó los días 24 y 25 de octubre en España su tradicional workshop de otoño **MeetGermany** presentando Alemania como destino turístico en las dos principales regiones emisoras españolas para



el turismo hacia Alemania, Madrid y Barcelona.

Más de 200 contactos destacados de la industria turística española siguieron la convocatoria informándose sobre nuevos productos, y conociendo la nueva campaña temática de Alemania para 2019, el **100 aniversario de la Bauhaus** en Weimar.



Campañas 2019

La ONAT centrará su campaña temática mundial del año 2019 en el centenario de la fundación de la legendaria Bauhaus en Weimar. Ya está disponible online en www.germany.travel/bauhaus una página de aterrizaje sobre esta campaña en alemán, inglés y francés.

El logotipo del aniversario con el hashtag **#CelebratingBauhaus** conduce directamente desde la página web de la ONAT www.germany.travel hasta la página de aterrizaje.

Además, la ONAT desarrollará en el año 2019 otra campaña viral a escala mundial: **German Summer Cities**. Esta campaña de marketing digital se complementará con semanas de actividades y eventos efímeros en numerosos mercados emisores. **#GermanSummerStories** aunará las actividades de los medios de comunicación social.

La ONAT continuará promocionando Alemania para el segmento LGBT y para amantes de la naturaleza, además de reforzar los temas básicos **ciudades y cultura, vacaciones en familia, turismo accesible y turismo sostenible**.

www.germany.travel
Oficina Nacional Alemana de Turismo
Teléfono: 91 429 35 51





ALSA se adhiere a la campaña VIAJAR JUNTOS ES MEJOR

La compañía de transporte ha firmado con Purina y CEAJ un acuerdo para facilitar y fomentar que los viajeros en autobús puedan trasladar a sus mascotas de forma cómoda y segura.

ALSA se ha adherido a la campaña “Viajar Juntos es Mejor”, creada por PURINA España y la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAJ).

Para ALSA, la adhesión a esta campaña “es fruto de la sensibilidad de la compañía hacia la mejora de las condiciones de transporte de las mascotas de nuestros clientes.” Por ello, en el ámbito de esta colaboración, “ALSA trabajará junto con Purina y CEAJ para desarrollar modelos innovadores para el transporte seguro y adaptado de mascotas en el transporte público”.

La campaña **Viajar Juntos es Mejor**, que se presentó en FITUR 2017 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. A lo largo de este año el sello ha conseguido la adhesión de más de un centenar de agencias y operadores *on* y *offline*, entre ellas Destinia, Zafiro Tours, Viajes Martel o viajarsolo.com.

Además, en la pasada edición de la feria, PURINA y CEAJ presentaron 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; así como también agencias *online* adheridas al sello **Viajar Juntos es Mejor**. La iniciativa ha ganado el premio Excelencia Turísticas de 2017.

Con la creación del primer buscador de agencias Pet Friendly de España, la campaña **Viajar Juntos es Mejor**



quiere ser un referente en el país en todo lo relacionado con la organización de viajes con animales de compañía, así como a fomentar la tenencia responsable de animales y promover una sociedad cada vez más Pet Friendly.

El crecimiento de la oferta vacacional Pet Friendly permitiría que los propietarios de mascotas disfruten de más tiempo con ellas, incrementaría el número de familias que irían de vacaciones y que ahora no lo hacen por no poder viajar con ellos e influiría en el 50% que decide hacer unas vacaciones más cortas por no dejar a sus mascotas tanto tiempo en casa o con amigos.

Ahora, tras el acuerdo firmado con ALSA, se incluye el asesoramiento de veterinarios y profesionales de Purina para colaborar e impulsar acciones de mejora en la conectividad y acceso al transporte público. El objetivo es que los usuarios que vayan acompañados de sus mascotas puedan utilizar el autobús de forma cómoda y segura. Además, próximamente algunos de los autobuses de la compañía contarán con la pegatina identificativa de **Viajar Juntos es Mejor**.

ALSA es el operador líder en el sector español de transporte de viajeros por carretera. En la actualidad, cuenta con una moderna flota integrada por 3.100 autobuses, que transportan a más de 300 millones de viajeros al año, quienes son atendidos por un competente equipo formado por más de 8.000 profesionales.

CÓMO ADHERIRSE AL SELLO Y ESTAR PRESENTE EN EL GEOLOCALIZADOR

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.





GRAN CANARIA, LA ISLA DEL QUESO



La tradición quesera de Gran Canaria se refleja en la producción artesanal de una amplia variedad de productos que pasa de generación a generación, favoreciendo que prácticas ancestrales como el **pastoreo** o la **transhumancia** sigan vivas y aporten a dichos manjares **aromas y sabores únicos para los sentidos**. Los microclimas de la isla, responsables de la diversidad paisajística, hacen que las excelentes razas autóctonas de **ovejas, cabras y vacas** se alimenten de una manera única, lo que garantiza una leche excelente para elaborar magníficos quesos cargados de personalidad y tradiciones.

Gran Canaria produce aproximadamente 3.000 toneladas de queso al año, de las cuales la mitad proceden de un centenar de pequeñas queserías, que emplean leche cruda (sin tratamiento térmico) de su propia explotación ganadera. Esto es posible gracias a la elevada sanidad del ganado en las islas, con una maduración inferior a 60 días, que asegura una **calidad imposible de encontrar** en producciones industriales.

La leche cruda, procedente de **ovejas, cabras y vacas**, consigue los denominados **"quesos puros"**; aunque lo habitual es mezclar distintas proporciones de los tres tipos de leche, logrando que cada queso tenga sabores y aromas propios de la de las ovejas; la cremosidad de la de vaca, y un toque de la acidez y textura de la de cabra. Estos quesos son los denominados **"quesos de mezcla"**.

El cuajo de estos quesos son de origen animal, obtenido del estómago de corderos y bafios, o de origen vegetal. El cuajo vegetal es el más peculiar, siendo así Gran Canaria **uno de los pocos lugares en el mundo** donde se realiza, obtenido de las **flores de cardo** (*Cynara cardunculus*) maceradas en agua. Estos son los **quesos de flor**. Y cuando se mezcla cuajo vegetal y animal, se consiguen los **de media flor**.

Con todo esto, finalmente, se logran quesos tiernos, semicurados y curados, gracias al proceso de maduración que se someten, y que va desde los 5 hasta los 105 días. Los quesos de Gran Canaria son normalmente de pasta prensada y forma cilíndrica, con tonalidades que van del blanco marfil al "amarillo pajizo", dependiendo de las mezclas de leche y del tiempo de maduración. Pueden presentar pequeños ojos y cavidades, propios de la elaboración con leche cruda.

La reconocida y premiada calidad de los quesos de Gran Canaria ha propiciado que la isla acoja un **Foro Internacional que se celebrará en el Auditorio Alfredo Kraus de Las Palmas de Gran Canaria los días 15 y 16 de octubre de 2018**. Este encuentro permitirá estudiar los aspectos más destacados de la elaboración del queso y su promoción internacional, gracias a un completo programa de ponencias, clases magistrales, degustaciones, catas y debates que correrán a cargo de contrastados profesionales del sector gastronómico, la distribución y la producción. De este modo, el principal objetivo de las jornadas será ampliar el conocimiento de este sensacional producto y conseguir que los principales chef del mundo incorporen a sus creaciones culinarias todo lo que puede aportar Gran Canaria, la isla del queso.

@SaboreaGC
 @SaboreaGC
 @saboreagc

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





Entrevista a Isabel María Oliver Sagreras,
Secretaria de Estado de Turismo

El gobierno apuesta por un turismo de calidad, sostenible, inclusivo, accesible y más rentable

Licenciada en Ciencias Biológicas por la Universidad de las Islas Baleares y funcionaria de carrera del Cuerpo Superior de la administración de la Comunidad autónoma, ha sido secretaria general técnica de la Consejería de Turismo del Gobierno Balear, concejala en el Ayuntamiento de Palma de Mallorca, diputada nacional, consejera de Economía y Turismo del Consejo Insular de Mallorca, y diputada y portavoz de la Comisión de Turismo del Parlamento Balear.

Vd. tiene una dilatada experiencia en el mundo del turismo en una comunidad turística por excelencia. ¿Cómo afronta su nueva responsabilidad como secretaria de Estado?

Con mucha ilusión, pero sobre todo con mucha responsabilidad. Hay mucho trabajo por hacer porque cuando llegué me encontré una Secretaría muy aletargada, con una ejecución presupuestaria muy baja.

¿Cómo ha vivido estos años, a caballo entre la Comunidad Autónoma, el Consejo Insular y el Ayuntamiento de Palma?

Han sido años muy intensos y provechosos. Tengo la experiencia de haber estado en todas las administraciones, local, regional y nacional, todas excepto en la europea. Eso me permite tener una visión muy amplia.

El turismo es un sector clave para las islas. Pero hay un profundo debate político sobre su regulación y cada vez más se levantan las voces que pretenden limitarlo. ¿Cuál es su visión para encontrar el equilibrio necesario?

Venimos de unos años en los que el número de turistas se ha incrementado de manera importante, también el gasto. Nuestro sector turístico ha sabido dar respuesta a ese aumento de los flujos de manera satisfactoria aunque es cierto que hay quienes piden poner un límite. En mi opinión debemos trabajar todos juntos, administraciones y sector privado, para mantener el equilibrio entre la satisfacción de quien nos visita y el bienestar de quien reside en un destino turístico.

¿Podemos establecer un paralelismo entre el caso balear y el canario?

Ambos son archipiélagos, destinos turísticos de primer nivel que comparten inquietudes como el tema de la conectividad o el descuento de residente, pero más allá de esas similitudes creo que son dos



“... debemos trabajar todos juntos, administraciones y sector privado, para mantener el equilibrio entre la satisfacción de quien nos visita y el bienestar de quien reside en un destino”

territorios diferentes. Baste como ejemplo que Canarias tiene temporada turística todo el año gracias a su suave clima mientras que Baleares está más sujeta a la estacionalidad y eso pese a que en los últimos años ha hecho un gran trabajo en este sentido y ha conseguido alargar la temporada varios meses.

Y desde su nueva responsabilidad, ¿cómo se ve el caso peninsular con esta dicotomía entre turismo de costa y de interior?

El sol y playa es muy importante, somos líderes en ese segmento, pero no es el único atractivo que posee España. Tenemos gastronomía, cultura, deporte, patrimonio, compras, esquí,... Un sinfín de atractivos que queremos potenciar y por eso apostamos por la diversificación de productos y de destinos, promoviendo un turismo

ligado a experiencias: cultural, de compras, de negocios, deportivo, gastronómico.

Estamos viviendo unos años de bonanza, pero, en el caso del sol y playa, se están volviendo a despertar competidores tradicionales (Túnez, Turquía, etc.) con precios mucho más bajos. ¿Hasta qué punto nos afectarán en los próximos años y cuáles son las medidas a adoptar?

No estamos preocupados por el descenso en la llegada de turistas internacionales, era lo esperado tras la recuperación de algunos de nuestros mercados competidores que en los últimos años han estado fuera de juego. Este año se está produciendo una normalización de los flujos turísticos que seguirá el año que viene. En este sentido España debe seguir su hoja de ruta, mantener su apuesta por la calidad, por la diversificación de producto y destino, y por supuesto por captar otros mercados emisores además de los tradicionales. El objetivo es que el turista que nos visite se quede más tiempo y gaste más.

Por el contrario, hay un auge espectacular del mercado chino y un poco más retrasado el de la India. ¿Hasta qué punto estamos preparados para asimilarlo y puede cambiar nuestros destinos?

La captación del turista proveniente de mercados lejanos, particularmente asiáticos, es un objetivo táctico en la estrategia de Turespaña porque se trata de un turista de mayor gasto, que desestacionaliza ya que busca atractivos distintos al sol y playa y con unas positivas perspectivas de crecimiento. Se ha trabajado mucho en la adaptación de la oferta, en dar a conocer nuestro producto, en conectividad, visados, etc. Creo que estamos preparados para recibir cada año a más turistas procedentes de estos mercados y darles un buen servicio



“... también somos un país emisor de turistas y ese apartado es, sin duda, también una fuente importante de riqueza para las agencias de viajes, hoteles, aerolíneas, etc.”

aunque siempre hay que seguir trabajando en el producto turístico.

Vamos a hablar de promoción. El turismo está transferido a las Comunidades Autónomas. ¿Ha ido en detrimento de la marca España? ¿Debería coordinarse mejor?

No. Turespaña trabaja muy bien la promoción y posicionamiento mundial de la marca España y existe coordinación con las Comunidades Autónomas. Nuestras oficinas de turismo en el exterior trabajan con ellas, están a disposición de todas las regiones para cuantas acciones de promoción quieran realizar.

Este año se ha hablado de limitaciones en Italia (Venecia, etc.). ¿Nos puede pasar lo mismo?

No, de ninguna manera, son casos totalmente diferentes.

Tras años de una profunda crisis, parece que el turismo emisor también se ha recuperado. ¿Qué importancia tiene para Vd.?

Mucha. Siempre que hablamos de turismo en España o damos cifras nos centramos en el mercado receptor pero también somos un país emisor de turistas y ese apartado es, sin duda, también una fuente importante de riqueza para las agencias de viajes, hoteles, aerolíneas, etc.

¿Le gusta que los españoles viajen al extranjero o preferiría que se quedaran en España?

Me gusta que los españoles vuelvan a viajar tras unos años de crisis en los que el consumo interno se vio mermado. Siempre es una buena noticia que de nuevo salgan de sus casas, ya sea para viajar por España o para conocer algún país extranjero, porque eso supone una reactivación de la economía y tiene efectos positivos en agencias, transportes, hoteles, etc.

¿Cuál es, para Vd, la importancia de las agencias de viajes en el sector?

Son un segmento importantísimo de la cadena de valor del sector porque están en continuo contacto con el mercado, con los consumidores, y por tanto conocen a la perfección las tendencias de la demanda y su evolución.

¿Qué les recomendaría que hicieran para su expansión?

No soy partidaria de dar consejos porque considero que ellas mejor que nadie conocen su negocio, pero desde mi punto de vista es necesario ofrecer un servicio especializado, conocer al cliente, y adelantarse a sus necesidades y exigencias.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Quiero recalcar la apuesta del Gobierno de España por un turismo de calidad, sostenible, inclusivo, accesible y, por supuesto, más rentable, en el que prima la calidad por encima de la cantidad.

Muchas gracias



*Si aún no has venido...
no sabes lo que te estás perdiendo*



AYUNTAMIENTO DE LEÓN



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 disfrutar 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.



Más información: www.andalucia.org

DESTINO CASTILLA - LA MANCHA



Castilla-La Mancha es mucho más

Castilla-La Mancha es una región de España asociada tradicionalmente a tierras de llanura, a los molinos de viento y a Don Quijote, y a ser ese "lugar" de La Mancha que universalizó Cervantes. Y así es: La Mancha es esa "tierra seca" (ése es el significado de origen árabe "Al Manxa") de horizontes infinitos, pero quien la recorre de Norte a Sur y Este a Oeste descubre que es mucho más. Sólo hace falta ir más allá de estereotipos y dejarse sorprender.

ALBACETE La feria de Albacete (septiembre) de interés turístico internacional, al igual que la Semana Santa de Hellín, son las puntas de lanza de una provincia que sorprende con localidades como Alcalá del Júcar o Jorquera; o Ayna, Liétor, Nerpio, Yeste y Alcaraz en la Sierra del Segura. El Parque Natural de los Calares del Río Mundo y de la Sima, con el nacimiento del Río Mundo, es espectacular.

CIUDAD REAL Las llanuras desaparecen en el Parque Natural del Valle de Alcudia y Sierra Madrona, paraíso para los amantes de la naturaleza; en Daimiel, además de visitar el Parque Nacional de las Tablas, la Motilla del Azuer no deja indiferente a nadie. Y al norte el Parque Nacional de Cabañeros, llamado el "Serengueti español" porque sus atardeceres trasladan a África. En esta provincia el Palacio del Marqués de Santa Cruz (Viso del Marqués), el parque minero de Almadén (Patrimonio de la Humanidad), Almagro y Villanueva de los Infantes, son destinos obligados junto con Puertollano, ciudad de tradición minera y hoy un importante núcleo urbano.

CUENCA Ciudad de las casas colgadas y hogar del arte abstracto español, es Patrimonio de la Humanidad, sede también del Museo Paleontológico de Castilla-La Mancha que recibe al viajero con su "Pepito" para asombro de grandes y pequeños. El Parque Natural de la Serranía de Cuenca, destino Starlight y en el que disfrutar del astroturismo, ofrece también la posibilidad avistar osos y lobos en El Hosquillo. Belmonte, Alarcón, San Clemente, Moya, Uclés junto con el Parque Arqueológico de Segóbriga son parada obligatoria.

GUADALAJARA Quizá sea la provincia con mayor riqueza paisajística: el Parque Natural de la Sierra

Norte de Guadalajara alberga el Hayedo de Tejera Negra. Se suma el del Alto Tajo, con Molina de Aragón, punto desde el que partir para descubrirlo. Puedes recorrer La Alcarria de la mano de Cela, visitando Torija, Pastrana, Cifuentes... La medieval Sigüenza es su localidad más afamada, aunque la Floración de la Lavanda en Brihuega, junto con el Festival Medieval de Hita, convierten a estas dos localidades en el corazón de la provincia.



TOLEDO Patrimonio de la Humanidad, la ciudad de las Tres Culturas, la ciudad del Greco, la imperial de Carlos V y las tantas Toledos como viajeros llegan a ella, es el epicentro de viajes por una provincia en la que Tembleque, Consuegra... abren paso al paraje de Las Barrancas de Burujón, el Parque Arqueológico de Carranque, las pinturas del Greco en Illescas, Oropesa... y Talavera de la Reina, famosa por su cerámica y cada vez más también por su festividad de Las Mondas, la más antigua de España.



Más información: www.turismocastillalamancha.es



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 visitable 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.



es vida

Más información:
www.turismocastillayleon.com

DESTINO CATALUÑA



¿Por qué Cataluña?

Cataluña cuenta con todo lo que tu cliente pueda necesitar: buen clima, un paisaje de contrastes y riqueza cultural y natural, buenas comunicaciones, deliciosa comida, servicios turísticos siempre renovados y un carácter abierto para acoger a los visitantes.

En los **Pirineos de Cataluña** el tiempo avanza más lento. Aún se conserva parte de la esencia rural, de épocas pasadas, en los pueblos y en el patrimonio artístico, que tiene en el románico la máxima expresión. La naturaleza mantiene muchos rincones prácticamente inexplorados, a los que solo es posible llegar atravesando bosques, ríos, prados alpinos o enfilando hacia alguno de los picos más altos.

A poco más de dos horas en coche encuentras el **Mediterráneo**, uno de los lugares con mayor concentración de biodiversidad, que en las tierras catalanas muestra una de sus facetas más camaleónicas: pasando de minúsculas calas salpicadas de barcas de pescadores a kilométricas playas de arena fina o playas urbanas.

Estos paisajes han servido de inspiración a **artistas universales** que han contribuido a modelar la sensibilidad artística del siglo XX. Han vehiculado este viaje el mundo melancólico del primer Picasso, nacido en Málaga y formado en Barcelona, la luminosidad de Miró, el surrealismo de Dalí y la pintura de Tàpies. La cultura catalana ha conseguido unir tradición y

raíces para dar como resultado obras que permanecen en la memoria y el tiempo, como la Sagrada Familia, del genial Antoni Gaudí.

Cataluña es un **territorio milenario** en el que puedes encontrar desde huellas de dinosaurio hasta un rico patrimonio romano y numerosas villas y lugares que han conservado la atmósfera de la edad media. El estilo románico o gótico también ocupan un espacio en la diversidad cultural autóctona, al igual que el modernismo, que se convirtió en el estilo de las grandes obras civiles de la burguesía ilustrada que impulsaba la Revolución Industrial.

Barcelona, la capital catalana es una de las ciudades más cosmopolitas del Mediterráneo, que combina el diseño y el vanguardismo con la herencia de más de dos milenios de historia. Otras ciudades catalanas también brillan con luz propia, como **Girona**, **Lleida**, **Tarragona**, o **Reus**, todas ellas conectadas mediante AVE. Lideran movimientos socioculturales interesantes, vanguardistas y punteros, pero saben mirar a su pasado levantando castells (torres humanas), mimando los viñedos para producir los mejores vinos o dando forma y color a la cerámica. Esta urbanidad convive con pequeños pueblos encantadores que guardan el testimonio de miles de años de vida rural.

Más información:
www.catalunya.com



Fotografías: @ACT



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



DESTINO COMUNITAT VALENCIANA



Comunitat Valenciana, un destino idóneo para conocer este otoño

La Comunitat Valenciana ofrece una amplia oferta de ocio, deporte, cultura, gastronomía y diversión en el último trimestre del año. El clima privilegiado, con suaves temperaturas durante todo el año, permite disfrutar del mar y de la playa durante todo el otoño y, además, visitar los grandes encantos del interior y aprovechar la rica gastronomía.

Una tierra con los auténticos valores del Mediterráneo, en la que se conjuga una personalidad única ligada a valores de convivencia y de mestizaje mediterráneo, cosmopolita y rural, luminosa, histórica y cultural, socialmente responsable, sostenible, vibrante, creativa, innovadora y emprendedora. Somos un destino concebido para sentir y disfrutar la vida llena de experiencias. ¡Os esperamos!



En otoño, la Comunitat sabe bien, con un excepcional clima con más de 3.000 horas de sol al año, con una cultura milenaria, con playas, con montaña, con gran capacidad hotelera, con amplias opciones para el ocio y con una oferta gastronómica sugerente, variada y de calidad.

Cultura milenaria y naturaleza. La Comunitat Valenciana posee una larga historia forjada a lo largo de milenios. Desde las pinturas rupestres del arco mediterráneo de la Península Ibérica, encontradas en cuevas y abrigos, estas tierras han recibido la influen-

cia cultural de iberos, romanos, visigodos y musulmanes. Contamos con bienes patrimoniales materiales e inmateriales reconocidos por la UNESCO, además, te enamorarán los 22 parques naturales caracterizados por la gran diversidad de ecosistemas que representan, un patrimonio natural y cultural único.

Un destino Premium: su historia, clima privilegiado, sus gentes, gastronomía... han atraído a viajeros de todo el mundo desde hace siglos. Con una oferta turística comparable a la de las zonas más exclusivas internacionales, ofreciendo al viajero una experiencia única e irrepetible, con cualidades para satisfacer a los viajeros como la alta velocidad, alojamientos con encanto, restaurantes gourmet, tiendas de alta gama, museos únicos, además de 12 restaurantes con estrellas Michelin.

Época estupenda para practicar el golf. Más de treinta campos de golf con una buena accesibilidad y unas magníficas instalaciones.

¿Quién dijo que aprender un idioma era aburrido? En la Comunitat Valenciana podrás mejorar tu nivel de español al tiempo que descubres la riqueza de su patrimonio artístico y cultural, su sabrosa gastronomía, sus excelentes playas o su encantador interior. Centros de enseñanza de español y escuelas repartidas por las tres provincias que ofrecen a los estudiantes la oportunidad de conocer la cultura y las costumbres valencianas.

Aprovecha para conocer nuestras fiestas: fuego, pólvora, música, colorido, exhibición y espectáculo son elementos consustanciales a las fiestas organizadas desde hace siglos para ser vividas en la calle, en convivencia de vecinos y visitantes porque la hospitalidad y la participación en los actos festivos se convierte en un acontecimiento social en todos los pueblos y ciudades.

Más información:
<http://comunitatvalenciana.com/>





La evolución del turismo en 2018

¿El **modelo** turístico está **agotado**?- Nuevos **atractivos** al visitante - Retrasos **aéreos** igual a huelgas - Vacaciones en el **aire** - **Crece** el gasto turístico - Crecimientos **normales** - Promoción **cualificada** - **Rebelión** del sistema

Martin Sarrate

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

En los meses de julio y agosto, ha habido un incremento moderado en Barcelona del 4,6% y del 0,66% de las estancias hoteleras, comparativamente con el año 2017 y recordemos que fue un año excelente en crecimiento turístico.

La ciudad mantiene niveles de crecimiento desde hace años por la reputación de la marca Barcelona y la calidad de los servicios ofrecidos. La ciudad ha realizado muchos esfuerzos para recuperarse después de un año marcado por el atentado y la inestabilidad política y se ha recuperado más rápidamente que otras ciudades, y si al principio del año 2018 fue inferior que en años anteriores en la temporada de verano ha habido una recuperación.

El turismo representa el 12% del PIB de Cataluña y es muy necesario que la ciudadanía tome conciencia de su potencial y valor turístico y se debería de hacer una campaña de sensibilización para poder encontrar la armonía visitante / residente.

Según las cifras del INE, 2,27 millones de turistas se alojaron en hoteles con un total de 5,93 millones de pernoctaciones y si le añadimos otro tipo de alojamiento hacen un total de 4,64 millones de turistas hasta la fecha.

Cataluña lidera el gasto turístico, con un 25,6% del total de todas las autonomías de España

Entre enero y septiembre ha habido una reducción del 0,8% sobretodo porque la Semana Santa fue muy floja en número de visitantes, pero Cataluña se sitúa en una cuota de mercado del 24,5% y está casi igualada con Canarias que obtiene el 24,8%

En cuanto al nivel de gasto, se obtiene uno de los mejores registros históricos con una media de 1.150 euros que representa un incremento del 10% y el gasto medio diario en 198 euros, sobre todo en los meses de febrero y marzo coincidiendo con el *mobile world congress*.

La llegada de turistas extranjeros con un incremento del 1,3%, sobre todo los británicos y alemanes, porque empiezan a recuperar la confianza en destinos del norte de África. Tengamos en cuenta que Egipto, Turquía, están teniendo un 30% de crecimiento y Túnez un 20%, recuperando cuota de mercado y que parte de nuestro crecimiento se debía a un turismo prestado que iban a estos países y que en estos momentos están aplicando unos precios súper competitivos.

Cataluña tiene un decrecimiento al mes de agosto del -2,7%, no obstante representa un 23,5% de las llegadas de turistas internacionales a España, cifra superior al año 2017 que fue del 23,4%

El 84% de turismo es procedente de países extranjeros obteniendo en los 3 meses del verano un incremento del +5,59% y del turismo nacional un decrecimiento del -0,44%. Los mercados más significativos de estos crecimientos son EE.UU., Brasil y China.

Se vislumbra una bajada de las tarifas hoteleras de un -8% en el mes de agosto y también en la reducción de los días de estancia.

Actualmente los viajeros puntúan con un 8,2% la seguridad, siendo un parámetro fundamental a la hora de elegir un destino.

Otro de los datos importantes es el crecimiento del +9,91% de cruceristas como puerto base Barcelona y el aeropuerto del Prat con un crecimiento del +5,4% y el alojamiento en pisos turísticos legales un crecimiento del +0,95%, pero también con un descenso en menos pernoctaciones un -5,47%.

Asimismo Cataluña ha sido el segundo destino elegido por los residentes españoles, detrás de Andalucía. Todos los indicadores de gasto de estos turistas son muy superiores que los del resto del Estado, aumentando un +6,7%, el gasto medio de un +9,6% y que evidencia un posible cambio de modelo, marcándonos

como objetivo una promoción más digital y fundamentada en lo cultural, la gastronomía, ferias y congresos, etc, en el resto del Estado ha sido de un +1,6% y del +0,9%.

Asimismo estamos viendo como las compañías de *low cost* están acelerando mucha concentración en nuestro mercado, y que hasta el momento representan una cuota de mercado en nuestro país del 53,9% con unos crecimientos del 6,2%.

Ryanair, Easyjet y Vueling, representan el 64% del total de pasajeros que viajan en aerolíneas de bajo coste y que tienen una gran base en el aeropuerto de Barcelona y que acapará el 24,1% de la totalidad de los viajeros de esta modalidad hacia España y con unos crecimientos del 7,4% llegando a la cifra de 9,2 millones de pasajeros, por lo que después de lo sucedido este verano de las huelgas, cancelaciones de vuelos y los retrasos de estas compañías afectan a la imagen y a la credibilidad de los servicios ofertados en detrimento de los pasajeros que utilizan estas compañías.

Por este motivo reclamamos a la Secretaría de Estado de Turismo, Isabel Oliver, que debido a estas continuadas huelgas una vez más, una regulación del derecho de huelga en determinados servicios estratégicos, como son los de transporte, debería establecerse un plan de contingencias, con unos servicios mínimos garantizados que garanticen de manera efectiva el derecho de transporte y de desplazamiento de los pasajeros.

Esta situación de constantes huelgas se repite cada verano, causando importantes perjuicios a los pasajeros y a las agencias de viajes, pues las mismas en caso de los vuelos afectados forman parte de un viaje combinado, tiene que responder frente a sus clientes y en caso de servicios sueltos.

Asimismo los derechos de los pasajeros contemplan compensaciones para el supuesto de que la huelga sea de la propia compañía aérea, pero no cuando la huelga es de controladores aéreos o de personal de AENA. En este caso se trata de una circunstancia extraordinaria para las compañías aéreas y no están obligadas a compensar a los pasajeros solo a prestarles asistencia.

Cataluña es el destino líder con los mayores flujos de pasajeros internacionales de bajo coste y que en el mes de septiembre recibió un 26,5% del total suponiendo un crecimiento del 7,1% y en el total acumulado llega al 26,8% que son un total de 10,21 millones de pasajeros representando un incremento del 6,9%

Según estudios que se están realizando para los años 2019 y 2010, y en referencia a nuestro mercado que es muy maduro, se marcan unas tendencias de incrementos aproximadas del 3%, siendo las tendencias a ciertos estancamientos y a crecimientos moderados.

Hay que apostar decididamente por un turismo de calidad, que comporte mayores ingresos para mejorar nuestra economía para todas las empresas de nuestro sector y de la generación de empleo de los trabajadores.

Es muy importante mejorar la calidad de nuestra oferta, combatiendo la masificación turística, mejorando la sostenibilidad del turismo, y que es un elemento que se cuestiona en nuestra sociedad, y de esta manera se podrían minimizar los posibles impactos de redimensionamiento y continuar con la desestacionalización.

Todas las estrategias que creamos que sean aplicables deben de tener un consenso y colaboración público-privado para un mayor éxito.

El modelo no está agotado, pero debemos de ofrecer nuevos atractivos a nuestros visitantes, para poder seducirlos y fidelizarlos continuamente.

Referente al turismo emisor, la inestabilidad no ha afectado para nada y las cifras según la encuesta a nuestros asociados están siendo muy positivas, con un crecimiento del 10% y como características más importantes a destacar son: que el consumidor cada vez más está planificando y dedicando más presupuesto a sus vacaciones.

Y me gustaría terminar con una cita de Antoine de Saint Exupéry que dice **“no se trata de prever el futuro, si no de hacerlo posible”**.

A wide-angle photograph of the Golden Gate Bridge in San Francisco, California. The bridge's iconic red-orange towers and suspension cables are prominent against a clear blue sky. The bridge spans the Golden Gate Strait, with the city of San Francisco visible in the distance. The foreground is filled with lush green foliage and trees, partially obscuring the view of the bridge. The water of the strait is a deep blue, and the surrounding hills are covered in green vegetation.

Sueño de California

De Los Ángeles a San Francisco pasando por Parques Nacionales y diversas poblaciones llenas de encanto

Texto y fotografías: Román Hereter

La mítica canción de 1965 del grupo Mamas & the Papas, California Dreamin' o "Sueño de California" y versionada en múltiples ocasiones, se considera una de las más representativas de los años 60 y resume la nostalgia de esta tierra dorada que a la vez representó el futuro para muchos americanos en busca de fortuna. Una tierra fértil acompañada de un clima benigno, minas de oro, petróleo y la industria del cine, son sólo algunos de los motores de este estado norteamericano que por sí solo sería una de las siete potencias económicas mundiales. También el clima, sus ciudades y Parques Nacionales representan un sueño a nivel turístico.

Cuando los conquistadores españoles fundaron Los Ángeles en 1781 poco podían imaginar el aspecto que tendría esta inmensa urbe después de más de 230 años. La zona del sur de California no parecía especialmente prometedora, con su aspecto desértico. Pero como se comprobó más tarde, después de la llamada fiebre del oro, que atrajo muchísimos colonos al estado más occidental del país, en la zona había petróleo, pero su explosión no se debió al oro negro, sino más bien a la industria del cine, que ha contribuido decisivamente en el hecho de que la ciudad se conozca prácticamente en todos los rincones del planeta. Para recorrerla, el coche es imprescindible, y uno siempre tiene la impresión de que no está circulando por la ciudad, sino por un complejo entramado de autopistas que cruzan Los Ángeles en todas las direcciones.

Los Ángeles, de manera abreviada L. A., es la ciudad más poblada del estado estadounidense de California y la segunda ciudad más poblada de Estados Unidos. Fue fundada el 4 de septiembre de 1781 por el gobernador español Felipe de Neve con el nombre de "El Pueblo de Nuestra Señora la Reina de los Ángeles del Río de Porciúncula". En 1821, después de la guerra de independencia de México, la ciudad se integró como parte de México, pero en 1848, a consecuencia de la intervención estadounidense en México, Los Ángeles y el resto de la Alta California pasaron a ser parte de los Estados Unidos de América, de acuerdo con lo pactado en el Tratado de Guadalupe Hidalgo.

Se trata de una ciudad global con gran influencia en ámbitos tan diversos como los negocios, el comercio internacional, el entretenimiento, la cultura,

los medios de comunicación, la moda, la ciencia, los deportes, la tecnología, la educación, la medicina o la investigación. El área estadística combinada de Los Ángeles sumaba en 2008 un producto regional bruto de 831 000 millones de USD, el tercero más importante del mundo tras Tokio y Nueva York. Los Ángeles, dentro de la cual se encuentra Hollywood, es líder mundial en la creación de producciones de televisión, videojuegos, música y cine que triunfan en todo el planeta.

L. A. está dividida en numerosos barrios, muchos de los cuales fueron pueblos anexados por el crecimiento de la ciudad.

Entre sus instituciones culturales destaca el Museo J. Paul Getty, de origen privado y con dos sedes: el Getty Center en Los Ángeles y la Getty Villa en Malibu.

Hasta hace algunas décadas, los residentes de la ciudad parecían haber dado la espalda al centro en beneficio de los suburbios, y la zona del centro (downtown) estuvo en estado bastante deprimente. En los últimos años, sin embargo, ha recuperado su interés y puede ser recorrido a pie.

El cartel que reza Hollywood, en el norte de la ciudad, puede verse desde kilómetros de distancia. Si hace años, la zona reunía todos los grandes estudios de cine y la mayoría de actores, que tenían aquí sus casas, en los últimos años las cosas han cambiado bastante y Paramount es el único gran estudio que queda. Algunos famosos siguen viviendo en Hollywood Hills, pero la mayoría se ha trasladado a zonas como Burbank, Culver City, Bel Air, Beverly Hills o Malibú. De todas maneras, es una visita casi obligada para quien quiera rememorar las leyendas de la época del cine.

Situados entre Hollywood y Santa Mónica, Bel Air y Beverly Hills, están atravesados de este a oeste por Sunset Boulevard y Santa Mónica Boulevard, y de norte a sur por Western Boulevard y Ciénega Boulevard. Al noreste de Hollywood es donde se han desplazado los barrios residenciales. El acceso más hermoso a esta zona es por Sunset Boulevard, que comunica Santa Mónica y Hollywood.

Santa Mónica es la auténtica playa de Los Ángeles. Se desarrolló como ciudad balnearia a partir del año 1875. En esa época se encontraba a un día de viaje del centro de Los Angeles, por lo que no era más que un núcleo de población en la periferia. En 1966 la construcción de Santa Mónica Freeway (la autovía) situó la población a menos de media hora del centro. Actualmente, todos los grandes bulevares de Los Ángeles conducen a Santa Mónica y sus playas de arena fina. El muelle (pier) tiene un tiotivo de más de un siglo de antigüedad, en el cual se filmó una escena de la famosa película El Golpe.

Muelle de Santa Mónica en los Ángeles. Final de la célebre Ruta 66, pequeño parque de atracciones y auténtica playa de la ciudad, que se extiende a ambos lados del propio muelle.



En la doble página anterior: El Golden Gate Bridge o Puente de la Puerta Dorada, auténtico símbolo de la ciudad de San Francisco y del Sueño de California. En la página siguiente: Miles de jóvenes intenta triunfar en la industria del cine de Hollywood.





El Valle de la Muerte, desierto en estado puro

El Valle de la Muerte es una cuenca ubicada al sureste de California y constituye parte del desierto de Mojave y una pequeña parte del desierto de Sonora. Es la parte más baja, caliente y seca de Norteamérica, teniendo cerca de 225 km de longitud y de 8 a 24 km de ancho. Por aquí fluye desde el sur el río Amargosa, albergando una pequeña depresión llamada Badwater, que con 86 metros por debajo del nivel del mar, es el punto más bajo en América del Norte. El Valle de la Muerte fue anteriormente un obstáculo para los colonizadores (de allí su nombre); para después ser un centro de extracción de bórax.

Constituye gran parte del Parque Nacional del Valle de la Muerte, declarado un monumento nacional en 1933 y parque nacional en 1994. Cubre un área de 13.517 km² y se extiende hasta el Estado de Nevada. Según los científicos, este lugar es el más caliente y el más seco del mundo. El 23 de julio de 2006 se alcanzó el récord de 58,1 °C en la zona de Badwater. La temperatura puede caer más allá de 0°C (32°F) durante las noches.

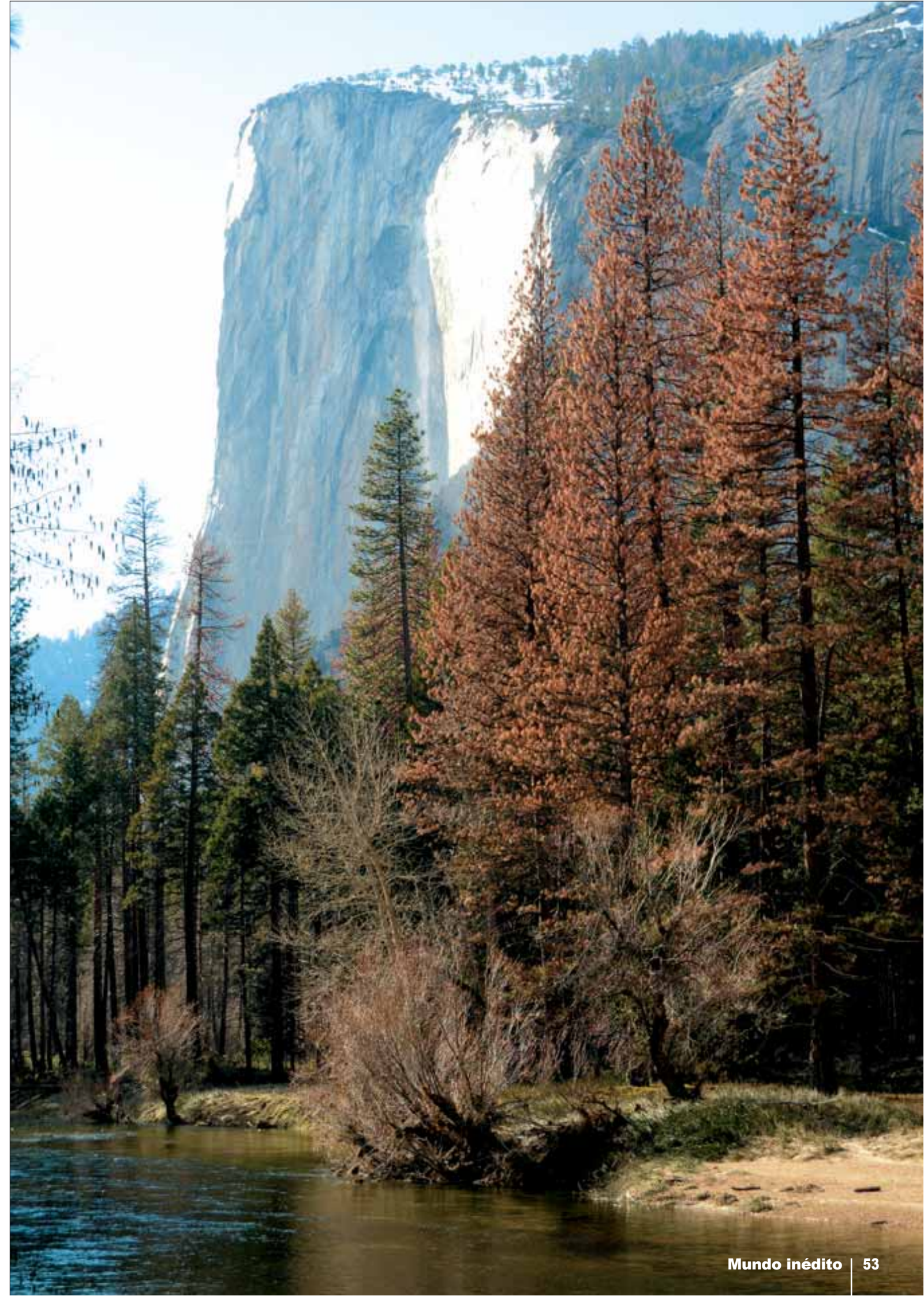
Parque Nacional de las Secuoyas

El Parque Nacional de las Secuoyas está ubicado en la parte sur de Sierra Nevada, fue creado en 1890 siendo el tercero en ser creado después del Parque Nacional Yellowstone y del ahora desaparecido Parque Nacional Mackinac. Tiene una extensión de 1635 km².

Una de las características predominantes de este parque es el famoso bosque de las secuoyas gigantes, incluyendo al conocido General Sherman, el árbol más grande del mundo que llama la atención por su espectacularidad, con 84 metros de alto y 11 de diámetro, siendo por tanto el ser vivo más grande del planeta. Dentro del parque se encuentra el monte Whitney, la mayor cumbre de los Estados Unidos fuera del territorio de Alaska, con una altura de 4418 metros. Otros lugares de interés son el cañón del río Kern y la cueva Crystal, una caverna de mármol. La mayor parte del parque está cubierto de herbazales.

Yosemite National Park, máximo exponente de la naturaleza en California

El Parque Nacional de Yosemite se ubica a aproximadamente 320 km al este de San Francisco. Cubre un área de 3081 km² y se extiende a través de las laderas orientales de la cadena montañosa de Sierra Nevada. Es visitado por más de 3 millones





En la página anterior, las solitarias carreteras y los paisajes del Valle de la Muerte contrastan con las secuoyas gigantes del Sequoia National Park y las paredes rocosas del Parque Nacional Yosemite.

de personas cada año, y la gran mayoría sólo recorre la parte del valle de Yosemite. Fue catalogado como Patrimonio Mundial de la Humanidad por la Unesco en 1984 y es reconocido internacionalmente por sus acantilados de granito, saltos de agua, ríos cristalinos, bosques de secuoyas gigantes y la gran diversidad biológica, con cerca del 95% del área del parque denominada como zona salvaje. Fue el



primer parque dispuesto por el gobierno federal de los Estados Unidos y a través del trabajo de personas como John Muir fue un punto relevante en el desarrollo de la idea de parques nacionales.

Yosemite es uno de los hábitats más grandes y menos fragmentado, posee una gran diversidad de plantas y animales. El parque tiene una elevación que va de 600 a 4000 metros y contiene cinco zonas principales de vegetación: área boscosa de robles, vegetación de baja montaña, vegetación de alta montaña, vegetación subalpina y vegetación alpina. De las 7.000 especies de plantas de Cali-

fornia, cerca del 50% se encuentran en Sierra Nevada, y más del 20% dentro del Parque Yosemite.

La formación geológica del área es de rocas de granito y remanentes de rocas más antiguas. Hace aproximadamente 10 millones de años atrás, Sierra Nevada sufrió una elevación y luego fue inclinada hasta formar las laderas relativamente suaves del oeste y las laderas más pronunciadas del este. La elevación acentuó el grado de inclinación de los ríos y arroyos, formando cañones angostos y profundos. Hace un millón de años atrás, la nieve y el hielo se acumuló formando glaciares en los prados alpinos más elevados y movieron hacia abajo los valles de los ríos. El movimiento descendente de la masa de hielo cortó y esculpió el valle en forma de U que atrae hoy en día a gran cantidad de visitantes por su particular paisaje.

Los sistemas del río Tuolumne y del río Merced se originan en Sierra Nevada y han creado cañones de 900 a 1200 metros de profundidad. El río Tuolumne drena la parte norte del parque, un área de unos 1.760 km². El río Merced se origina en los picos del sudeste del parque, principalmente en las cadenas montañosas de Catedral y Clark.

Los procesos hídricos, incluyendo la glaciación, inundación y acción fluvial han sido fundamentales en la creación de los paisajes del parque. El lugar también posee cerca de 3.200 lagos, dos reservorios de agua y 2.700 kilómetros de arroyos.

Los humedales se encuentran en la base de los valles, y generalmente se encuentran hidrológicamente conectados con los ríos y lagos cercanos

a través de las inundaciones temporales y el movimiento de aguas subterráneas. Los hábitats de la pradera, distribuidos a una elevación de 900 a 3500 metros, son generalmente humedales.

Existen numerosas formaciones rocosas en el parque que permiten la existencia de saltos de agua, especialmente durante los meses de abril, mayo y junio, cuando se derrite la nieve. Las cataratas de Yosemite, con 782 metros son las más altas de América del Norte y las terceras del mundo. También en el valle, se encuentran las cataratas Ribbon que, con un volumen de agua inferior, es el salto vertical más alto con 492 metros.

Los glaciares que se encuentran en el parque son relativamente pequeños, y ocupan zonas que se encuentran en sombra casi permanente. El glaciar Lyell es el más grande de Sierra Nevada, ocupando 65 hectáreas. El área del parque tiene un clima mediterráneo, por lo que las precipitaciones normalmente suceden durante el suave invierno y el resto de las estaciones son bastante secas, siendo las precipitaciones durante los calurosos meses de verano menores al 3%. La nieve por lo general no cuaja en el suelo hasta noviembre, pero se acumula a lo largo de todo el invierno y permanece hasta fines de marzo o comienzos de abril.

El valle de Yosemite representa tan sólo el 1% del área del parque, pero es el lugar donde llegan y permanecen la mayoría de los visitantes. El Capitán, un prominente acantilado de granito que se vislumbra sobre el valle, es uno de los destinos más populares del mundo entre los que practican esca-

En la página de la izquierda, lagos y cascadas, animales en libertad y senderos que se pueden recorrer tanto a pie como en bicicleta se suceden en el Valle del Yosemite, abierto durante todo el año.

El famoso Capitán, monolito granítico vertical de 1077 metros que constituye uno de los desafíos favoritos de los escaladores que se acercan al Parque Nacional Yosemite y un auténtico símbolo del parque para todos sus visitantes.



En la página derecha, jóvenes y maduros disfrutan de las calles del Viejo Sacramento, la capital del estado de California.

Las secuoias gigantes son los árboles más altos y de mayor longevidad del mundo, pero en el Yosemite también abundan los cipreses.

lada en roca, debido a sus diferentes grados de dificultad y numerosas rutas de ascenso establecidas, además de ser accesible durante todo el año. El parque posee tres bosques de añejos ejemplares de secuoias gigantes (*Sequoiadendron giganteum*): el bosque Mariposa (200 árboles) el bosque Tuolumne (25 árboles) y el bosque Merced (20 árboles). Las secuoias gigantes son uno de los árboles más altos y de mayor longevidad en el mundo. Gran parte del parque cierra durante el invierno por las fuertes nevadas, sin embargo, el valle de Yosemite permanece abierto durante todo el año. Alguna vez los osos negros de Yosemite se hicieron famosos por ingresar en autos estacionados para robar comida. También se congregaban en los cestos de basura para comer los desechos que tiraban los visitantes y en algunas ocasiones ata-

caban a las personas. Los encuentros entre osos y humanos generaron daños cada vez mayores a las propiedades. Esto condujo a una agresiva campaña para disuadir a los osos a acercarse a los hombres y sus propiedades. Los basureros a cielo abierto fueron cerrados, se hicieron receptáculos a prueba de osos y las zonas para acampar fueron equipadas con gabinetes especiales para guardar comida. El centro de visitantes, en el Yosemite Village, informa ampliamente de todo lo que ofrece el parque Yosemite. El Capitán y el Half Dome son los dos picos más famosos de Yosemite. El Capitán es el monolito de granito más grande del mundo y tiene una altitud de 1.077 metros. Half Dome es fácil de distinguir, porque parece una inmensa bola partida por la mitad. Tiene una altitud de 2.652 metros y



su cara oeste tiene una grieta completamente vertical que forma un acantilado de 600 metros. A parte de los puntos de interés mencionados, hay que dejarse llevar por el instinto y la belleza del lugar a la hora de decidir sus visitas.

Sacramento, capital del estado

Vale la pena acercarse a Sacramento para disfrutar de las calles que recuerdan los tiempos de la fiebre del oro enmarcadas en el llamado Antiguo Sacramento y en el Columbia State Historical Park, situado no muy lejos. El Parque Histórico Estatal de Columbia, también conocido como el Distrito Histórico de Columbia, incluye 30 edificios construidos durante la fiebre del oro de California, la mayoría de los cuales permanecen hoy en pie.



El sitio fue proclamado un parque histórico estatal en 1946, y los edificios restaurados se operan como un museo al aire libre que funciona. Las personas en trajes de época dirigen una tienda de dulces artesanal, un estudio de Daguerreotype y paseos en diligencia, entre otras tiendas y restaurantes. El Museo Columbia, anteriormente el Museo Cavalier, se encuentra en el edificio Knapp. Se descubrió oro en el área que se convirtió en Columbia el 27 de marzo de 1850, y fue uno de los hallazgos más ricos de la fiebre del oro de California. Los depósitos a nivel de superficie eran aptos para la extracción pero carecían del agua necesaria para tales operaciones. Durante los siguientes siete años, se construyó una red de acueductos de suministro de agua, a un costo de más de un millón de dólares, para apoyar las operaciones mineras. En 1852, agua suficiente estaba llegando para apoyar el desarrollo de un pueblo de la expansión de la minería, y las operaciones mineras a gran escala comenzaron en 1856. La ciudad se incorporó en 1854, y su población fluctuó en la década de 1850 entre 2.000 y 5.000 personas. La ciudad fue repetidamente alcanzada por el fuego, y gran parte de la construcción después de un incendio de 1857 fue en ladrillo. El Parque Histórico Estatal de Columbia ha sido utilizado como un lugar de rodaje para muchas películas y escenas de televisión.

Napa Valley, la tierra del vino

El condado de Napa es conocido por ser una de las zonas que más producen vino en los Estados Unidos y entre los valles más famosos, se encuentra el Valle de Napa. La combinación del clima mediterráneo, geografía y geología del valle ayudan para



que las uvas de vino sean de calidad. John Patchett estableció el primer viñedo comercial del valle en 1858. En 1861 Charles Krug, estableció la primera bodega comercial del Valle de Napa en Santa Elena. La viticultura sufrió de varios reveses en los años 1800 y principios de 1900, incluido un brote de enfermedad de la vid filoxera, la Prohibición y la Gran Depresión. La industria del vino se recuperó, y gracias a los resultados de la Cata del Vino de París de 1976, llegó a ser visto como una zona capaz de producir vinos de clase mundial. El valle está flanqueado en el oeste y el norte por la Cordillera Mayacamas y en el lado oriental por las Montañas Vaca.

Varios microclimas existen dentro de la zona debido a la influencia de diversas zonas climatológicas y geográficas. La parte abierta del extremo sur del valle es más fresca durante la estación de crecimiento debido a la proximidad de la Bahía de San Pablo, mientras que la parte cerrada del extremo norte es a menudo mucho más cálida. El lado oriental del valle tiende a ser más árido, porque las tormentas invernales tienden a dejar mucho más precipitación en el oeste de las montañas y colinas.

Sausalito, una de las mejores vistas de San Francisco y el Golden Gate Bridge

Sausalito significa "sauzalito": pequeña arboleda de sauces. Situada junto al Golden Gate Bridge, alberga una población de unos 8.000 habitantes y posterior al desarrollo industrial que tuvo durante la Segunda Guerra Mundial, adquirió reputación como colonia de artistas y bohemios que vivían en casas flotantes sobre la bahía. Goza de un clima mediterráneo, mucho más benigno que San Francisco al otro lado de la bahía y es un destino turístico muy importante.

El Golden Gate Bridge, situado en la parte más septentrional de la península de San Francisco, no necesita presentaciones. Su vista resulta siempre impresionante y su belleza y dimensiones, cautivadoras. Su construcción representó una auténtica proeza técnica ya que los trabajadores y constructores tuvieron que trabajar durante cuatro años contra los fuertes vientos y las mareas hasta conseguir que este puente colgante de 1280 metros de longitud suspendido por dos torres de 227 metros de altura, comunicara la bahía de San Francisco por su parte sur con Marin County, al norte. Hay carriles en ambos sentidos acondicionados para cruzarlo a pie. Suele cruzarse mucho más en bicicleta que se alquilan en varios lugares de San Francisco hasta llegar a Sausalito. Es un bello paseo, y Sausalito no lo es menos. Se puede volver a San Francisco en un transbordador, que permite



Sausalito adquirió reputación como colonia de artistas y bohemios. Las elegantes casas y cafés de su calle principal contrastan con las casas junto al mar y los decorados buzones de los artistas de Galilee Harbor.





embarcar la bicicleta sin ningún coste adicional.

Cerca del Golden Gate puede visitar el Presidio, fortificación de los españoles que data de 1776 y que tiene una extensión de 600 hectáreas. Fue propiedad de la Defensa de los Estados Unidos y fue una base militar hasta hace relativamente pocos años. Sus casas y numerosas zonas verdes lo convierten ahora en algo más parecido a un barrio residencial.

San Francisco, la joya del viaje

Dejando aparte los primeros pobladores de la zona de San Francisco, los indios Nez-Perzé, los inicios de la que se considera la ciudad más europea de los Estados Unidos, y en muchos aspectos más innovadora y culturalmente viva que vio nacer el movimiento hippy, se sitúan en 1776, cuando Fray Junípero Serra inauguró su sexta misión en California, San Francisco de Asís. Más tarde, daría su nombre a la ciudad, a la que cariñosamente muchos llaman “Frisco”, y que durante una época intermedia se conoció con el nombre de Yerba Buena. La misión fue bautizada más tarde como Mission Dolores, y es así como se la conoce actualmente. Este nuevo asentamiento tenía, entre otros propósitos, el de prevenir cualquier posible ocupación por parte de los ingleses o los rusos, que, en busca de establecimientos para abastecer sus bases en Alaska, parecían cada vez más amenazadores. San Francisco no se desarrolló de forma importante durante la colonización española y mexicana, sino que tuvo que esperar hasta la llegada de los nuevos colonos estadounidenses. En 1841 los Estados Unidos intentaron comprar California a México. La batalla por el territorio desembocó en una guerra que terminó cuando, el 4 de julio de 1848, California se integró definitivamente en la Unión. En ese mismo año, el descubrimiento de pepitas de oro cerca de la zona transformó por completo el enclave. Se inició la llamada era del “Gold Rush”, que se podría traducir como “la fiebre del oro”. A San Francisco llegaron más de 40.000 pioneros europeos. Se inició su desarrollo económico, que no se vio frenado cuando se agotaron las minas. El 10 de mayo de 1869 se inauguró el enlace ferroviario de San Francisco con la costa este del país, y la construcción de esta obra llevó mucha inmigración a San Francisco. Se contrató mucha mano de obra china, que era poco exigente a la hora de cobrar y muy trabajadora, y la mayoría de los ciudadanos chinos prefirieron quedarse en California que volver a su país. La ciudad fue creciendo y equipándose. En 1873 se instalaron los Cable Cars como medio de transporte urbano



y hoy estos tranvías son una de las principales atracciones turísticas. En 1906 la ciudad quedó casi completamente arrasada a causa del primer gran terremoto de la zona, California, de hecho, está situada en la gran falla del océano Pacífico, entre dos placas tectónicas y es por ello, geológicamente inestable. Lo peor no fue quizás el terremoto, sino el incendio que se originó a causa de éste, ya que la ciudad ardió durante tres días.

Las normas urbanísticas que se establecieron posteriormente tuvieron en cuenta escrupulosamente el carácter inestable de la zona, de manera que tanto los edificios como los puentes están preparados para resistir temblores de tierra.

Los ciudadanos de San Francisco están acostumbrados a ligeros temblores de tierra, y el más fuerte recientemente fue en 1989, cuando una parte del Bay Bridge, puente que comunica San Francisco con Oakland, se hundió. El Golden Gate, en la parte norte de la ciudad, resistió perfectamente, y de hecho los ciudadanos de San Francisco consiguen preguntándose cuando llegará el llamado “Big One”, es decir, el terremoto que se supone que, algún día, separará la península que forma San Francisco de California. Nada de esto altera el ritmo de vida de los habitantes de San Francisco, que se lo toman con mucha filosofía. Los escolares están acostumbrados a simular alarmas contra terremotos y algunos ciudadanos exhiben camisetas con inscripciones del tipo de “*I survived 1989 earthquake*”,

sobrevivió al terremoto de 1989. Esto no asusta a los turistas, que piensan que sería una auténtica pena perderse esta ciudad, que muchos consideran, sin exagerar, la ciudad más bella de Estados Unidos.

San Francisco ocupa la cuarta posición de ciudad más poblada del estado de California y la 13.ª de Estados Unidos, con una población de aproximadamente 837.442 habitantes y es el centro cultural, financiero y de transportes del Área de la Bahía de San Francisco, una aglomeración metropolitana con más de siete millones de habitantes.

Después de haber sido devastada por el terremoto e incendio de 1906, San Francisco fue rápidamente reconstruida, siendo sede de la Exposición Internacional de Panamá y el Pacífico nueve años más tarde. Durante la Segunda Guerra Mundial, la ciudad fue el puerto de embarque de miles de soldados que partían hacia la Guerra del Pacífico. Tras la contienda, la confluencia de los militares que regresaban, la inmigración masiva, las actitudes liberales y otros factores dieron lugar al denominado Verano del Amor y los movimientos en favor de los derechos de los homosexuales, consolidando a San Francisco como un bastión liberal en los Estados Unidos.

La ciudad incluye varias islas localizadas dentro de la bahía, siendo la más famosa Alcatraz, así como los Farallones, que se sitúan a 43 kilómetros de la costa en el océano Pacífico. La ciudad es famosa por el puente Golden Gate, el edificio Pirámide

Una de las imágenes más típicas de San Francisco es esta de las llamadas “cinco hermanas”. Cinco casas tradicionales de estilo victoriano pintadas en tonos pastel con la ciudad al fondo donde destaca el Transamerica Building con su forma piramidal.

En la página izquierda, se puede observar como el tráfico en los dos sentidos del Golden Gate Bridge es intenso prácticamente durante todas las horas del día.



Transamérica, los tranvías que recorren sus em-pinadas calles, su arquitectura modernista y victo-riana y por su barrio chino, popularmente

Chinatown. En las cercanías de San Francisco se encuentra Silicon Valley, gran centro de investigaciones en tecnología y cibernética. La ciudad también es un importante centro financiero y bancario, ya que es sede de más de treinta instituciones financieras, lo que ha ayudado a hacer de San Francisco la decimotercera ciudad del mundo por PIB y la novena de los Estados Unidos.

La fiebre del oro de California trajo consigo una avalancha de gente en busca de este preciado metal. De esta época data la receta del pan de masa fermentada, se asentaron en San Francisco en lugar de Benicia, su rival, y la población aumentó de 1.000 habitantes en 1848 a 25.000 en diciembre de 1849. La promesa de grandes fortunas era tan tentadora que las tripulaciones de los barcos que llegaban desertaban y se apresuraban a los campos de oro, dejando tras ellos el puerto de San Francisco repleto de buques vacíos. California recibió la categoría de Estado rápidamente y el ejército estadounidense erigió Fort Point en el Golden Gate y un fuerte en la isla de Alcatraz para proteger la bahía de San Francisco. Se descubrieron yacimientos de plata, como el Comstock Lode en 1859, lo que propició un crecimiento poblacional aún mayor. Con verdaderas hordas de buscadores de fortunas llegando a la ciudad, el caos se asentó en San Francisco y la zona de Barbary Coast se convirtió en hogar de criminales, prostitutas y ludópatas.

Muchos empresarios trataron de aprovechar la riqueza generada por la fiebre del oro. Una de las beneficiadas fue la industria bancaria tras la fundación de Wells Fargo en 1852 y el Banco de California en 1864. El desarrollo del puerto de San Francisco proporcionó a la ciudad un importante

estatus como centro comercial. A su vez, y para abastecer las necesidades crecientes de la población, Levi Strauss y Domingo Ghirardelli abrieron sendos negocios en la ciudad. La mano de obra inmigrante convirtió a la ciudad en un centro de cultura políglota, especialmente con la construcción del barrio de Chinatown por parte de los trabajadores chinos del ferrocarril. El primer ferrocarril por cable en San Francisco fue el Clay Street Hill Railroad, inaugurado en 1873. Las casas de estilo victoriano de la ciudad comenzaban a tomar forma y los líderes civiles luchaban en sus campañas por la construcción de parques públicos, lo que finalmente resultó en el proyecto del Golden Gate Park. Las instalaciones del Presidio se convirtieron en las más importantes que el ejército estadounidense tenía en la costa del Pacífico. Sobre el final del siglo, San Francisco era una gran ciudad conocida por su extravagante estilo, sus imponentes hoteles, las ostentosas mansiones de Nob Hill y una emergente escena artística.

Los proyectos de planificación urbana en los años 1950 y 1960 propiciaron la destrucción y rediseño de los barrios de la zona oeste y la construcción de nuevas autopistas, de las cuales sólo una serie de segmentos fueron construidos antes de que el proyecto fuera frenado a causa de la oposición de los ciudadanos. La Pirámide Transamérica fue completada en 1972, y durante los años 1980 comenzó la manhatanización de San Francisco, especialmente en el centro de la ciudad. La actividad portuaria se trasladó a Oakland y la ciudad comenzó a perder trabajos en la industria, pero empezó a convertir el turismo en el centro de su economía. Las afueras de la ciudad experimentaron un rápido crecimiento y San Francisco sufrió un importante cambio en su demografía ya que numerosos sectores de la población blanca dejaron la ciudad, siendo suplantados por oleadas de inmigrantes asiáticos y latinoamericanos. Durante este periodo, San Francisco se convirtió en un imán de la contracultura estadounidense. Los escritores de la Generación beat alimentaron el renacimiento de San Francisco y se asentaron en el barrio de North Beach en los años 1950. El movimiento hippie ocupó Haight-Ashbury en los años 1960, llegando a su apogeo en el Verano del amor de 1967. En los años 1970 la ciudad se convirtió en un centro del movimiento por los derechos de los homosexuales, especialmente tras la aparición de Castro como barrio gay, la elección de Harvey Milk como concejal por el Ayuntamiento de San Francisco y el asesinato de éste y de George Moscone en 1978.

San Francisco es famosa por sus colinas. Hay más de 50 colinas dentro de los límites de la ciudad.

Algunos de los nombres de los barrios pertenecen al nombre de la colina en la que están situados, como Nob Hill, Pacific Heights y Russian Hill. Cerca del centro geográfico de la ciudad, al suroeste, hay una serie de colinas menos densamente pobladas. Twin Peaks, un par de colinas que reposan en uno de los puntos más altos de la ciudad, constituye un popular mirador. La colina más alta de San Francisco, el monte Davidson, mide 282 metros de altura y en ella se encuentra una cruz de 31 metros de altura construida en 1934. Dominando esta área se erige la Torre de Sutro, una gran torre de transmisión de radio y televisión.

El clima de San Francisco es un clima mediterráneo con influencias oceánicas, un poco más fresco que el habitual de la costa de California debido a las grandes corrientes provenientes del Pacífico, con inviernos frescos y muy húmedos, y veranos suaves y secos. Ya que está rodeada en tres lados por agua, el clima de San Francisco está

El Ayuntamiento de San Francisco es un monumento de estilo Beaux Arts que se encuadra en el movimiento arquitectónico City Beautiful que se desarrolló entre los años 1876 y 1914. Este edificio reemplazó a su antecesor destruido tras el terremoto de 1906. La estructura de la cúpula es la quinta más grande del mundo.



Tanto en el tranvía trolley vintage de la línea de Market Street, como en un descapotable de la misma época, recorrer San Francisco constituye una experiencia inolvidable.



En la página derecha, una de las calles que confluyen en Union Square

fuertemente influenciado por las frías corrientes del océano Pacífico, el cual tiende a moderar las oscilaciones de temperatura y producir un clima fresco, con muy poca variación de temperatura estacional.

La combinación del agua fría del océano y el calor de la península de California crea en la ciudad una característica niebla que puede cubrir la mitad occidental de la ciudad durante todo el día en primavera y principios de verano. De hecho, una cita atribuida incorrectamente a Mark Twain es *"el invierno más frío que he pasado fue un verano en San Francisco"*.

Union Square, el centro de la ciudad y Financial District

Una de las mejores maneras de empezar la visita a la urbe es en Union Square, el auténtico corazón de la ciudad, y que debe su nombre a las manifestaciones en favor de los unionistas que tuvieron lugar aquí el siglo pasado, en los 60. Una plaza agradable para pasear con grandes almacenes y tiendas de lujo.

Desde muy cerca de la esquina de Powell y Market parten algunas líneas de Cable Cars o tranvías. Casi siempre hay turistas haciendo cola para subirse al próximo tranvía, y es un espectáculo ver como baja por la calle Powell cargado de pasajeros, hasta unos 30, y cómo un empleado le da la vuelta sobre una plataforma, cuando los pasajeros ya han descendido- para que vuelva a emprender el mismo recorrido por Powell cuesta arriba. Hace años había muchos, pero actualmente sólo quedan 39 coches en tres líneas. La mayoría de los vagones datan del siglo pasado y es toda una experiencia subirse a uno de estos vagones, que casi siempre están atestados. No es mala idea intentar subirse al tran-

vía un par de manzanas más arriba, ya que pocas veces el conductor niega el viaje, aunque sea de pie agarrado a la barandilla. La mayoría de los conductores, además, acostumbrados al turismo, suelen hacer bromas con los pasajeros.

En la misma Powell Street, concretamente en la esquina sudoeste de Powell y la calle Post, se levanta uno de los hoteles más famosos de la ciudad, el Westin San Francis, con su vestíbulo majestuoso y su bar inglés. Se construyó en 1904 y tuvo que ser reconstruido después del terremoto de 1906. Puede obtener una vista fantástica de la ciudad si se sube al ascensor exterior.

Desde Post Street, hacia el este se extiende el distrito financiero, la única zona de la ciudad donde el tamaño de los edificios es realmente impresionante, ya que el resto de la ciudad se destaca más bien por sus casitas, que le dan un encanto muy especial. Aquí están casi todos los bancos. En los locales del Wells Fargo Bank hay un pequeño museo que recoge la historia de esta compañía, que comenzó como servicio de diligencias en la época de la fiebre del oro.

Al final de California Street, hacia la zona portuaria, y prácticamente pegado al distrito financiero, llegará a este complejo comercial conocido con el nombre de Embarcadero Center. Es un conjunto moderno con oficinas, multitud de tiendas, y una plaza soleada donde acostumbran a reunirse muchachos con monopatines.





Las famosas motos americanas, el submarino USS Pampanito y los puestos de comida se suceden cerca de Fisherman's Warf, el famoso barrio de los restaurantes de marisco.

En la esquina de Columbus Avenue y las calles Montgomery y Washington se levanta el Transamerica Building. Este edificio de 27 plantas y 260 metros de altura no pasa desapercibido, y no precisamente por su altura, sino porque tiene forma piramidal. Desde la base, se va estrechando y acaba en una punta.

De Chinatown a Russian Hill

Chinatown se extiende al oeste del distrito financiero y ocupa dieciséis manzanas a lo largo de Grant Street y limita al norte por Broadway y al sur por Bush Street. Se puede afirmar que, más que un barrio, es una ciudad dentro de otra. En parte ha perdido su autenticidad por la invasión turística, pero sigue siendo el barrio chino más importante del mundo, a excepción, claro, de la misma China.

Nob Hill es uno de los barrios residenciales de la ciudad. El nombre de Nob proviene de los nababs, que fueron sus residentes. Tiene hoteles extremadamente lujosos, como el Fairmont y el Huntington. También aquí se encuentra el club más selecto de San Francisco, el Pacific Union Club. En la esquina de las calles Mason y Washington, en lo que era el antiguo depósito de los *cable cars*, se puede visitar un museo que recoge la historia del famoso tranvía de San Francisco. Se expone el primer vehículo de este tipo que circuló por la ciudad.

Siguiendo hacia el norte se llega a North Beach,

que es un barrio italiano y vasco que se extiende a lo largo de la avenida Columbus y sus residentes gozan de una vista privilegiada de la ciudad. Por la noche hay mucha animación. Telegraph Hill se eleva a una altura de 90 metros y está coronada por la Coit Tower, torre a la que se puede acceder andando o en autobús, si no hay ganas de caminar.

La Coit Tower, fue mandada edificar por una mujer, Lillie Coit, en 1934, en homenaje a los bomberos voluntarios durante el incendio devastador de 1906. Desde la terraza se obtiene una vista panorámica bellísima de la bahía de San Francisco. La mayoría de las casas de los alrededores están habitadas por artistas.

Russian Hill, cuya traducción literal es "la colina de los rusos" debe este nombre a los navegantes rusos que fueron enterrados aquí. A principios del siglo XIX la colina estaba habitada por una colonia de ucranianos. Está situada al este de North Beach y al sur de Fisherman's Wharf. Se puede tomar un cable car en Van Ness Avenue hacia el norte hasta llegar a Lombard Street, también conocida como la ciudad más torcida del mundo. De hecho, sólo un tramo de Lombard Street es serpenteante, pero vale la pena verla. Lo irónico es que en principio se diseñó este tramo con curvas tan cerradas, además está en una pendiente muy pronunciada, con el fin de garantizar la tranquilidad de sus residentes. La realidad es todo lo contrario, sus curvas y sus hermosos jardines ejercen un magnetismo

increíble, que los vecinos no tienen más remedio que soportar.

Fisherman's Wharf y los barrios que dan a la bahía

Fisherman's Wharf es el antiguo puerto pesquero, entre la calle Jefferson y el mar. Es, actualmente, uno de los puntos más turísticos de San Francisco, y uno de los más agradables donde pasear, con tiendas de todo tipo, muchos restaurantes de pescado y marisco y animación constante. El Pier 39 ofrece una gran variedad de restaurantes e incluso atracciones, como un tiovivo. De esta zona parten los barcos que hacen excursiones por la bahía, entre ellas la que lleva a la antigua prisión de Alcatraz. En el Pier 43 está amarrada la goleta Balclutha, un buque construido en 1886 que acoge exposiciones itinerantes. En el Pier 45 se puede contemplar un submarino que se utilizó en el Pacífico durante la segunda guerra mundial, el USS Pampanito.

Caminando por la orilla del mar hacia el oeste de la ciudad se llega a Fort Mason, aunque hay que dar un rodeo por Marina Boulevard para entrar en el fuerte. Fort Mason es un antiguo puesto militar de la Segunda Guerra Mundial. Ahora es un centro cultural, con salas de exposición, teatros, librerías... Siguiendo hacia el este por Marina Boulevard, se extiende Marina, donde se puede disfrutar de una vista muy hermosa de la bahía de San Francisco.

Situado al final de Marina Boulevard, el The Pa-

lace of Fine Arts se construyó en 1915 para acoger la exposición Panamá-Pacífico. El palacio, con su rotonda de estilo rococó, que en principio debía demantelarse, tuvo tal éxito que se restauró en 1967 y actualmente es la sede del Exploratorium, un pequeño museo dedicado a la ciencia y la técnica.

Mission District y Castro Street

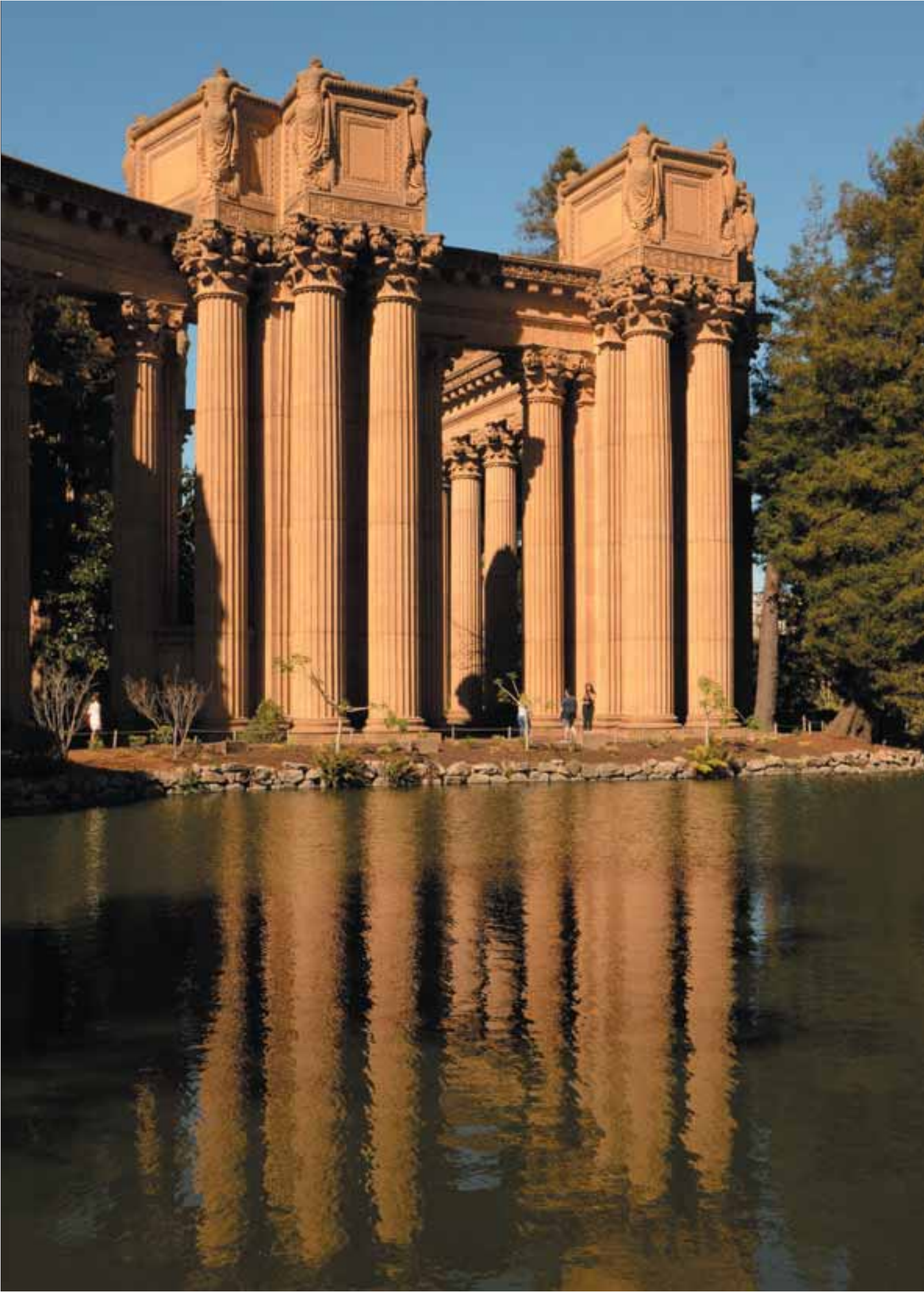
El antiguo barrio hispano está situado en la calle Dolores, que es una larga avenida con palmeras, bordeada por casas victorianas. En la esquina de Dolores con la calle 16th está la misión que fundó San Francisco de Asís, la Misión Dolores, que es uno de los edificios más antiguos de la ciudad. El tejado sigue siendo el original, hecho con madera de secuoya, y el altar también. Es curioso observar en los relieves del interior escenas de curas bautizando a bebés indios que sostienen sus padres.

Desde el parque Golden Gate se puede acceder con facilidad al barrio de Buena Vista por la calle Haight, que vivió intensamente el movimiento hippy. Castro Street es el famoso barrio gay de San Francisco, que en los últimos años ha perdido bastante movimiento.

Museos de San Francisco

Entre los museos de la ciudad cabe destacar el Museo de Arte Asiático - Chong-Moon Lee Center para Arte y Cultura Asiáticos, que alberga una de

Paz, amor y helados y el Mural de César Chavez compendian el espíritu de la ciudad más liberal de EEUU.



las colecciones de arte asiático más completas del mundo, con más de 18.000 obras de arte en su colección permanente, algunas de 6.000 años de antigüedad.

Hasta 2003, el museo compartía un espacio con el Museo Young en Golden Gate Park, pero a medida que la colección del museo creció, las instalaciones en Golden Gate Park ya no eran suficientes para exhibir o incluso albergar la colección. En 1987 se propuso un plan para revitalizar el Centro Cívico que incluía la reubicación del museo en la Biblioteca Principal.

La colección tiene unas 18.000 obras de arte y artefactos de los principales países y tradiciones asiáticos. Las galerías están dedicadas a las artes del sur de Asia, Irán, Asia Central, el sudeste asiático, el Himalaya, China, Corea y Japón. Hay 2.500 obras en exhibición en la colección permanente.

Por otro lado, el MH de Young Memorial Museum, comúnmente conocido como el de Young, acoge las bellas artes que abrió sus puertas en 1895 como consecuencia de la Exposición Internacional de 1895 alojada en una estructura de renacimiento egipcio que había sido el Edificio de Bellas Artes en la feria. El edificio sufrió graves daños en el terremoto de 1906 y estuvo cerrado por un año y medio por reparaciones. En poco tiempo, el constante desarrollo del museo requería un nuevo espacio para servir mejor a sus crecientes audiencias. Michael de Young respondió planificando el edificio que sería el núcleo de las instalaciones de De Young hasta el siglo XX, diseñado en estilo plateresco español. La nueva estructura se completó en 1919 y de Young la transfirió formalmente a los comisionados de parques de la ciudad. En 1921, de Young agregó una sección central, junto con una torre que se convertiría en la característica distintiva del museo. Las colecciones incluyen importantes obras prehispánicas de Teotihuacán y Perú, así como arte tribal indígena del África subsahariana. El edificio fue severamente dañado por el terremoto de Loma Prieta en 1989. A su vez, fue

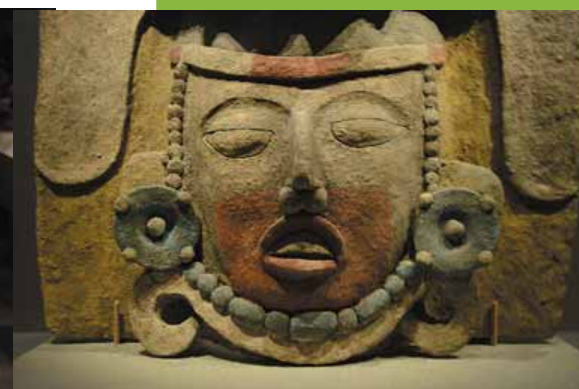
demolido y reemplazado por un nuevo edificio en 2005. Los únicos elementos originales que quedan del antiguo De Young son los jarrones y esfinges ubicados cerca del Fondo de Encantamiento. Las palmeras en frente del edificio también son originales del sitio.

La colección de arte estadounidense consta de más de 1.000 pinturas, 800 esculturas y 3.000 objetos de artes decorativas. En 1988, los Museos de Bellas Artes se comprometieron a coleccionar arte contemporáneo internacional. Más de 1.400 ejemplos estelares del este de Sudán, la costa de Guinea, África occidental y central, el este y sur de África, y otras partes del continente se incluyen en la colección de arte africano. Las colecciones de Arte de las Américas son de importancia nacional para la historia del arte, la antropología y la historia del mundo, y han ayudado a establecer el de Young como fuente principal para la investigación y el estudio cultural. La extensa colección de arte antiguo estadounidense y nativo americano comprende casi 2.000 obras de arte de Mesoamérica, Centro y Sudamérica y la costa oeste de Norteamérica. Las galerías especiales están dedicadas a objetos antiguos de México, incluida una destacada agrupación de murales de Teotihuacán.

Universidad de Berkeley

La población de Berkeley, situada a 19 kilómetros al este de San Francisco, es famosa, entre otras cosas, por su universidad. De hecho, es la sede de la Universidad de California. Muchos intelectuales han fijado aquí su domicilio, y es interesante visitar la universidad y el campus. Suele haber personajes algo estrafalarios, pero forma parte del encanto del lugar, que siempre ha hecho

Página de la izquierda, El Palacio de las Bellas Artes, o Palace of Fine Arts, en el Distrito Marina, destaca por las columnas que flanquean una rotonda. Fue construido en 1915 para mostrar obras de arte en la Exposición Universal.





Las excursiones en barca para avistar ballenas y los restaurantes de pescado y marisco constituyen dos los máximos alicientes de una visita a Monterrey.

En la página de la derecha, las misiones de Carmel y Santa Bárbara permiten rememorar la herencia colonial española de California.

alarde de un ambiente ecléctico y abierto a tendencias vanguardistas. Sus días de gloria fueron en los años sesenta, con el nacimiento del movimiento hippy y su postura anti-Vietnam.

La Bahía de Monterrey

A unos 200 kilómetros al sur de San Francisco se llega a la península de Monterrey. La ciudad que da nombre a la península es indiscutiblemente la más turística, pero no ha perdido un ápice de su encanto. Vale la pena recorrer su paseo marítimo, la parte con más encanto, y apuntarse a una excursión en barco para avistar ballenas. En el muelle de pescadores, los restaurantes luchan por los clientes ofreciendo algunas de las especialidades a los transeúntes, entre ellas la famosa Clam Chowder. El acuario de Monterrey es uno de los más



grandes del mundo y alberga cerca de 600 especies de plantas y animales marinos.

Vale la pena recorrer la ruta de las diecisiete millas que enlaza Pacific Grove con Carmel, una pequeña población literalmente encantadora pero también cara y lujosa. El actor Clint Eastwood fue su alcalde durante una época. La ruta de las 17 millas es accesible desde Pacific Grove por Pacific Grove Gate, en Sunset, y desde Carmel por Ocean Avenue. Esta carretera panorámica bordea la costa, donde hay casas de algunos actores famosos.

La misión de Carmel es sin duda la misión española más bella del estado de California. Fue establecida en 1770 primero en Monterrey, y trasladada después a Carmel por Fray Junípero Serra. Aquí se exponen libros y numerosos objetos y reliquias de la época de las misiones.

Pero la más visitada es la de Santa Bárbara, situada más al sur cerca de Los Ángeles. Fue fundada por el padre Fermín Lasuén el 4 de diciembre de 1786, el día de la fiesta de Santa Bárbara, como la décima misión para la conversión religiosa de la tribu indígena nativa Chumash-Barbareño.

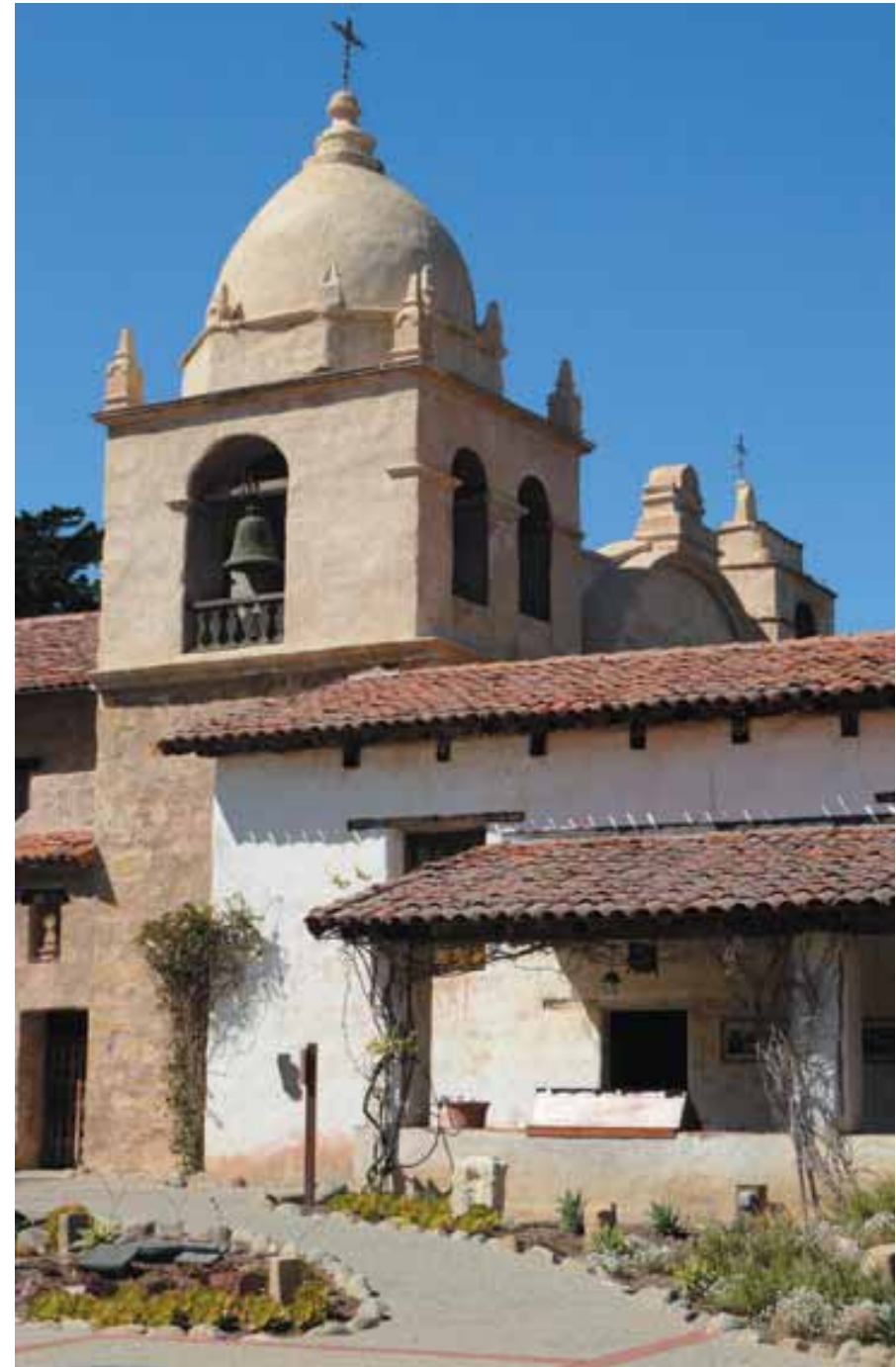
Los terrenos de la Misión ocupan un lugar entre el Océano Pacífico y las montañas de Santa Ynez, y fueron consagrados por el padre Fermín Lasuén, quien asumió la presidencia de la cadena de misiones de California tras la muerte del padre Presidente Junípero Serra. Misión Santa Bárbara es la única misión para permanecer bajo el liderazgo de los Frailes Franciscanos desde su fundación, y hoy es una iglesia parroquial de la Arquidiócesis de Los Ángeles.

El nombre de la Misión de Santa Bárbara proviene de la leyenda de Santa Bárbara, una niña que fue decapitada por su padre por seguir la fe cristiana. Los primeros misioneros construyeron tres capillas diferentes durante los primeros años, cada una más grande que la anterior. Fue solo después del terremoto de Santa Bárbara del 21 de diciembre de 1812, que destruyó los edificios existentes, que comenzó la construcción de la Misión actual. Fue completado y luego dedicado en 1820. Las torres fueron dañadas considerablemente en el terremoto del 29 de junio de 1925, pero posteriormente fueron reconstruidas en 1927. La apariencia del interior de la iglesia no se ha alterado significativamente desde 1820.

Muchos elementos del extenso sistema de tratamiento de agua de la Misión, todos construidos por la mano de obra de los indios Chumash bajo la dirección de los franciscanos, incluidos acueductos, dos embalses, una casa de filtros y un molino hidráulico, permanecen hasta el día de hoy. El embalse más grande, que fue construido en 1806 por el recurso de represar un cañón, había sido un componente funcional del sistema de agua de la Ciudad hasta 1993. La fuente original y el lavadero también están intactos cerca de la entrada a la Misión. Una presa construida en 1807 se encuentra en el actual Jardín Botánico de Santa Bárbara hasta "Mission Canyon". Las ruinas de las cuñas de bronceado, el horno de cerámica, el sistema de acueductos y la caseta de vigilancia de la Misión están ubicadas en la tierra contigua en el Parque Histórico de la Misión, de propiedad municipal, que se vendió a la Ciudad en 1928.

La Biblioteca de Archivos y Misiones de Santa Bárbara es ahora una institución educativa y de investigación independiente y sin fines de lucro, que está separada de la Misión de Santa Bárbara, pero ocupa una porción del complejo de construcción de la misión. Algunos franciscanos forman parte de la Junta de Fideicomisarios junto con académicos y miembros de la comunidad; la institución está dirigida por un académico laico. Es la biblioteca más antigua del estado de California que aún permanece en manos de sus fundadores, los franciscanos. A partir de los escritos de Hubert Howe Bancroft, la biblioteca ha servido como un centro para el estudio histórico de las misiones de más de un siglo.

Un viaje por los Parques Nacionales del estado, por las pequeñas poblaciones llenas de una historia reciente y por las dos ciudades de Los Ángeles y San Francisco, constituyen un auténtico Sueño de California para todo viajero.



En 2018 la compañía celebra su 60 aniversario en España



CINESA,

el mejor *partner* para tus eventos de empresa

La compañía líder en exhibición cinematográfica en España cuenta con más de 500 salas en nuestro país, disponibles para organizar cualquier tipo de evento: presentaciones, congresos, ruedas de prensa, cursos de formación...

El cine es un sector muy poco explotado en el ámbito de los eventos, pero que ofrece multitud de posibilidades. Cinesa, compañía líder en exhibición cinematográfica en España, lleva **60 años trabajando** en nuestro país para crear experiencias inolvidables aprovechando la **tecnología, comodidad y versatilidad** de las más de **500 salas** que la compañía tiene en España. Todas ellas tienen capacidad para entre **60 y 600 personas**, y están situadas en las **principales provincias de la península, Baleares y Canarias**.

Eventos que se recuerden y en los que todo sea posible

Presentaciones, congresos, convenciones internas, cursos de formación, ruedas de prensa, pases privados... cualquier tipo de evento se puede organizar en los 44 cines que la compañía tiene en España. De hecho, incluso se pueden crear experiencias diseñadas a medida que vayan más allá de la sala de cine, e impliquen la personalización de los menús de palomitas, el hall y otras zonas comunes.

La filosofía de Cinesa es la inquietud por proporcionar a sus espectadores una experiencia cinematográfica que vaya más allá del mero hecho de ver una película. Su objetivo principal es **que los usuarios vivan una experiencia completa y única, desde el momento en el que adquieren la entrada hasta el final**. Y este mismo espíritu es el que quieren trasladar a todas aquellas empresas que confíen en la compañía a la hora de impulsar sus propias iniciativas en sus salas.

Además, Cinesa pone a disposición de las empresas interesadas un **servicio integral para gestionar el evento**, que incluye catering, servicios audiovisuales, contratación de azafatas, etc.

Las pantallas más punteras al servicio de tu empresa

Además de las salas de cine más tradicionales, **Cinesa destaca por apostar firmemente por la innovación y la tecnología**. De hecho, es en este punto donde se concentra la mayor inversión de la compañía estos últimos años. Las





“La compañía crea experiencias inolvidables, aprovechando la tecnología puntera y comodidad de sus salas”

salas de Cinesa disponen de las últimas novedades en cuanto a calidad de sonido, pantallas y butacas se refiere. La compañía ha aportado por la creación de salas que ofrecen un plus a esta experiencia global y en las que la innovación es la principal protagonista:

SALAS ISENSE

Su tecnología avanzada permite alcanzar una calidad visual inigualable a través de un **proyector 4K con 6.000 vatios que ofrece imágenes Full HD** de niveles superiores a las salas convencionales en cuanto a nitidez, brillo y naturalidad. Todo ello acompañado de un sistema de sonido **Dolby Atmos** que sumerge al espectador en la película, creando un efecto envolvente, y una pantalla de pared a pared.

SALAS IMAX

Proporcionan una de las experiencias cinematográficas más inmersivas del mundo, con la resolución de pantalla más alta que existe. Todo esto permite que el espectador pueda ver hasta un 40% más de imagen, y que esta sea de una nitidez nunca antes vista.

SALA SCREEN-X

Presentada en el marco del 60 aniversario de la compañía, Cinesa Luxe Equinoccio trae una nueva forma de disfrutar del cine. Se trata de la primera plataforma cinematográfica inmersiva que ofrece una experiencia de visualización de 270 grados, con dos pantallas laterales que harán que los espectadores sientan que forman parte de la película y estén en medio de la acción.

SALAS DOLBY CINEMA

Se trata de una de las salas más avanzadas del mundo, equipada con la tecnología de proyección **Dolby Vision** y el sistema de sonido **Dolby Atmos**. Cuenta con un doble proyector láser (ideal para 3D) con resolución 4K que ofrece el doble de brillo que una sala convencional, un procesamiento mejorado de los colores y una proporción de contraste que supera con creces la de cualquier otra tecnología de imágenes del mercado actual. La sala

dispone de 93 altavoces, 74 de los cuales pertenecen a la categoría surround. En la sala Dolby Cinema, además, la pantalla es curva y cuenta con 200 metros cuadrados de superficie.

La publicidad, otra forma de aprovechar el potencial del cine

La publicidad es otra de las modalidades de relación entre Cinesa y el mundo empresarial. De hecho, se dice que **el cine es el medio con mayor retorno para las marcas a nivel publicitario**. Y es que el cine implica un momento de atención máxima, en el que la publicidad forma parte del espectáculo y, por tanto, da más lugar al recuerdo espontáneo.

En este sentido, las empresas pueden formar parte de la experiencia del cine en cualquier momento: cuando los espectadores compran las entradas: realizando, por ejemplo, alguna acción en el hall, **como repartir flyers**, mientras esperan en la cola del bar, mediante la colocación de **stands informativos** o **reparto de producto**, cuando entran a la sala, con la **personalización de los reposacabezas** y al inicio de la película mediante un **spot** tradicional. Un sinfín de posibilidades, para llegar al público de la forma más efectiva.

A nivel online, Cinesa también cuenta con **espacios destinados a la publicidad en su página web** que, según datos de Nielsen, es la más vista dentro de los exhibidores de cine en España con **2 millones de usuarios únicos mensuales**.

Además, Cinesa ofrece a sus anunciantes promociones especiales, menciones en su newsletter y ofertas en su espacio Cinesa Plan.



Cinesa, 60 años en España

Este año Cinesa está celebrando su 60 aniversario en España. Una fecha muy especial para la compañía, que coincide con el lanzamiento de una nueva forma de ver y disfrutar del cine: **Cinesa Luxe**.

Este nuevo concepto busca ofrecer una experiencia única y diferencial al usuario, utilizando la tecnología más puntera y asegurando el máximo confort.

Entre las innovaciones que ofrece Cinesa Luxe y que ya se pueden disfrutar en Cinesa Xanadú y Cinesa Equinoccio destaca la instalación en todas sus salas de **butacas reclinables**, más anchas que las habituales y con más de dos metros de espacio entre fila y fila. Además, disponen de una **mesa individual** para las palomitas y la bebida.

Cada una de las pantallas del cine incorporan la última tecnología de sonido y proyección, como sonido surround y proyección digital.

También cabe destacar la oferta gastronómica del **Oscar's Bar**, un espacio donde degustar diferentes productos como jamón, queso, embutidos, muffins, cronuts, croissants, o beber una copa de vino, cerveza de cuidada selección o un combinado.

“El cliente ya no se limita a ver una película, quiere sentirse parte de ella. Por ello, en Cinesa nos reinventamos día a día para ofrecer al espectador aquello que necesita en cada momento, proporcionándole así una experiencia cinematográfica única y global”, asegura Ramón Biarnés, Director General de Cinesa.

CINESA



Para más información:

www.cinesabusiness.es

Cristina Gonzalez Gil - ventas@cinesa.es



Vista general del puerto de Málaga.

MÁLAGA, el destino urbano de referencia que enamora a todo tipo de turistas

“Destino imprescindible”, “Destino cultural de Europa”, “Nuevo centro de arte de España”, “Destino urbano referente de Europa”, “Top Ten de los destinos culturales”. Son solo algunos sobrenombres con los que prestigiosos medios internacionales como The New York Times, Daily Mail, The Guardian, The Boston Globe o The Telegraph, se han referido a la ciudad de Málaga.

Y es que Málaga, ha vivido en los últimos años una transformación basada en la cultura que ha devuelto a la ciudad todo su esplendor y gracias a la cual ha alcanzado un posicionamiento como destino turístico nacional e internacional. Es una ciudad abierta al mar con más de 3.000 años de historia alzada entre las dos enormes ciudadelas de la ciudad, la Alcazaba y las ruinas de Gibralfaro,

remanentes del régimen morisco, y la catedral renacentista apodada con cariño La Manquita porque una de sus torres no se terminó de construir.

Caminar por la ciudad es viajar al pasado de sus raíces fenicias, romanas y musulmanas, hasta la ciudad hermosa, amable y cosmopolita que es hoy en día.

DESCUBRE MÁLAGA

La Alcazaba.



Cruceros atracados en el puerto.



OFERTA MUSEÍSTICA Y MONUMENTAL

La ciudad natal de Picasso se ha convertido en una auténtica Ciudad de Museos. Alberga 37 espacios entre los que se encuentran los prestigiosos Centre Pompidou Málaga, el Museo Ruso de San Petersburgo, el Museo Carmen Thyssen, y por supuesto, la casa-museo del genio malagueño y la pinacoteca, el Museo Picasso, que estos días celebra su XV aniversario. Además, alberga una intensa agenda cultural con eventos destacados a lo largo de todo el año como el Festival de Cine en

Español, el Festival de Jazz, el Festival de Teatro, el Festival de Verano Terral o ciclos de danza de primer nivel que la sitúan en la primera línea de la oferta cultural española.

UNO DE LOS MEJORES DESTINOS PARA LOS CRUCERISTAS

El de cruceros es uno de los segmentos estratégicos de la ciudad de Málaga que se ha consolidado como el segundo puerto peninsular de España. Más de medio millón de cruceristas visitaron Málaga

en 2017 a bordo de 299 cruceros. La capital de la Costa del Sol ha sido el único destino mundial escala de los 4 cruceros más grandes del mundo y en 2020 acogerá Seatrade Med, la segunda feria más importante a nivel global y la primera de Europa. Sin ir más lejos, la ciudad fue seleccionada por los propios cruceristas como uno de los tres mejores destinos del Mediterráneo Occidental en los premios Cruiser's Choice Destination Awards 2018, celebrados en su tercera edición por la plataforma Cruise Critic.

Además, para los pasajeros de lujo, el puerto cuenta con la terminal del Palmeral, uno de los puntos de atraque más atractivos del Mediterráneo que deja a estos turistas a escasos metros del Centro de la ciudad.



Centre Pompidou Málaga.

MÁLAGA CON LOS CINCO SENTIDOS

Sentir la brisa marina, escuchar el rumor de las olas y dejarse llevar por el olor de las brasas de los espetos que trasladan a otra época. Málaga es una ciudad que hay que vivir con los 5 sentidos: una ciudad que invita a ser saboreada. Desde los opíparos platos característicos de los Montes de Málaga al tapeo y ambiente del centro, las cerveceras artesanales del Soho, o los puestos de espetos a lo largo de los 14 km de costa de la ciudad. Málaga es el paraíso para el amante de la buena cocina. La ciudad dispone de una oferta culinaria de altísimo nivel, que ha sabido mezclar la tierra y el mar en sus platos y donde la cocina de autor se fusiona con la sabiduría de las recetas más tradicionales como el gazpachuelo, el ajoblanco o las berenjenas con miel de caña. En sus casi 4.000 establecimientos de hostelería, de los que más de mil son restaurante,

MÁLAGA, CIUDAD DE COMPRAS

Centros comerciales, grandes almacenes, boutiques de nuevos creadores o comercios de toda la vida. Málaga alberga todo tipo de espacios para los amantes del shopping donde encontrar desde ropa, calzado, bolsos y complementos a artesanía, antigüedades u obras de arte. El Centro Histórico es el mayor espacio comercial de la ciudad con más de 1.000 establecimientos junto a una incomparable oferta monumental y museística.



Calle Larios y espetos de sardinas.



es fácil degustar desde los platos más tradicionales y autóctonos hasta los más selectos y sofisticados. Sus productos como los aceites, vinos denominación de origen y dulces combinan la calidad y la naturalidad, que hacen que la cocina malagueña se distinga como una de las más destacadas del país. Y es que los visitantes no pueden irse sin probar el pescaíto frito, unos espetos de sardinas que ¡están en vías de proclamarse patrimonio de la Humanidad!, catar sus vinos dulces, o juntarse a tapear con locales y sentir el latido de sus calles.

Jardín Botánico Histórico La Concepción.



MÁLAGA AL NATURAL

¿Qué destino urbano cuenta con dos enclaves naturales? A pocos minutos del centro es posible disfrutar del Paraje Natural Desembocadura del Guadalhorce y el Parque Natural Montes de Málaga, dos espacios naturales de gran valor ecológico ideales para el avistamiento de aves y realizar actividades de turismo activo.

Otra visita obligada es al Jardín Botánico-Histórico La Concepción, un jardín de estilo paisajista inglés con más de 150 años de historia convertido en uno de los jardines tropicales y subtropicales más hermosos e importantes de España.

Atardecer frente al puerto.



MÁS ALLÁ DEL CENTRO

Quienes conocen Málaga saben que la ciudad esconde demasiados rincones y tesoros como para descubrirlos en una sola visita. Para darlos a conocer, se han desarrollado 4 rutas turísticas alternativas por medio de las que descubrir el carácter humano y el patrimonio tangible e intangible de la ciudad: la tradición marinera con calles y arquitectura propias de los barrios de pescadores en el Palo-Pedregalejo; el arte y la cultura del Soho, el Barrio de las Artes; la Málaga industrial del siglo XIX con sus fábricas convertidas hoy en centros para la cultura y la innovación social; y la Málaga señorial y portuaria caracterizada por la arquitectura noble del final de los siglos XIX y XX, con comercios y restaurantes de primera categoría y puntos de interés.

En definitiva, Málaga es un destino urbano global que satisface las inquietudes de todo tipo de viajeros; una ciudad dinámica y brillante que enamora a turistas de todas partes del mundo.

Plaza de la Constitución.



Para más información:

AYUNTAMIENTO DE MÁLAGA

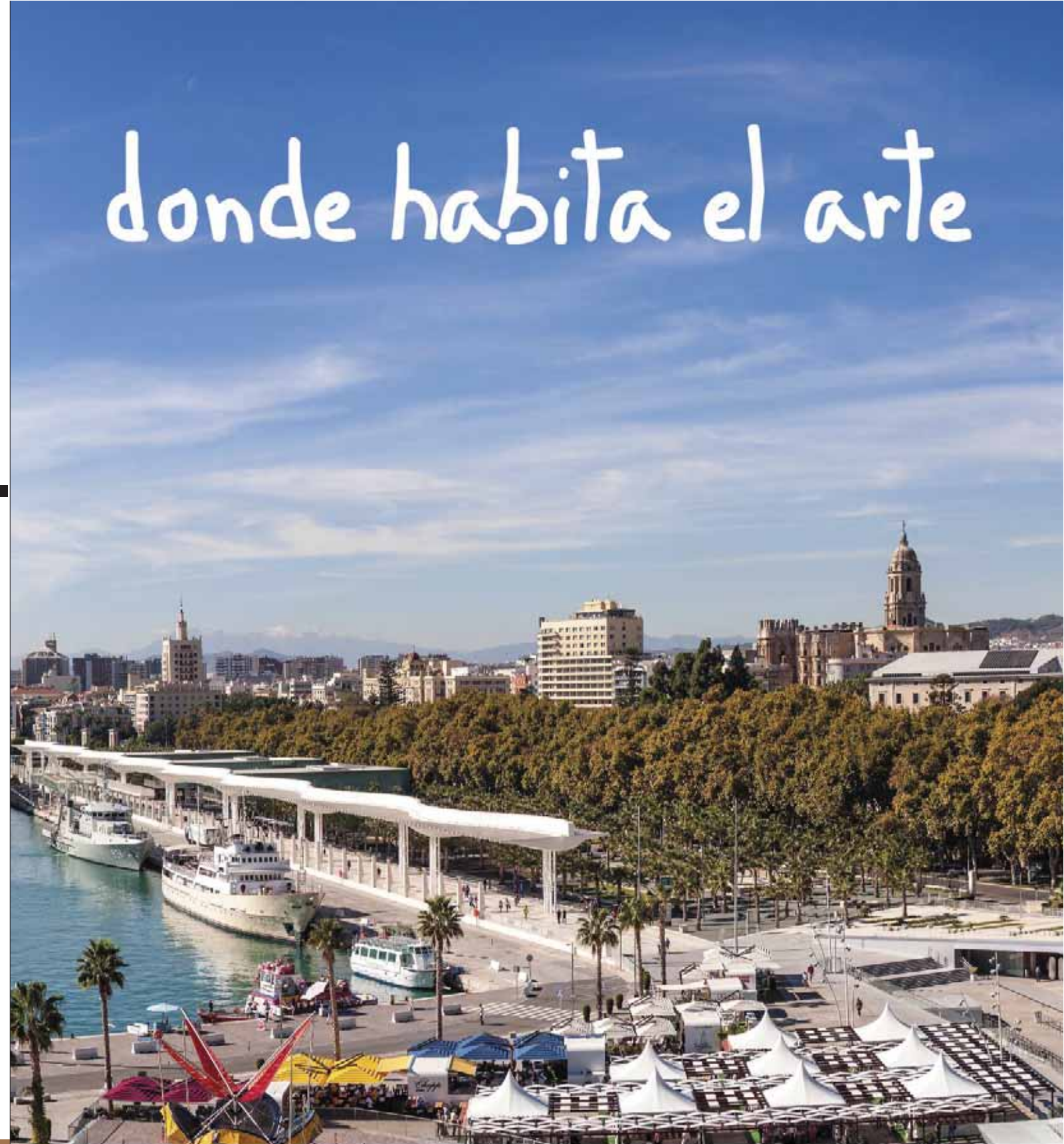
ÁREA DE TURISMO

Tel. 951 92 60 20

info@malagaturismo.com

www.malagaturismo.com

donde habita el arte



Ayuntamiento
de Málaga



Málaga
CIUDAD
DE MUSEOS
donde habita el arte

Málaga
Ciudad Genial

Lisboa: siempre Lisboa...

Escapada a la capital de Portugal

Texto y fotografías: Laura Pascual

Lisboa, con su glorioso pasado y el aspecto semidecadente de algunos de sus barrios, ocupa una de las capitalías más cosmopolitas de Europa. Sin duda, es una ciudad con enorme encanto. Fundada según la leyenda por Ulises tras finalizar la guerra de Troya, debe casi toda su fama al pasado de potencia de ultramar y, en particular, a Vasco de Gama, el primero en navegar a las Indias Orientales.

El clásico barrio de Alfama, con su imponente Castillo de San Jorge en lo alto, simboliza la ciudad. Pero también el Monasterio de los Jerónimos, la Torre de Belem, la cafetería A Brasileira y sus cálidos tranvías. Todo en ella es mágico; sus azulejos reflejan la vida de la otrora gran Lisboa mientras uno parece escuchar un fado en la lejanía...

Para empezar con ánimo la visita por la ciudad nada mejor que dirigirse al barrio de Alfama, la Lisboa medieval y tolerante en la que convivieron cristianos, judíos y musulmanes. Posee una estructura urbana de la época árabe con calles laberínticas, patios, cuevas y escaleras. Al tiempo, interesantes miradores desde los que contemplar las impresionantes panorámicas de la ciudad que nos ofrece el barrio.

El trayecto se puede iniciar, en una de sus variantes, en Chafariz del Rey, la fuente más antigua de Lisboa. Muy cerca se encuentra el antiguo recinto da Praia, edificio portuario que el ayuntamiento transformó en Casa del Fado y la Guitarra, en un barrio que ha sido siempre una de las principales zonas en las que ha brotado el fado en todos sus estilos. Ascendiendo por las laberínticas escalinatas en dirección a la Sé o Catedral, que se alza como una fortaleza medieval, se puede con-

templar la influencia de las diversas culturas que han pasado por la ciudad plasmada en sus estilos arquitectónicos.

Dejando atrás la iglesia de Santo Antonio, se llega al castillo de San Jorge, emplazado dentro de una ciudadela y su barrio. Por el portón abierto de la segunda muralla se accede a lo que propiamente se denomina castillo, situado en lo más alto de la colina. Pasear por este recinto es una de las experiencias que no puede olvidar todo visitante de Lisboa: sus verdes rincones, las moles pétreas de otros siglos, las escondidas estatuas, la fuerza del viento contra el rostro y las múltiples vistas de la ciudad.

Barrio de Chiado, centro de la vida cultural

Chiado constituye uno de los barrios más entrañables de la ciudad. Centro de la vida cultural de Lisboa, está lleno de teatros, cafés literarios y librerías antiguas. La Rua do Carmo inicia el recorrido hacia el corazón de la Lisboa romántica y literaria del siglo XIX y XX. Siempre concurrida, marca el límite entre la Baixa y el Chiado. Sin embargo, es en la Rua Garrett donde se inicia el barrio. Perfumerías, lencerías, tiendas de moda y

En la página de la izquierda, la recargada fachada de estilo manuelino, que mezcla motivos arquitectónicos y decorativos del gótico tardío y del renacimiento, del Monasterio de los Jerónimos en el barrio de Belén, mientras pasa un tranvía turístico.

En la página de la derecha, imágenes de la ciudad entre las que destacan el claustro y la cúpula del Monasterio de los Jerónimos, el puente colgante sobre el Tajo, el Arco Triunfal da Rua Augusta en la Plaza del Comercio, la Torre de Belén, junto a coches de época, aparejos de pescadores, guardia del Palacio de Belén, residencia del presidente del gobierno y un músico callejero.

La impresionante Torre de Belén iluminada durante la noche..

zapaterías encajan en un complejo puzzle con cafés, papelerías y librerías, entre las que destaca la librería Bertrand (1792), la más antigua del país.

Al lado derecho de Garret, permanecen tres establecimientos que han destacado por sus históricas tertulias literarias y políticas. La librería Sá Costa es una de ellas, que nació como local especializado en la publicación de textos y libros didácticos. Otro es la Casa Havaneza, donde tuvieron lugar hasta los años 40 tertulias y charlas en las que intervinieron personajes como Eça de Queiroz y Ramalho Ortigao. Aunque es sin duda A Brasileira, inaugurada en 1905 como establecimiento de venta de cafés, la cafetería más renombrada de Lisboa. Tres años después de su nacimiento, y ya como cafetería, comenzó a reunir escritores y artistas plásticos que celebraban allí sus tertulias.

Siguiendo por el Largo do Chiado nace el barrio de los tres teatros, en consonancia con el nivel artístico de la zona. Estos son el Teatro San Luis, el Teatro San Carlos y el Teatro da Trindade, tres de los más importantes de la ciudad. Por ellos han pasado grandes artistas como Taboada y Josephine Baker. Esta zona también posee importantes monumentos religiosos, en especial el convento Do

Carmo, en el Largo do Carmo, edificio que sufrió grandes daños con motivo del terremoto de 1755.

Barrio de Belem y Monasterio de Los Jerónimos

Desde el puente del 25 Abril a Belém, un paseo amalgama el centro del Portugal navegante y descubridor de nuevas rutas. La plaza de Albuquerque es la primera que encontramos en el camino. Aquí se ubica el Palacio Nacional de Belém, residencia oficial del presidente de la República desde 1910. Al lado, el museo de Coches Reales, picadero contiguo al palacio con una de las mejores colecciones de carrozas reales del mundo.

Y ya en Belém, antes de llegar al Monasterio de los Jerónimos se pasa por la puerta de Pastéis de Belém, un antiguo local donde venden los típicos dulces del barrio. El Monasterio, principal ejemplo del manuelino en Portugal, es una enorme construcción de gran riqueza monumental. La fachada posee la típica decoración manuelina, basada en cuerdas, cabos y otros motivos de inspiración marinera y oriental. El interior no sólo acoge un armonioso claustro, destacados túmulos de personajes ilustres y bellas capillas, sino que



cuenta también con el Museo Arqueológico Nacional, con colecciones desde la Edad de Piedra.

Atravesando la Praça do Império, rodeada de importantes centros como el planetario Calouste Gubelkian, el Centro de Espectáculos y el Centro de Exposiciones, se observa el monumento de los Descubrimientos, justo enfrente de los Jerónimos. Sus imponentes 52 metros de altura homenajan a los grandes navegantes portugueses. El interior tiene siete plantas dedicadas a auditorio, sala de proyecciones, bar, exposiciones, Museo de los Descubrimientos, archivo y terraza. Y como colofón final: la Torre de Belém, el monumento que más visitas recibe a lo largo del año y el más emblemático. Construido a principios del siglo XVI, los grabados de la época muestran la torre cuando era una isla, como un navío blanco en busca de nuevas rutas.

Ya de regreso se puede pasear tranquilamente desde la Praça do Comércio hasta el Rossio. Es el corazón de la ciudad, el centro de la vida de los lisboetas y principal salida al mar de la ciudad. Después uno se adentra en la Baixa, caracterizada por su geométrica estructura.

la mesa en la que el poeta Fernando Pessoa escribió Mensagem, la única obra que vio publicada.

Tras pasar el Arco de la Rua Augusta se camina por la calle principal, peatonal y con numerosas terrazas, artistas y vendedores ambulantes. Es una calle muy comercial en la que se suceden joyerías, boutiques y cafeterías.

Antes de llegar a la Praça da Figueira, a la izquierda, se puede acceder al elevador de Santa Justa, inaugurado en 1892 para comunicar la Baixa y el Largo do Carmo. Hoy es un interesante ejemplo de la arquitectura del hierro post-Eiffel, aunque sigue cumpliendo con su función. Tiene 45 metros y es el único vertical que hoy existe en la ciudad.

La Praça da Figueira debe su nombre a un antiguo mercado callejero que hubo en el lugar, primero al aire libre y después cubierto. La plaza, diseñada para alojar viviendas y comercios, conserva el mismo cuadrilátero armónico y elegante trazado por los arquitectos de Pombal.

Anexa está la praça do Rossio que constituye, propiamente, la Baixa pombalina. Justo enfrente se alza el Teatro Nacional Doña María II, edificio

La estatua de bronce de Fernando Pessoa frente al café A Brasileira, donde el poeta nacido en 1888 solía acudir.



La Praça do Comércio fue el centro emblemático de la operación urbanística que llevó a cabo el Marqués de Pombal. Se configuró como una plaza rectangular porticada abierta al Tajo, donde se celebraban las grandes conmemoraciones y donde llegaban reyes y presidentes por barco. Además, en ella se ubica el Café do Arcada do Martinho, que conserva

monumental y neoclásico en el que destacan las seis columnas jónicas del pórtico, procedentes de la iglesia de San Francisco. En esta zona se inicia lo que se consideró la Lisboa bohemia, con lugares ahora desaparecidos como A Chave D'Ouro o Irmanos Unidos, que estuvieron vinculados a la vida literaria de la ciudad.



Rutas por los alrededores

Desde Estoril hasta Cascais se levanta una de las zonas costeras más espectaculares del país. Los cascos urbanos quizá están muy abarrotados de gente, pero en los alrededores se hallan zonas de gran belleza, como la Boca do Inferno, donde el mar sube y llena las ensenadas y grietas que hay en las rocas haciendo un ruido terrorífico con grandes saltos de agua en días de tormenta. Otro lugar es la playa de Guincho, que se extiende en dunas de arena y pinos; sobre las rocas se levanta un edificio, antaño pequeña fortaleza y hoy hotel de lujo. Otro lugar que no puede saltarse es el conocido Casino de Estoril, uno de los más importantes de Europa.

Desde Sintra se puede realizar una agradable excursión cruzando la sierra. Atraviesa densos bosques, en un paisaje de rocas cubiertas por musgo. En el camino se dejan muchos pueblecitos y lugares, como Cabo da Roca, Seteais y Monserrate. Pero es sin duda Sintra la población más impresionante. Declarada Patrimonio de la Humanidad en 1995, dirige al Palacio Nacional de Sintra y al Palacio da Pena todas sus miradas, que durante los días de neblina conforman una espectacular y ensoñadora imagen.

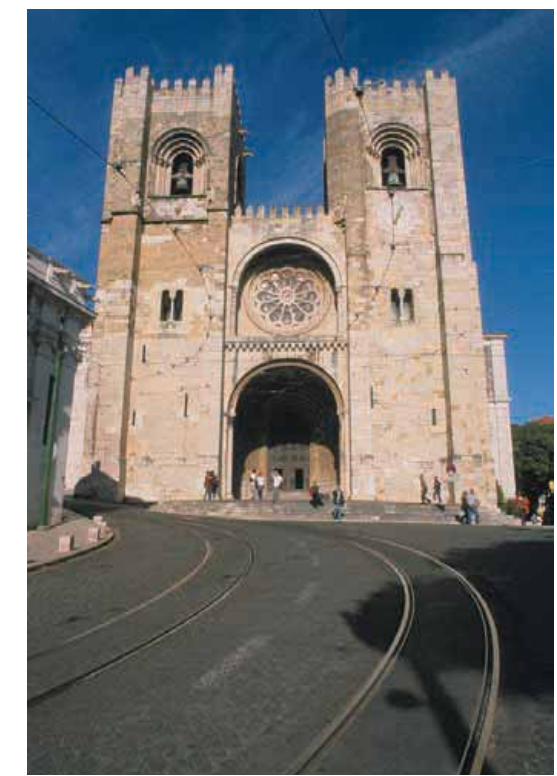
Setúbal es el tercer puerto más grande de Portugal. Al sur del parque central está el puerto y un mercado cubierto muy animado. Al norte del parque, el casco antiguo de la ciudad, que muestra sus atractivas calles peatonales y sus plazas repletas de tiendas y terrazas. En sus alrededores se encuentra la Reserva Natural do Estuário do Sado, una enorme ciénaga de lagunas poco profundas y pantanos salinos entre bosques de pinos y múltiples animales como nutrias, peces y aves acuáticas. Muy cerca se encuentra la Serra da Arrábida, par-

que nacional que protege un bello paisaje y una rica variedad de aves y fauna.

Sesimbra es una bulliciosa villa de pescadores, ubicada en una resguardada bahía que mira al sur. Convertida en popular zona de vacaciones, es un laberinto de callejuelas empinadas dominadas por el fuerte de Santiago. El mirador está abierto al público y ofrece hermosas vistas de la costa atlántica. En las colinas circundantes se han levantando cafés y bares que se llenan de visitantes, incluso en invierno. Muy cerca se halla Palmela, con su impresionante castillo. Desde su estratégica posición domina varios kilómetros del valle de la Serra da Arrábida.

Una escapada a la cercana Lisboa y sus alrededores resulta una experiencia inolvidable.

Sobre estas líneas iglesia de San Vicente de Fora, proclamado patrón de Lisboa en 1173 cuando sus reliquias se transfirieron del Algarve a una iglesia fuera de las murallas de la ciudad. El diseño es de los arquitectos italiano Filippo Terzi y el español Juan de Herrera y fue terminada en 1627.



Fachada de la Sé o catedral.



Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

2013 | 2018



ACAVE nos informa...



V NOCHE DEL SOCIO
28 de Junio 2018

El 28 de junio de 2018 ACAVe celebró en la Torre del Bellesguard de Gaudí su **40 aniversario** coincidiendo con la **V Noche del Socio-ACAVE Crece Contigo**, contando con la asistencia de más de 250 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. El evento contó con el apoyo y participación de la Diputación de Barcelona, Qatar, Vueling, Iberia y del catering Airola.

Martí Sarrate, Presidente de ACAVe repasó los principales hitos de la historia de la asociación, que nació en Catalunya como ASEAV con 37 agencias asociadas y que no ha parado de crecer año tras año: *"En la actualidad -explicó Sarrate-, son más de 500 las agencias de viajes de toda España que confían en los servicios de la asociación, que actúa como lobby, representando los intereses de las agen-*



cias de viajes tanto frente a las instituciones y organizaciones públicas como privadas. Cabe destacar que a día de hoy ACAVe ostenta la representación de todas las agencias de viajes españolas en la patronal europea, ECTAA, teniendo un prestigio reconocido no sólo a nivel estatal sino también a nivel europeo".

A lo largo de estos años, la asociación ha crecido integrando a otras asociaciones. Primero a AGIV en 1981, y posteriormente a UCAVE en 2014, para conformar la actual ACAVe. Durante estos años la asociación ha diversificado sus servicios creando un servicio de asesoría jurídica para agencias de viajes que es un referente en el sector, o con la implantación de Gestacave, un servicio de gestión integral. Sarrate también ha destacado el papel de ACAVe en el campo de la pro-

moción y el networking: *"en este sentido destacar actividades como la participación en ferias como FITUR donde ACAVe cuenta con un stand propio; los workshops de ACAVe, que se iniciaron en 1999, y que han supuesto más de 40 encuentros en las principales ciudades de España; o también las presentaciones de mayoristas, que empezaron a celebrarse ahora hace 3 años".*

Asimismo, Sarrate destacó otros eventos como los encuentros sectoriales y debates que periódicamente organiza la asociación, como por ejemplo el Foro anual de ACAVe o las jornadas técnicas que periódicamente reúnen a los mejores expertos de cada especialidad.

El grupo "Recover" amenizó la velada con música mientras los invitados disfrutaron de un cóctel cena.



PRESENTACIÓN DE TTOO 4 - Julio 2018 en IBIZA

El 4 de Julio del 2018 tuvo lugar la cuarta Presentación de Tour Operadores de ACAVe, en el Restaurante AMA LUR de Ibiza. Más de 40 agentes de viajes de la isla asistieron a la cena-presentación. Presentaron sus programaciones 6 Tour Operadores miembros de ACAVe. **Mapatours** presentó MundiMapa, la nueva marca de Grandes Viajes de Mapatours y MapaDinamics, **MSC Cruceros** presentó su Programación 2018/2019, **Politours** destacó su programación de puentes, salidas especiales desde Baleares, **Transrutas** nos presentó su programación especial para mayores de 55 años, **TravelKids** presentó sus Viajes en Familia y programación 2018 y finalmente **TUI** su Programación 2018.



FORMACIONES ACAVe 2018

Durante los meses de septiembre y octubre ACAVe ha dado continuidad a sus acciones formativas.

El 13 de septiembre se celebró el **Webinar de Vueling** en la cual explicaron con detalle las nuevas tarifas TimeFlex y Family Fare, así como la nueva oferta de asientos. El 18 de septiembre tuvo lugar el **Seminario Air France KLM, Delta Air Lines** donde se presentó productos, servicios y acuerdos para empresas. El 2 de octubre se realizó un **Webinar de Flandes**, "Flandes, tierra de Maestros" donde se destacó su oferta de otoño y Navidades. El 4 de octubre tuvo lugar un **Seminario de lata "Principales cuestiones que afectan a las AAVV"**. El 5 de octubre **Transrutas** nos adentró en el **destino Madagascar**.

En el mes de octubre, el día 9 se realizó

un **Seminario lata sobre la "Implementación del IBSP"**. El 18, **IST Redefining Cruise Business** presentaron su producto. El 24 **APG Spain** nos presentó su placa validadora GP275 para más de 70 compañías que no están en BSP y para finalizar el mes de octubre el día 30 tuvo lugar el **Webinar NH Hotels** donde nos presentó OCR la Tarifa Dinámica para las negociaciones con empresas.

Próximas acciones de formación:

En noviembre, el día 6 **Vueling** nos presentará sus nuevas tarifas y productos, el día 7 se realizará un **Webinar de AirFrance KLM**, el día 20 tendrá lugar el Webinar de la mano de **Turismo de Hungría**, el día 22 **Air China** nos presentará sus productos y servicios, y el día 27 se realizará un Seminario de la compañía aérea **United**. Por último el día 4 de diciembre **MisterFly** nos presentará su producto.

JORNADA SOSTENIBILIDAD 21 de noviembre 2018

Continuando con las acciones formativas en materia de sostenibilidad, el próximo 21 de noviembre de 2018 tendrán lugar en la sede de ACAVe dos seminarios: **Cómo ser más sostenible: acciones para agencias de viaje emisoras y receptoras**, y **Mejora tu competitividad con 5 beneficios del marketing de la sostenibilidad** impartidos por el Dr. Xavier Font, University of Surrey, Reino Unido. En estos seminarios se tratarán 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.



FORO XVIII ACAVe Septiembre 2018

ACaVe celebró el pasado 27 de septiembre el **XVIII Foro ACAVe** con el título **Avanzando hacia el futuro** en el Gran Teatre del Liceu. Moderado por el periodista **Josep Cuní**, se debatieron temas como el futuro de las agencias, la sostenibilidad de las ciudades turísticas y los nuevos retos sociales y económicos que conlleva el turismo. La jornada contó con la participación de la secretaria de Estado de Turismo, **Isabel Oliver**, y la alcaldesa de Barcelona, **Ada Colau**.

Isabel Oliver expuso los planes del gobierno en el ámbito turístico, destacando *"la apuesta por la creación de un registro estatal de viviendas turísticas"*. Por su parte, Ada Colau reafirmó que *"una de las principales fortalezas de la ciudad de Barcelona es la cohesión social"* e insistió en *"la importancia de seguir trabajando para garantizar la convivencia entre residentes y turistas"*. Martí Sarrate, Presidente de ACaVe destacó *"la importancia de la colaboración público-privada para la gestión y promoción del turismo. Es imprescindible trabajar conjuntamente para conseguir entre todos un turismo sostenible y perdurable en el tiempo"*

En la primera sesión titulada **Sostenibilidad de las ciudades turísticas: su gestión y promoción** participaron **Nuria Galí**, Doctora en Patrimonio Turístico y Licenciada en Humanidades por la UAB; **Frans van der Avert**, CEO de Amsterdam Marketing; **Joan Torrella**, Director de Turismo y Eventos de la Gerencia de Turismo, Comercio y Mercados del Ayuntamiento de Barcelona; y **Mara Manente**, experta en Turismo de la Universidad Ciset Ca Foscari de Venecia.

En la segunda sesión se trató **El futuro de las agencias de viajes más allá del 2020** con la participación de **Javier Zuzola**, Director General de Travel Advisors Guild; **Fernando Cuesta**, Director General de AMADEUS España y Portugal; **Javier Bellido**, Director de eDreams ODIGEO y **Jordi Vendrell**, Gerente de Tuareg Viajes. Finalmente, la tercera sesión titulada **Los empresarios turísticos ante los nuevos retos sociales y económicos** estuvo a cargo de **Antón Costas**, Catedrático de Política Económica de la UB y Presidente de la Fundació Cercle de Economia.

Martí Sarrate Presidente de ACaVe dio lectura a las CONCLUSIONES del mismo: **1) La concentración turística en zonas muy concretas crea ciudades duales, donde turistas y residentes no se mezclan.** Uno de los mecanismos que con-

tribuye a esa dualidad es el transporte, un claro ejemplo es el caso del bus turístico.

2) **Con el fin de evitar esa dualidad**, algunas soluciones son la eliminación de las fronteras con el fin de conseguir **espacios con diversidad de usos**, la búsqueda de **estrategias que permitan la descentralización del centro y la relocalización de espacios culturales y comerciales** pensando en una estrategia común de toda la industria turística.

3) Partiendo del hecho que la ciudad no es solo para los turistas ni solo para los residentes se debe **procurar la convivencia entre los dos colectivos**. Algunas **propuestas para evitar la turismo-fobia** consisten en **sensibilizar al residente sobre los beneficios del turismo**, así como otorgarle beneficios, como descuentos en las tasas municipales. Dentro del sector turístico, las soluciones deben centrarse en un incremento de salarios y de la **profesionalización, así como castigar las malas praxis**.

4) No debería existir esa dualidad, dado que los roles cambian, **todas las personas son residentes o turistas en algún momento**.

5) Teniendo en cuenta que es uno de los principales motores de la economía, to-

das las políticas de las ciudades turísticas deben tener el turismo en cuenta. Esto es fundamental para lograr un turismo responsable y sostenible.

6) Los actores que forman el triángulo de las ciudades turísticas (residentes, turistas y empresas) deben **promover un debate sobre la oferta que se da al visitante y rediseñar una estrategia común**.

7) Las **claves del éxito** para el futuro de las agencias de viajes son la **especialización**, la **personalización**, la **innovación** y la **adaptación**. En un mundo con cada vez más sobreinformación, las agencias que se ajusten más a las necesidades del cliente son las que van a sobrevivir.

8) El cliente ha cambiado: **cada vez es**

más exigente y cada vez quiere pagar menos por un producto acorde con este nivel de exigencia.

9) **El cliente elige a las agencias de viajes** porque controlan la logística, pero también porque ofrecen **garantías y confianza**, especialmente una época con tanta comercialización online.

10) El cambio fundamental en el vacacional es que hemos pasado del **"a dónde voy" a "qué hago"**. El destino (hotel, actividades, etc) cada vez tendrá más importancia y pasaremos del vuelo + hotel al hotel + vuelo.

11) Las presiones sobre las empresas irán incrementándose cada vez más. Cada vez **más presiones regulatorias**,

también **de los inversores** (sobretudo de fondos de inversión) que cada vez están pidiendo más información y transparencia, y finalmente también habrá cada vez **más presiones de la sociedad** (cada vez más enfadada y dispuesta a manifestarlo).

12) **El turismo es uno de los sectores con mayor futuro**. Porque la elasticidad-renta del turismo es baja: es decir que **la gente, aunque pierda poder adquisitivo, no deja de consumir viajes y vacaciones**. No se van a perder clientes. Por otra parte, en las nuevas economías asiáticas **están apareciendo clases** medias con potencial para consumir viajes. También porque los **costes de transportes se están abaratando**. Y también potencial de crecimiento porque **la tecnología está generando nuevas oportunidades**.

13) En España hay dos retos turísticos: hay que **"industrializar" el sector** (estandarizar los procesos, y menos actividad artesanal). **Mejorar la reputación del sector**. Porque el sector es visto como depredador de recursos públicos y de turismo de baja calidad.

14) Es importante **la colaboración público-privada, y un buen ejemplo de ello es Barcelona**. Ayuntamiento y empresas turísticas tienen que trabajar conjuntamente para responder a estos retos.



FAMTRIP VISITA AL CASTILLO DE MONJÜIC 19 de Octubre 2018

El 19 de octubre tuvo lugar una visita al Castillo de Montjuïc de la mano de ALS Advanced Leisure Services. Una de las visitas panorámicas y culturales más interesantes de Barcelona. La visita comenzó en el Teleférico de Miramar que nos trasladó hasta el Castillo, allí los agentes de viajes pudieron disfrutar de las mejores vistas 360 de la ciudad, conocer la historia del Castillo y la maravilla que es desde el punto de vista de la arquitectura militar,



se visitó el depósito de agua y se accedió a los calabozos, la cisterna y la torre. Se visitaron los diferentes espacios de alquiler que el Castillo acoge para actos y

acontecimientos. El patio de armas, los baluartes, la terraza, los jardines, y el revellín, finalizando la visita con el encuentro de TMB servicios Turísticos.

REUNIÓN ACAVe con la SECRETARIA DE ESTADO DE TURISMO

El pasado mes de julio, Martí Sarrate Presidente y Catiana Tur Gerente de ACAVe se reunieron con la nueva Secretaria de Estado de Turismo, Isabel Oliver, para trasladarle las demandas de las agencias de viajes.

ACAVe valoró muy positivamente la reunión mantenida y la disposición del nuevo Gobierno Español y de la Secretaria de Estado de Turismo para trabajar por un turismo de calidad y para la competitividad turística empresarial, emplazándose a continuar colaborando y trabajar conjuntamente para la mejora de la actividad turística y de las agencias de viajes.

Los temas tratados fueron los siguientes:

Las huelgas del sector aéreo

ACAVe explicó la preocupación del sector ante las huelgas del transporte aéreo, como la del personal de Ryanair que se está viviendo estos días, indicando que las huelgas en momentos clave de temporada alta se están convirtiendo en una constante estos últimos años, lo que causa un perjuicio a los pasajeros pero también a las agencias de viajes, que normalmente son las encargadas de responder ante sus clientes, buscar alternativas para que no pierdan días de vacaciones y luego gestionar sus reclamaciones frente a las compañías aéreas. Eso supone para estas empresas una sobrecarga de tiempo y recursos que no se compensa de ninguna manera.

Con el fin de evitar que las huelgas siempre coincidan con periodos clave de temporada, ACAVe pidió a la Secretaria de Estado una regulación del derecho de huelga en determinados servicios estratégicos que asegure de manera efectiva la protección del derecho de transporte y desplazamiento de pasajeros. Si bien los pasajeros tienen la posibilidad de ser compensados en casos como el de Ryanair, existen otros supuestos en los que el pasajero no puede reclamar una compensación a la compañía aérea por tratarse de circunstancias extraordinarias

para la propia compañía. Se trata de las huelgas del personal de entidades oficiales como la propia AENA o las que realizan los controladores aéreos. Para estos casos ACAVE pide un cambio normativo urgente para que el Estado asuma la obligación de compensar a los afectados.

Retrasos y cancelaciones aéreas

Otro de los temas que se expusieron en la reunión son las cancelaciones y grandes retrasos que se están produciendo en el sector aéreo y que están afectando de manera especial a Vueling. ACAVe reclamó soluciones a las continuas cancelaciones y grandes retrasos que se están produciendo y que han afectado de manera especial a Vueling, principal compañía operadora en el Aeropuerto del Prat.

Actos vandálicos contra el turismo

Desde ACAVE se reclamó contundencia en la respuesta gubernamental ante los actos vandálicos que determinados grupos están realizando contra el turismo y también la activación urgente de una campaña de concienciación social sobre la importancia del turismo y de su impacto en la creación de un tejido económico que contribuyó a paliar los años más duros de la crisis económica. Asimismo ACAVe remarcó en la reunión de ayer la importancia de la gestión para un turismo sostenible.

Apoyo a la competitividad de las agencias de viajes

ACAVE trasladó a la Secretaria de Estado la realidad del sector, compuesto principalmente por pymes y micropymes, según señala un estudio realizado por Amadeus y ACAVE. Este perfil de empresas contribuye decisivamente en la creación de puestos estables de trabajo pero a su vez necesitan apoyo para su expansión. ACAVE pide la creación de un plan que promueva la competitividad del sector de las agencias y que les ayude en la implantación de tecnologías de digitalización.

Registro de agencias de viajes contra el intrusismo

ACAVE señaló también que en Cataluña (a diferencia del resto de CC.AA.) la normativa actual no impide el intrusismo profesional en el sector de las agencias

de viajes: la administración turística catalana se está negando a ofrecer un número de registro público que reconozca a las personas físicas o jurídicas que disponen de las garantías necesarias para dar cobertura a los viajeros en caso de producirse una insolvencia del organizador y/o vendedor del viaje. Esta situación sitúa a los clientes en una situación de indefensión, pues no pueden identificar claramente las empresas que disponen de esta garantía y que por tanto pueden comercializar y/o organizar viajes combinados.

Transposición de la Directiva de Viajes Combinados y servicios de viaje vinculados

La Asociación trasladó a la Secretaria de Estado las alegaciones ya presentadas y solicitó su apoyo en algunos puntos clave del proyecto de ley que actualmente se encuentra en tramitación para su debate en el Congreso de los Diputados, entre ellos los siguientes:

- Se elimine la responsabilidad solidaria entre organizador y detallista y se establezca una responsabilidad por el ámbito de gestión.
- Que se elimine la garantía de responsabilidad contractual para la organización de viajes combinados. La directiva sólo permite exigir una garantía que cubra la insolvencia del organizador y por lo tanto la exigencia de una garantía adicional incumple la propia directiva comunitaria así como la Directiva Bolkestein.

- Que desde su aprobación se establezca un plazo de adaptación de 6 meses. De este modo se tendrá tiempo suficiente para aplicar todas las adaptaciones necesarias a contratos, folletos, etc antes de la entrada en vigor de la ley.

Transposición de la Directiva de PNR

Desde ACAVE se solicitó que en la transposición de la Directiva de datos de PNR, se establezca que las agencias de viajes cumplen con su obligación de envío de datos incluyendo los datos en el propio PNR a través del GDS, sin tener que realizar ningún trámite adicional. Además solicitamos que estos datos no puedan ser tratados por la compañía para fines comerciales.

REUNIÓN ACAVe con la CONSELLERA D'EMPRESA I CONEIXEMENT

El pasado mes de septiembre, el Presidente de ACAVe, el Sr. Martí Sarrate, el Vicepresidente Receptivo, el Sr. Jordi Martí y la Gerente, la Sra. Catiana Tur se reunieron con la Consellera d'Empresa i Coneixement de la Generalitat de Catalunya, la Sra. Àngels Chacón, y el Director General de Turisme, el Sr. Octavi Bono, en la que se trataron los siguientes temas:

1. Regulación de las agencias de viajes, garantías de viajes combinados y servicios de viajes vinculados.

Desde ACAVE se puso de manifiesto la problemática surgida en marzo del 2017 con la modificación de la Ley de Turismo, que supuso una modificación de la normativa que regula a las agencias de viajes, desapareciendo el número de registro que identificaba a las agencias de viajes. Desde ACAVE y en base al informe emitido por el Síndic de Greuges que reconocía que la legislación actual es confusa, se ha insistido en que las personas físicas o jurídicas que dispongan de garantía para la comercialización y/o venta de viajes combinados y de servicios de viaje vinculados deben estar inscritas en un registro y disponer de un número de registro que las identifique. La falta de este número de registro está perjudicando a los consumidores que a día de hoy no

pueden identificar cuáles son las personas que disponen de esta garantía. La Consellera ha entendido que es importante poner en valor el trabajo realizado por las agencias de viajes. Asimismo ha valorado positivamente que pueda haber un registro a título informativo de las personas que disponen de las garantías de viajes combinados y servicios de viajes vinculados. Desde el ACAVE continuaremos trabajando para que este registro sea una realidad.

2. Cancelaciones y retrasos aéreos.

Desde ACAVE remitimos nuestra preocupación por la situación de reiteradas cancelaciones y retrasos que se han producido durante esta temporada estival y que han afectado de manera especial a Vueling, compañía que aglutina el 40% de las operaciones el Prat. Esta situación afectó muy negativamente a los viajeros catalanes, así como al turismo que nos visita y por este motivo ACAVE solicitó que desde la Generalitat de Catalunya se tomen medidas que garanticen la correcta prestación de servicios. Por parte de la Generalitat se nos manifestó que estaban ya trabajando en el tema, reuniéndose con representantes de las compañías aéreas y que actuarían con la máxima contundencia ante los ante los incumplimientos en la prestación de servicios.

3. Situación turística de Catalunya.

Los últimos datos publicados ponen de relieve un descenso del turismo en Catalunya. Esta situación no se explica por

un solo hecho, sino por un conjunto de hechos que han afectado a la situación de Catalunya en el último año (atentados, situación política, recuperación de mercados competidores, actos vandálicos contra el turismo, huelgas de taxistas...) Desde ACAVE se han pedido medidas contra los actos vandálicos que se están produciendo contra el turismo y que esta temporada estival se han vuelto a repetir y contundencia a la hora de condenarlos. También se solicitó que se destinaran más recursos para mejorar la seguridad e imagen de los principales destinos turísticos catalanes. Este verano empresarios turísticos de Lloret de Mar han tenido que contratar informadores turísticos para luchar contra la prostitución en Lloret. Desde ACAVE consideramos que aunque ha sido una medida efectiva, ésta no debe ser soportada económicamente por las entidades privadas, sino que la seguridad y lucha contra actividades no legales debe garantizarse por parte de las administraciones públicas y han ser éstas las que deben destinar los recursos necesarios que lo garanticen. Igualmente se solicitó contundencia contra las actividades de venta ilegal en la calle, ya sean el top manta o venta de excursiones por parte de personas que no cumplen con sus obligaciones tributarias y laborales. Desde la Conselleria se nos emplazó a mantener un diálogo abierto para erradicar estas prácticas y conseguir la mejora de los destinos turísticos catalanes.

REUNIÓN ACAVe con la CONSELLERIA DE TURISMO DE LAS ISLAS BALEARES

El pasado 16 de octubre representantes de ACAVE se reunieron con Lluís Apesteguia, Jefe de Gabinete de la Vicepresidencia y Conselleria de Innovación, Investigación y Turismo de Baleares. En dicha reunión los representantes de ACAVE trasladaron su preocupación por el anuncio realizado por el Govern de Baleares en relación a la regulación del "todo incluido", en la que se prevé prohibir la inclusión de bebidas alcohólicas fuera de las comidas. Por parte de ACAVe se

trasladó el rechazo total al denominado "turismo de borrachera", indicando además que éste no es el público que contrata el producto "todo incluido", siendo principalmente el turismo familiar quien lo contrata. Se destacó que los hoteles de "todo incluido" no promocionan el consumo de alcohol, siendo principalmente bares y discotecas quienes realizan esta promoción. Por parte del Govern se nos trasladó que el principal objetivo es promover el turismo de calidad y que en base se pretende regular el "todo incluido". Se trata de una normativa que todavía está en fase de elaboración y que por parte del Govern se abrirá una diálogo con todos los actores para tener en

cuenta todas las sensibilidades. ACAVE, también, trasladó su preocupación por de la nueva normativa de la garantía de las agencias de viajes que exige el depósito de la garantía y en base a ello algunas compañías de seguros nos han trasladado su negativa a ofrecer las pólizas de caución. Por tal motivo, desde ACAVE se ha solicitado al Govern que se realicen las actuaciones necesarias que permitan a las agencias disponer de la garantía de viajes combinados dentro de los plazos previstos en la normativa. Por parte del Govern Balear se nos informó que ya estaban trabajando en ello y nos mantendrán informados.

**ACAVe EN FERIAS
DE TURISMO
2018-2019**

WORLD TRAVEL MARKET LONDON
5-7 Noviembre 2018

Como cada año ACAVE participará en la nueva edición de la **World Travel Market de London**, que se celebrará del 5 al 7 de Noviembre del 2018. Las agencias de viajes receptoras que así lo han solicitado conjuntamente con ACAVE, estarán presentes en dicha feria dentro del Stand EU400 compartido de la Agencia Catalana de Turisme (ACT). Las empresas que participarán: **ALS Advanced Leisure Services, Blau Marí Travel Services Spain, Guiding, Temps d'Oci Incoming Spain & Portugal, Traveltec.info, Viladecans The Style Outlets.**

FITUR 2019
Del 23 al 27 Enero 2019

ACAVE estará presente en la nueva Edición de la Feria Internacional de Turismo (FITUR), que se celebrará en el recinto de Ifema de Madrid los días 23 al 27 de enero. ACAVE atenderá a sus asociados y medios de comunicación en el Stand DF02A, acompañados de nuestros asociados que así lo deseen.

Para tener información de cómo participar con un espacio en el Stand de ACAVe contactar con Maria Pla: maria-pla@acave.travel



**VIAJE ACAVe CORTA
DISTANCIA: ISLAS FEROE
Del 19 al 23 de Octubre**

Del 19 al 23 de octubre, ACAVe celebró su **vía de corta Distancia** a las **Islas Feroe**. Se realizó un atractivo y completo programa que nos permitió conocer lo más significativo de las Islas Feroe, con la asistencia de 30 personas.: Su capital,

**FAMTRIP PATRONAT DE
TURISME COSTA BRAVA.
BANYOLES & GARROTXA
30 de Octubre de 2018**

En colaboración entre el **Patronat de Turisme de Girona Costa Brava** y **ACA-
Ve**, el 30 de octubre tuvo lugar un famtrip para conocer la oferta cultural de la Costa Brava, concretamente el **Pia de l'Estany** y la **Garrotxa**. Fue organizado exclusivamente para las agencias de viajes de ACAVe, a fin de conocer de los recursos

Tórshavn, los pueblos de Bour, Gásadalur y Kirkjubour; la famosa cascada Múla-fossur; las islas de Streymoy y Eysturoy, situadas en el norte del archipiélago los pueblos de Saksun y Gjógv, la isla de Nólsoy, así como vivir las tradiciones, cultura y gastronomía de la mano de los lugareños de las islas. En esta ocasión, hemos contado con la colaboración de **Atlantic Airways, Hotel Foroyar, The Faroe Islands Tourist Office, y Vueling.**

y actividades de la zona y que las agencias de viajes dispongan de la mejor información en el momento de realizar la programación de sus viajes. Los participantes iniciaron su ruta visitando el **Estany de Banyoles y Sant Joan de les Fonts**, para conocer los conjuntos históricos de la comarca de la Garrotxa (vulcanismo, cultura y naturaleza), a continuación tuvo lugar el almuerzo en Olot en el **Restaurante La Quinta Justa** ubicada en una casa modernista especializada en cocina volcánica, finalizando con la visita a Olot, concretamente en el **Museo dels Sans**.

AVANCE PRÓXIMOS EVENTOS ACAVe 2018

En virtud de la colaboración con la Diputación de Barcelona se realizaron dos famtrips:

- o El 13 de Noviembre **Descubre Lluçanès i Moianès**. La ruta de la leche y el monasterio de Santa Maria de Lluça, Sant Cugat de Gavadons y el Parque Prehistórico cerca de Moià.
- o El 16 de Noviembre **famtrip a la Anoia y Bages**: vino, aceite y cocina de proximidad. Se visitará Igualada, tierra medieval i la Anoia. Santuari de la Cova de Sant Ignasi.

El 12 de diciembre tendrá lugar una Jornada de Seguros.



AEVISE nos informa...



AEVISE ABORDA EN SUS JORNADAS PROFESIONALES LOS CAMBIOS NORMATIVOS EN EL SECTOR DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

La Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE) ha celebrado esta semana sus jornadas profesionales en el Hotel Meliá Lebreros, ante una numerosa audiencia que ha recibido información sobre la entrada en vigor del Decreto 60/2018, la nueva Directiva Europea de Viajes Combinados, el Reglamento General de Protección de Datos y cuestiones fiscales derivadas de la Disposición Adicional Cuarta.

El presidente de AEVISE, José Manuel Lastra Picazo, ha aprovechado su discurso de apertura para pedir a las autoridades turísticas *“que estrechen el cerco hacia aquellos que realizan una actuación intrusa y clandestina, perjudicando a las empresas, al empleo, a la economía en general y al propio consumidor”*. Ha indicado también que la nueva normativa aumenta en casi un setenta por ciento el importe de las garantías que las agencias deben aportar, convirtiéndose así en uno de los sectores más regulados y con mayores obligaciones. *“Debemos poner en valor nuestra actividad ante la sociedad y sobre todo ante nuestros clientes, haciéndoles saber que contratar un viaje o unas vacaciones en una agencia de viajes legalmente constituida supone tener todas las garantías ante una eventual contingencia”*, ha añadido.

En la primera mesa se ha tratado la entrada en vigor del Decreto 60/2018, así como el estado de la transposición de



De izquierda a derecha, José Manuel Lastra, Presidente de AEVISE; Amador Sánchez, Director de PRODETUR y Manuel Pino, Vicepresidente de AEVISE.

la Directiva Europea de Viajes Combinados, y ha contado con la participación de Natividad M^a Bejarano, Jefa de Servicios Turísticos de la Junta de Andalucía, Mercedes Tejero, Gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, y Miguel Ángel Cubero, abogado de CEAV-Andalucía.

Posteriormente han intervenido Manuel Pino, abogado y vicepresidente de AEVISE, M^a Teresa Aguilera, socia-responsable de PRODASUR, y Juan Antonio Ceballos, CFO y responsable de fisca-

lidad de GESINTUR, abordando el nuevo RGPD y la facturación amparada en la Disposición Adicional Cuarta. El cierre de las jornadas ha correspondido a Amador Sánchez, gerente de PRODETUR, entidad patrocinadora de las mismas, junto a Turismo de Andalucía.

Durante el acto han tenido lugar varias presentaciones de productos turísticos, así como un workshop con una docena de proveedores del sector de las Agencias de Viajes.



EMPRESAS TURÍSTICAS Y AGENTES DE VIAJES DE LA PROVINCIA PONEN EN COMÚN ESTRATEGIAS Y LÍNEAS DE TRABAJO, CON LA COLABORACIÓN DE PRODETUR

Con motivo de la celebración, del **Día Mundial del Turismo**, la Casa de la Provincia ha acogido durante toda la mañana dos actuaciones dirigidas a profesionales del sector, organizadas por la Diputación, a través de Prodetur, en colaboración con la Asociación Sevillana de Empresas Turísticas (ASET) y la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE). El acto ha contado con una presentación a cargo de Antonio Conde, vicepresidente de Prodetur; Gustavo de Medina, presidente de ASET, y José Manuel Lastra, presidente de AEVISE.

“Coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, la Diputación ha organizado este encuentro profesional en respuesta a una demanda formulada desde el propio sector para facilitar un intercambio de información entre los propios empresarios sobre las posibilidades de la provincia como destino turístico”, ha remarcado Conde durante su intervención.

La primera sesión de trabajo, como continuidad del Foro EUSA que se ha celebrado en los últimos años de la mano de ASET, ha contado con un formato dinámico y en su transcurso cada una de las empresas inscritas ha podido explicar y dar a conocer su oferta y servicios al público asistente.

Con posterioridad, se dio paso a un workshop o taller de trabajo, en línea con los que Prodetur viene realizando con AEVISE, en el que las empresas participantes han atendido a las agencias de viajes invitadas para transmitirles

su oferta de forma más detallada, con vistas al establecimiento de posibles relaciones comerciales para la captación tanto de grupos como de reservas individuales.

Esta actividad de dinamización empresarial ha sido una de las actuaciones profesionales que la Diputación ha programado con motivo del Día Mundial del Turismo, que culminó con una gala en la que la institución provincial estrenará la nueva campaña que va a llevar a cabo, relacionada con el turismo gastronómico y el sector agroalimentario. Esta jornada profesional se enmarca, a su vez, en el Plan de Acción para la realización de actuaciones de promoción del turismo en la provincia durante este año, que la Diputación, a través de Prodetur, desarrolla junto a las Asociaciones Empresariales Turísticas de Sevilla.

Fuente: Diputación de Sevilla

AEVISE PIDE UNIDAD A LAS AGENCIAS ANTE “LA DESLEALTAD DE LOS PROVEEDORES”

El presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), José Manuel Lastra, con motivo del Día Mundial del Turismo, ha difundido una carta abierta en la que lamenta que, pese a que las agencias hayan *“colaborado activamente al crecimiento de los viajes y del turismo, nuestros esfuerzos nunca han sido valorados”*.

Lastra se refiere a tres factores que afectan negativamente a las agencias: deslealtad de los proveedores, una normativa exigente que genera más costes y la inacción ante el intrusismo.

El presidente de AEVISE indica que las

agencias de viajes, *“subsector inmerso en la globalidad turística, hemos colaborado activamente al crecimiento de los viajes y del turismo. Y lo hemos hecho apostando contundentemente por la tecnología y por la innovación constante. Y ello, dicho en un año en el que el lema de este día que hoy celebramos es ‘Turismo y transformación digital’, dice mucho en favor de las agencias. Hemos intentado estar siempre a la vanguardia para, de esa manera, aportar valor real a nuestros clientes y a nuestros proveedores”*.

Denuncia deslealtad de los proveedores, una normativa exigente que genera más costes, y la inacción ante el intrusismo. Si bien añade: *“Pero nuestros esfuerzos no siempre han sido valorados en su justa medida; a fuer de parecer exagerado y subjetivo, diría que nunca se hizo y se sigue sin hacer”*.

Y es por ello que el foro de la unión empresarial debe llevarnos a reivindicar en justicia nuestra labor y nuestra profesión”.

Lastra considera que *“la deslealtad de algunos (muchos) proveedores, las exigencias normativas en aumento con su consiguiente incremento de costes y la inacción de las autoridades turísticas contra la actividad clandestina, son algunas de las problemáticas que seguimos sufriendo y contra las que tenemos la obligación de luchar. Por el bien de nuestra profesión y por el futuro de nuestras empresas”*.

Ante esta situación, el presidente de AEVISE señala que esa lucha **“será posible y efectiva desde la unidad del sector. Juntos podemos hacer mucho”**.

Fuente: hosteltur

AVIBA nos informa...



EL GOBIERNO CENTRAL LICITA LA OSP EN LOS VUELOS DE MENORCA A MADRID

AVIBA CELEBRA QUE FOMENTO TENGA EN CUENTA SUS REIVINDICACIONES

El anuncio se publicó en el BOE el pasado viernes El Gobierno saca a licitación la OSP con Madrid por 1,2 millones de euros AVIBA se había mostrado inflexible ante la parálisis del gobierno

La Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA) queremos mostrar nuestra satisfacción ante el anuncio, por parte del Gobierno Central, de la licitación de los servicios de transporte aéreo sometidos a obligaciones de servicio público (OSP) en la ruta aérea Madrid Menorca. El pasado viernes, el Ministerio de Fomento, a tra-

vés de la Dirección General de Aviación Civil, publicó en el Boletín Oficial del Estado dicho anuncio. Una licitación por un importe de 1,2 millones de euros para un periodo de 16 meses. Para el presidente de AVIBA en las Islas Baleares, Toni Abrines, "estamos satisfechos y eufóricos porque se ha recogido nuestra petición. Pedimos que se arreglara esta situación de indefensión y se ha arreglado. Pedimos que se prolongara hasta el año 2020 y así lo han hecho. Estamos seguros que, sin la presión ejercida por AVIBA, hoy no podríamos celebrar esta licitación tan justa para los menorquines". Hay que recordar que AVIBA siempre se ha mostrado muy inflexible con esta obligación porque repercute muy negativamente en todos los ciudadanos de la isla menorquina. "De no haber puesto cordura, todos los viajeros de la ruta Menorca/Madrid se hubieran visto perjudicados porque a partir del 1 de enero no había posibilidad de ir a la capital de manera directa durante la temporada baja" afirma Abrines. Son muchas las personas de la isla que tienen Madrid como referente; estudiantes universitarios, empresarios que realizan gestiones o reuniones en la capital, viajeros que utilizan Madrid como conexión a vuelos internacionales, etcé-



tera. Por lo que, prescindir de este servicio público hubiera supuesto un verdadero agravio para todos los sectores sociales y económicos de Menorca. Según se publica en el BOE, el contrato se ejecutará de manera discontinua para dar respuesta a la temporada baja, que comprende los periodos entre enero y abril de 2019, de noviembre a diciembre de 2019 y de enero a abril de 2020. Esta ruta de servicio público mejorará la conectividad aérea ampliando a, como mínimo, dos vuelos más en cada sentido a partir del 1 de enero de 2019. Según dicta la ley, se ampliarán los horarios de los vuelos de vuelta a Menorca, para facilitar las reuniones de trabajo que puedan producirse en Madrid. Además de ellos, el precio del billete se verá reducido. De los 130€ actuales se bajará a 110€, a los que, en el caso de los residentes, habrá que aplicarle el 75% de descuento y sumarle las tasas aeroportuarias.



acciones ayuden a desestacionalizar el turismo de la capital balear, y del resto de islas, por lo que consideramos importante que las autoridades insulares y regionales trabajen la conectividad aérea para que podamos atraer turistas neoyorquinos sin necesidad de realizar escalas.

mo, Cosme Bonet, y representantes de la Federación Hotelera y Tour España. Un viaje que desde AVIBA apoyamos por el interés de atraer turistas norteamericanos para posocionarnos en el mercado turístico estadounidense. La presentación tuvo como eje principal la Serra de Tramuntana, reconocida como Patrimonio Mundial de la Unesco. Además de ello, entre los proyectos presentados, destaca la exposición fotográfica de Pep Bonet, la música de Concha Buika, la Ruta del Archiduque Luis Salvador, la Ruta de los Santuarios y Ermitas o el proyecto de Molinos de Mallorca. Los asistentes pudieron degustar un cóctel y cena de productos mallorquines dirigidos por la chef María Solivellas. Desde AVIBA esperamos que estas

AVIBA VIAJA A NUEVA YORK PARA PONER EN VALOR EL PATRIMONIO CULTURAL DE MALLORCA

El vicepresidente económico de la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares, Javier Esteban, viajó el pasado día 18 de septiembre a EE.UU para participar en la promoción Mallorca Inspires Culture, un programa impulsado por el Consell de Mallorca que tiene como objetivo dar a conocer los encantos de la isla desde la vertiente del patrimonio cultural.

Esteban formó parte de la comitiva dirigida por el presidente del Consell de Mallorca, Miquel Ensenyat, el conseller insular de Economía, Hacienda y Turis-

AVIBA VISITA TOULON INVITADA POR CORSICA FERRIES/SARDINIA FERRIES

Toulon es una ciudad francesa con importantes atractivos turísticos y con un encanto especial debido a su ubicación, en la que conviven montaña y mar, dándole a este municipio de la costa francesa una situación privilegiada. Desde AVIBA lo hemos podido comprobar gracias a la invitación de la naviera Corsica Ferries/Sardinia Ferries, y con la colaboración de la oficina de Turismo de la ciudad de Toulon.

De esta manera, el pasado martes día 18 de septiembre, pusimos rumbo con otros 23 agentes de viaje a Francia. Una salida a primera hora de la mañana que nos llevó en un buque perfectamente acondicionado hasta Toulon. En el barco nos estaban esperando agentes de viajes franceses con quienes realizamos la travesía y pudimos intercambiar impresiones sobre turismo y las diferencias y similitudes entre las dos regiones; Mallorca y Toulon. Al llegar, disfrutamos de un excelente día visitando la ciudad, el mercado del Cours Lafayette, el Festival Design Parade, la Rue des Arts, la Tour Royale y el Mont Faron, al que subimos en teleférico y donde visitamos el Museo Memorial de la II Guerra Mundial. Fue un encuentro muy ameno y de gran



interés para los agentes de viaje porque pudieron hacer networking entre ellos a la vez que conocían las atracciones turísticas que ofrece la costa francesa. Sin duda, lo más comentado fue la oportunidad de ofrecer en sus agencias de viaje este destino por la comodidad del desplazamiento, en unos ferries perfectamente acondicionados en los que destaca la comodidad de sus camarotes. Partimos desde Alcudia y, tras una noche a bordo, llegamos a primera hora de la mañana a Toulon. La vuelta, que también se realiza aprovechando la noche, permite disfrutar de un día en la ciudad, realizar compras y visitar los puntos más destacados. De la misma manera, según nos dicen los responsables comerciales de la compañía naviera, quieren potenciar en la ciudad gala nuestra isla como

destino turístico durante los meses de abril a noviembre "por los encantos tan especiales que tiene la costa balear y los pueblos de interior" señala Jean Dominique Santucci, delegado comercial de la compañía. Desde AVIBA queremos agradecer a Corsica Ferries/Sardinia Ferries la invitación y las atenciones recibidas por la naviera. Asimismo, los responsables de Corsica Ferries/Sardinia Ferries, quisieron dar las gracias tanto a AVIBA como a los agentes de viajes. "Gracias a todos vosotros hemos superado las expectativas de venta de este año y esperamos que el año que viene, cuando se retome la ruta, podamos seguir creciendo mediante la colaboración de nuestro principal canal de ventas; las agencias de viaje" ha concluido Jean Dominique Santucci.

GEBTA nos informa...



GEBTA DISTINGUE A BOEING Y A FUNDACIÓN GAS NATURAL FENOSA

Celebración de la XXVI edición de los Premios GEBTA 2018 en Barcelona

Con el foco puesto en la internacionalización de las empresas, la prevención y la seguridad en los viajes corporativos

GEBTA, asociación que representa a las principales empresas de gestión de viajes corporativos (TMC) de España, ha distinguido a las mejores iniciativas con impacto en el sector de los viajes de negocio en dos categorías en la XXVI edición de los Premios GEBTA 2018:

Boeing, Premio GEBTA 2018 a la Innovación

Fundación Gas Natural Fenosa, Premio GEBTA 2018 a la Iniciativa



GEBTA ha celebrado la ceremonia de entrega en Barcelona, el principal evento de estas características del sector de los viajes en España, con el foco puesto en la internacionalización empresarial, la prevención y seguridad en los viajes corporativos. El acto ha reunido a los directivos de la industria y principales proveedores sectoriales -incluyendo

líneas aéreas, compañías de alquiler de vehículos, cadenas hoteleras, GDS, empresas tecnológicas, etc.- esta noche en el Museo Europeo de Arte Moderno de Barcelona.

Como organización de referencia en el mercado, GEBTA realiza un seguimiento regular de las soluciones e iniciativas que supongan contribuciones relevantes



Premio GEBTA 2018 a la Innovación para Boeing, entregado por (izq.) Juan Carlos González, presidente de GEBTA España, y recogido por Eduardo Carrillo de Albornoz, business strategy director de Boeing Research & Technology Europe.



Premio GEBTA 2018 a la Iniciativa para Fundación Gas Natural Fenosa, entregado por (izq.) Luis Dupuy de Lôme, vicepresidente de GEBTA, y recogido por Martí Solà Sugrañes, director general Fundación Gas Natural Fenosa.



Fotografías: Inés Baucells

Foto de grupo realizada tras la entrega de los Premios GEBTA 2018. De izquierda a derecha, Juan José Legarreta, consejero de GEBTA; Fernando Cuesta, director general de Amadeus España; Marcel Forns, director general de GEBTA; Francisco Cañamero, director comercial de RENFE; Miriam Garrido de la Cierva, consejera de GEBTA; Eduardo Carrillo de Albornoz, business strategy director de Boeing Research & Technology Europe; Luis Dupuy de Lôme, vicepresidente de GEBTA; Juan Carlos González, presidente de GEBTA; Martí Sarrate, consejero de GEBTA; Rafael Sueiro, consejero de GEBTA; Martí Solà Sugrañes, director general Fundación Gas Natural Fenosa.

en el ámbito de la eficiencia, productividad y seguridad de los desplazamientos de las empresas y de los viajeros de negocios. El sector de los viajes de empresa es clave para el conjunto de la economía y el crecimiento económico está íntimamente vinculado con el desarrollo de la actividad comercial, exportadora, investigadora, etc. de las empresas.

Motivaciones Premios GEBTA 2018

El Premio GEBTA 2018 a la Innovación a Boeing se enmarca en el contexto de las contribuciones para la seguridad en los viajes, y de modo particular, por el desarrollo junto con la empresa japonesa JAXA del láser de larga distancia, con-

cebido para detectar las zonas de turbulencias con un mínimo de sesenta segundos o alrededor de 17,5 kilómetros de distancia, pensado para facilitar las reacciones de los pilotos tendientes a esquivar el fenómeno de las turbulencias con mayor antelación, a la vez que ofrecer tiempo para que la tripulación garantice al máximo su seguridad y la de los pasajeros. El Premio GEBTA 2018 a la Iniciativa para Fundación Gas Natural Fenosa, por el Programa Primera Exportación Profesionales, orientado al conocimiento y formación especializada, a través de un programa de becas para el curso de exportación para pymes, impartido por la Barcelona School of Management

(Universitat Pompeu Fabra) con el que contribuir a reforzar su negocio exterior. La presente edición coincide con el reciente anuncio de incorporación de grandes empresas del sector de los viajes de negocio en España en torno al proyecto de la patronal empresarial, para reforzar la defensa de los intereses de viajeros, empresas y potenciar el valor que aportan las Travel Management Companies al desarrollo de la economía española. Las empresas asociadas a GEBTA gestionan más del 80 % del total de los viajes corporativos del mercado español, con una facturación superior a los 3.500 millones de euros.

UNAV nos informa...



UNAV SOLICITA A IATA LA DESPENALIZACIÓN DE OFICIO POR IMPAGOS

El 20 octubre después de la gran aceptación que ha tenido dicha iniciativa en el sector y la gran cantidad de firmas recogidas, UNAV transmite a IATA solicitud de nuestra demanda de suprimir dicha cápsula. En la reunión participaron: Carlos Garrido de la Cierva, Presidente



En el centro el presidente de UNAV Carlos Garrido de la Cierva, a su izquierda José Luis Méndez vicepresidente de UNAV y a su derecha Marta Rosas Directora de TOURISM & LAW, rodeados por la prensa asistente al evento.

de UNAV, José Luis Méndez, Vicepresidente de UNAV y Marta Rosas, Directora de TOURISM & LAW.

Informaremos de la contestación de IATA o en su defecto las posibles actuaciones por parte de UNAV.

MANIFIESTO UNAV presentado en rueda de prensa

Desde la Unión de Agencias de Viajes (UNAV) venimos observando que, de un tiempo a esta parte, se está dando de forma habitual una práctica que, sin dejar de ser legal, entendemos abusiva en nuestro sector de la actividad de agencia de viajes, dado que la entidad I.A.T.A. (Internacional Air Transport Association), ante cualquier incumplimiento de las obligaciones de pago de las agencias de viaje, procede a ejercitar acciones penales directamente, sin valorar, en primer lugar, la existencia o no, de un elemento doloso (la voluntad deliberada de cometer un delito, imprescindible para que haya ilícito penal).

En este sentido, los supuestos en los que, por circunstancias mercantiles, no se pueda llevar a cabo la obligación contractual asumida con IATA sin dolo, no pueden constituir siempre una conducta penal reprochable, tanto más teniendo en cuenta que en España no existe la pena de prisión por impago de deudas. De hecho, el artículo 11 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, ratificado por nuestro país, se establece que "nadie será encarcelado por el

solo hecho de no poder cumplir una obligación contractual".

De esta manera, y desde aquí, entendemos, procedería una despenalización de la acción de apropiación indebida, cuando se derive de una relación contractual no dolosa y solicitamos al Gobierno de España, a través del Ministerio de Industria, Comercio y Turismo y en la persona de la Secretaria de Estado de Turismo, que se inicien los trámites necesarios para proceder a este cambio normativo.

La responsabilidad derivada de contrato en cuanto a la guarda y la pérdida de una cosa depositada debe regirse por lo dispuesto en el régimen de las obligaciones del código civil, y en caso de que el depositario pierda la cosa depositada sin ánimo delictivo será responsable de todos los daños y perjuicios causados. Y, por supuesto, cuando quede acreditado el ánimo delictivo, desde UNAV pedimos que recaiga todo el peso de la Ley sobre el culpable y, en la medida de nuestras posibilidades, nos ofrecemos al esclarecimiento de los hechos, para apartar de este sector, a quienes, por su mala praxis, puedan desprestigiar nuestro buen nombre.

Como, además, tenemos constancia de que I.A.T.A. no procede de igual manera

en muchos de los países en los que actúa, y siendo conscientes de que las iniciativas legislativas pueden tardar un tiempo, y que la situación actual que debe corregirse de forma inmediata, desde UNAV proponemos como alternativa la creación junto a IATA de algún tipo de mecanismo previo a fin de valorar -antes del inicio de cualquier acción judicial- la existencia de dolo, y por tanto, de reproche penal, o por el contrario su ausencia, y por tanto, merecedora de acciones meramente civiles.

En este sentido, la propuesta de la UNAV, que será presentada a la Dirección de IATA España, vendría encaminada en constituir mecanismos conjuntos, tipo mesa de cooperación, mediación, o incluso arbitraje, anteriores al inicio de acciones legales, en las que, de forma conjunta, se analizase la conveniencia o no de utilizar la vía penal en cada caso. Confiamos en que nuestras propuestas tengan la adecuada acogida en sus destinatarios. No obstante ello, para el caso de que no fuera así y continúe esta actual situación potencialmente calificable de abuso de posición dominante, o de abuso de derecho, desde UNAV se estudiará las acciones legales oportunas en defensa de los intereses de nuestras Agencias de Viajes asociadas.

PROMOCIÓN DEL SALÓN INTERNACIONAL DEL TURISMO DE ABIDJAN EN MADRID



D. Jean Marie Somet, Director General de Côte d'Ivoire Tourisme (CIT), Oficina Nacional de Turismo de Costa de Marfil y Comisario del SITA estuvo en Madrid el pasado 21 de septiembre de 2018, en el marco de una ceremonia organizada conjuntamente con la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), en el hotel Melià Castilla.

Esta ceremonia tenía por objeto principal, presentar el SITA 2019, que tendrá lugar del 27 de abril al 2 de mayo, a los profesionales españoles de turismo: tours operadores, agencias de viajes, etc. Ante los asistentes a dicho acto, el Director General de Turismo recorrió la rica variedad de la oferta turística de Costa de Marfil con el fin de venderla a los profesionales allí presentes.

Así pues, D. Jean Marie Somet presentó los distintos componentes del turismo marfileño: el turismo Cultural, el turismo de Congresos y Negocios, el turismo Religioso, el turismo de Playa pasando por el Agroturismo.

Fue una oportunidad paradar a conocer también los esfuerzos realizados por las



De izquierda a derecha, presidente de UNAV Carlos Garrido de la Cierva y D. Jean Marie Somet, Director General de Côte d'Ivoire Tourisme (CIT).

autoridades cuya meta es llegar a posicionar el sector, de aquí a 2020, como tercer pilar del desarrollo económico del país. Para ello, se viene realizando desde 2011, importantes inversiones en la construcción de infraestructuras, la construcción de hoteles respetando las normas internacionales (con la presencia de cadenas internacionales), la rehabilitación de antiguos alojamientos turísticos...

Hoy en día, la contribución del turismo en el PIB es de 7% con alrededor de unos 3 millones de turistas.

En esta octava edición del SITA, queremos contar con la presencia de los profesionales españoles; estamos aquí para invitarles a conocer dicho Salón que ya se puede calificar como principal mercado del turismo africano e internacional. Conscientes de que la competencia es muy reñida en este sector, solo les invitamos a conocer Costa de Marfil a través del SITA para que descubran un destino a tener en cuenta por las múltiples posibilidades que ofrece a los profesionales del sector turístico.

D. Carlos Garrido de la Cierva, Presidente



de la UNAV, compartió su experiencia en calidad de visitante de la edición del SITA 2018, invitando a sus socios a Costa de Marfil, un mercado verdaderamente lleno de oportunidades por explorar.





Islandia, un país entre dos continentes

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

Aunque pertenece a Europa, Islandia podría igualmente pertenecer a América del Norte. Situada a mitad de camino entre ambos continentes, con una población de alrededor de 335.000 habitantes y una extensión de 103.000 km² esta isla es como una caja de sorpresas. Al llegar uno tiene la sensación de que algo no es como

debería ser, Islandia salvo unas excepciones muy puntuales que además se dan solamente en las ciudades, carece totalmente de árboles. Tanto es así que si en el campo se hubiera colocado una tribu de pigmeos estaríamos hablando de un bosque de sequoias. De todas maneras, esta circunstancia no resta absolutamente nada de espec-

tacularidad al paisaje que además nos da la impresión de que, si lo tuviera que diseñar algún arquitecto, lo haría justamente así. Enormes extensiones de tierra cubiertas por hierbas, musgos y unos arbustos muy, muy bajos, pegados a ras del suelo, con multitud de colores, predominando los ocres y alisados por los vientos.

“...con una población de alrededor de 335.000 habitantes y una extensión de 103.000 km² esta isla es como una caja de sorpresas”



Enormes glaciares alimentando los ríos con abundante agua que baja con bastante bravura, lagos y como no los famosos *geiseros* que lanzan chorros de agua caliente a una altura considerable. La capital del país, Reikiavik es una ciudad

situada en la parte sur-oeste de la isla donde habitan aproximadamente un tercio de la totalidad de la población de Islandia. Una ciudad moderna, muy cuidada, limpia y para sorpresa de muchos, con mucha actividad y bastante ambiente. Los islan-

deses al estar acostumbrados al frío aprovechan cualquier rayito del sol para salir a la calle a tomarse una cerveza, refresco o un pastelito. Las calles del centro de la ciudad están llenas de bares, restaurantes y cafeterías teniendo la mayoría de ellos las mesas afuera. No es extraño ver a la gente vestida con sus abrigo y sentada ahí tomando un café.

Los islandeses son bastante alegres, mucho más que algunos otros habitantes que viven en estas latitudes. Todos, además de su propio idioma hablan estupendamente el inglés (otra vez estoy comprobando que hoy en día este idioma es imprescindible e invito a todos a aprenderlo, aunque sea un poquito).

La ciudad está dominada por un precioso edificio, la nueva Catedral Hallgrímskirkja. Un templo moderno, sorprendente en sus formas que nos recuerda bastante a los trasbordadores espaciales de la NASA y a la que la luz del día, a diferentes horas, añade unos claros y sombras muy atractivos. El puerto es otro de los puntos más interesantes. Islandia vive del mar y esa es su mayor fuente de riqueza. Pescados, crustáceos y algas marinas son muy abundantes y de una excelente calidad. Es muy curioso observar el constante trajín de los barcos de pesca, los pescadores descargando las capturas, remendando sus redes o los camiones abasteciendo los barcos con el hielo y los víveres, todo lo que suele ocurrir en los puertos y que por lo menos a mí, me parece muy curioso e interesante. Lo que si diferencia este puerto de los demás es la posibilidad de salir en uno de los numerosos barcos a la aventura de avistamiento de ballenas, delfines, focas y toda clase de aves marinas. En cada uno de ellos hay un(a) guía explicándonos con todo lujo de detalles los avistamientos, las costumbres y las curiosidades de las criaturas que estamos viendo en cada momento. De verdad que impresiona y mucho ver tan de cerca un delfín o una ballena (en mi caso ésta estaba bastante lejos). Y si tenemos mala suerte de no ver alguna ba-

“Las calles del centro de la ciudad están llenas de bares, restaurantes y cafeterías...”





llena desde luego uno se siente recompensado de ver la isla desde el mar. El panorama de Reikiavik es maravilloso. Otra de las curiosidades de Islandia es la casi absoluta falta de polución. El país entero salvo los coches, no utiliza en absoluto ningún combustible fósil. Toda la energía proviene de las aguas termales o de las presas. El único inconveniente es que cerca de las tomas de las aguas calientes hay un intenso olor a azufre, pero la ventaja es que la energía es muy barata. A pesar de que el clima es bastante frío a los islandeses les gusta pasar su tiempo libre en el campo. Para ello utilizan potentes coches todoterreno con unas enormes llantas y una altura muy considerable para

poder adentrarse en los caminos más inhóspitos. Los paisajes son maravillosos. En Islandia podemos apreciar una falla que está alejando la placa europea de la americana. La verdad que escuchando las explicaciones del guía y viéndola - impresiona. Resumiendo: un país muy curioso, diferente e interesante, sobre todo para la gente a la que le gusta la naturaleza, el campo y que no le importa un clima bastante fresco. A cambio podrá disfrutar del aire puro, unos paisajes espectaculares, increíbles afloramientos de aguas termales, una naturaleza impoluta y la amable y grata compañía de los lugareños.



Hola A350-900

Ampliamos nuestra flota y damos la bienvenida al A350-900, un nuevo modelo equipado con la última tecnología. Diseñado para ser más eficiente y respetuoso con el medioambiente al reducir sus emisiones de CO₂ en un 25%.

Fuente: consultora FlightGlobal



La aerolínea más puntual del mundo
2016 y 2017



2019
(Fitur)
Feria Internacional de Turismo

Madrid
23 - 27 enero

fituronline.com

SOMOS TURISMO

