

Núm. 44 / OCT. 2019

# Mundo inédito

LA REVISTA VIAJERA DE LA CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AGENCIAS DE VIAJES

**5ª CUMBRE  
ASOCIACIONES DE  
AGENCIAS DE VIAJE**

**INDONESIA:  
embrujo, historia y  
biodiversidad**

**EXPERIENCIA  
VIAJERA:  
Sydney, ¡espectacular!**

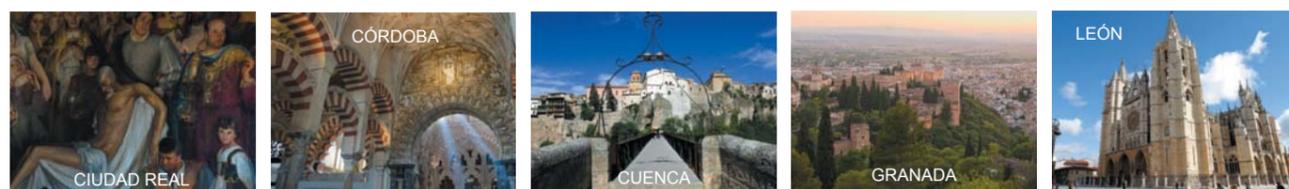


Próximamente, lanzamiento a través de web de la **COMERCIALIZACIÓN** del B2B / B2C.



Antes de finalizar 2019 encontrarás la web con opción de venta de producto turístico avexperience:

## Tren + Hotel + Experiencia única en destino



Es el producto turístico resultante de la fusión del tren como medio de transporte sostenible, rápido y eficaz por excelencia y el patrimonio de un total de 30 destinos: **Albacete, Alicante, Antequera, Barcelona, Calatayud, Ciudad Real, Córdoba, Cuenca, Granada, León, Lleida, Madrid, Málaga, Ourense, Palencia, Puertollano, Segovia, Sevilla, Tarragona, Toledo, Valencia, Valladolid, Villanueva de Córdoba, Villena, Zamora y Zaragoza.** Además, **Elche, Murcia, Talavera de la Reina y Loja** como ciudades adheridas.

La asociación ofrece producto turístico diferenciado que permite disfrutar de España partiendo de una escapada en tren y combinándolo con alojamiento y experiencias únicas en uno de los destinos que la integran. Lugares para todos los gustos, para viajeros solitarios, en pareja, en familia. Paradas en busca de cultura, sol y playa, gastronomía, naturaleza, compras, ciudades LGTBI, ciudades de congresos...



CIUDADES QUE UNEN

[www.avexperience.es](http://www.avexperience.es)

# Editorial



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](mailto:ceav@ceav.info)  
web: [ceav.info](http://ceav.info)

Presidente: Rafael Gallego Nadal

Dirección Editorial: Martí 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 2019

Desaba al final de mi último editorial correspondiente a la revista publicada en el pasado mes de junio un provechosa temporada veraniega para todos y debo empezar estas líneas con la más que desagradable noticia de la quiebra de Thomas Cook, que está afectando sin duda no sólo a Canarias y Baleares, sino también a otros destinos peninsulares. Se trata de un tema suficientemente grave cuyo análisis ultrapasa el limitado espacio de este editorial por lo que hago unas reflexiones más completas en las páginas (XX, y XX) de la presente edición de Mundo Inédito, donde concluyo con la imperiosa necesidad de ajustar los costes para sobrevivir este invierno a la vez que adoptar una serie de importantes medidas colaterales.

Coincide la aparición de este número 44 de nuestra revista con la celebración en Sevilla de ya la 5ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, organizada conjuntamente con la Asociación de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE). Volvemos a tierras andaluzas que siempre nos reciben con su característica hospitalidad desde aquel año 2013 que iniciábamos esta iniciativa cuando fue la ciudad de Córdoba la que nos acogió con los brazos abiertos. Entre ambas se han sucedido las celebradas en Croacia, Euskadi y Valencia.

Esta vez, la Cumbre de Sevilla coincidirá con la entrega del VII Distintivo Turístico Matilde Torres a José Luís Prieto Otero y el III Distintivo Turístico Vicente Blasco a Paradores de Turismo de España, a quienes felicito desde aquí como lo haré personalmente en su momento.

Tras el éxito de nuestro Workshop de Bilbao celebrado el pasado mes de octubre, encaramos también nuestro VIII Congreso Internacional que se celebrará del 29 de noviembre al 10 de diciembre visitando Doha, la capital de Qatar y las islas indonesias de Bali, Java y Célebes. Precisamente con motivo de este Congreso y para conocer más a fondo este extenso y variopinto destino insular incluimos en la revista un extenso reportaje sobre Indonesia que coincide además con el Quinientos Aniversario de la Primera Vuelta al Mundo de Magallanes-Elcano, motivada por el deseo de conocer la posición exacta de las Islas Molucas y dirimir si pertenecían a España o Portugal según los acuerdos derivados del Tratado de Tordesillas.

Y ya tras el Congreso y las Fiestas Navideñas, nuestro encuentro común volverá a ser, como cada año, la celebración del 22 al 26 de enero de la Feria Internacional de Turismo que en esta edición cumple ni más que menos que 40 años. Precisamente por ello quiero felicitar a sus responsables y terminar, una vez más, con la ya habitual frase de: "Nos vemos en Futur", esperando que se solucionen los problemas políticos y de orden público acontecidos recientemente y nos podamos centrar todos en la mejora de la economía y productividad.



**Foto portada:** Asistente a uno de los funerales que se celebran en las Tierras Tana Toraja, Islas Célebes, Indonesia. Fotografía: Román Hereter.

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

# vueling

## UNOS CENTÍMETROS DE MÁS SE AGRADECEN

Descubre los nuevos asientos **Space One** y **Space Plus**.

Hasta un 20% más de espacio y embarque prioritario.

PARA MÁS INFORMACIÓN CONSULTA EN [WWW.VUELING.COM/AGENCIAS](http://WWW.VUELING.COM/AGENCIAS)

**SPACE ONE**



## Sumario

- 06** NOTICIAS breves
- 22** **CANARIAS**, la quiebra de Thomas Cook y la necesidad de ajustar costes. Rafael Gallego. Presidente de CEAV
- 29** **5ª CUMBRE DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJE:** Sevilla acoge a las asociaciones de todo el mundo
- 40** **¿QUÉ OPINAS? 5ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes.** Eva Blasco. Vicepresidenta de CEAV
- 44** **GRAN CANARIA: Tejeda, lunar y milenaria.**
- 46** **ENTREVISTA: Cristian Boutin, Director General AMADEUS en España y Portugal.**
- 52** **REFLEXIÓN** Secreto de la **rentabilidad**-Tendencias en el **empleo**-Mayor **compromiso** empresarial con el **asociacionismo**-Thomas Cook **cambio** de modelo-Ley de viajes combinados, **desprotección** a de los viajeros-Turismo **sostenible**. Martín Sarrate, Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVe.
- 54** **INDONESIA: embrujo, historia y biodiversidad. Uno de esos países que hay que visitar en más de una ocasión.** Texto y fotografías: Román Hereter.
- 82** **ENTREVISTA: Abílio Martins, Vicepresidente de Marketing y Ventas de TAP Air Portugal.**
- 86** **CIUDADES AVE, DESTINO** Comunidad de Madrid y Catalunya.
- 90** **ENTREVISTA: Mr. Kumar De Silva, Charmain SRI LANKA CONVENTION**
- 94** **LAS ASOCIACIONES INFORMAN**
- 114** **EXPERIENCIA VIAJERA: Sydney, ¡espectacular!** Texto y fotografías: Tomás Komuda de Viajes Jairán. Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes de Almería.



## CEAV reúne en Bilbao a más de 100 agentes de viajes con las principales empresas turísticas

*14 destinos nacionales e internacionales, más de 20 compañías aéreas, además de empresas de servicios y tecnología dirigidas a las agencias de viajes y turoperadores participaron en el evento.*

Las agencias de viajes minoristas venderán en 2019 unos 14.500 millones de euros, un 2% más que en 2018, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa. Unos datos que superan ya a las mejores cifras registradas durante los mejores años antes de la crisis y que re-

fuerzan el papel del asesor de viajes a la hora de que los usuarios contraten sus vacaciones.

En este contexto, La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) celebró el pasado 3 de octubre la III Edición de la Travel Night en el Gran

Domine Hotel de Bilbao en la que participaron más de 40 empresas turísticas y más de 100 agentes de viajes.

Un workshop que coincide también con la reciente incorporación a CEAV de ATRAE, el colectivo receptor más importante del País Vasco, cuyas agencias asociadas representan a más de la mitad del sector. Este segmento de actividad tiene especial relevancia como palanca y motor de la actividad comercial del turismo en el territorio vasco.

14 destinos nacionales e internacionales, más de 20 compañías aéreas, tecnología, agencias y touroperadores estuvieron también presentes en el workshop, al que, como novedad este año, se sumaron también los destinos de Hungría, Jordania, Gran Canaria y Tenerife, la Red de Ciudades AVE, el Parque de Futuroscope, SNCF y Brand USA.

Pablo Parrilla, presidente de FECLAV, se mostró muy satisfecho con la alta participación en el evento "el objetivo de





estas jornadas de trabajo es contribuir a profesionalizar el ámbito de las agencias de viajes y para ello es muy importante contar con todos los actores del sector. Por ello, queremos agradecer la presencia a todos los asistentes, en especial a BASQUETOUR y al presidente de ATRAE, Juan del Hoyo, ya que estamos convencidos de que gracias a su participación este workshop ha tenido

aún más éxito". A la III Edición de la Travel Night de Bilbao asistieron: Agencia de Turismo Húngaro - AKTIV Tours, Air Canada, Albacete, Amadeus, American Airlines, AON, APG Spain, Ayuntamiento de León, Baraka, Brand USA, Ciudades AVE, Comunitat Valenciana, Diputación de León, EspañaVisión, Etihad, Expedia TAAP, Finnair, Flexiautos, Gran Canaria,

Hahn Air Lines, Iberia Air Nostrum, Iberia Cards, Ilunion Hoteles, Insurance Travel I4T, Jal, Lufthansa, Luxotur, Murcia, Norwegian, Palladium Hotel, Parque FUTUROSCOPE, Pipeline Software, Qatar Airways, Rate Hawk.com, Sevilla Turismo, SNCF, Summerwind, Tap Air Portugal, Tours & Kids, Turismo de Jordania, Turismo de Tenerife, Turkish Airlines, United y Vueling.



CEAV TRAVEL MEETING  
03 OCTUBRE 2019

BILBAO  
GRAN HOTEL DOMINE

# GRACIAS A TODOS!

ALQUILER COCHES	ASISTENCIA EN VIAJE	CADENAS HOTELERAS
COMPAÑÍAS AÉREAS		
DESTINOS		
TOUROPERADORES DE VIAJES		
TECNOLOGÍA Y SERVICIOS		



## Reunión en CEAV Madrid con la Oficina Nacional de Turismo de Japón (JNTO)

El pasado 18 de septiembre, en la sede de CEAV de Madrid, tuvo lugar la presentación oficial del nuevo director ejecutivo de la Oficina Nacional de Turismo de Japón, el sr. Hisashi Otsuka y del Director del Mercado Español y Portugués, sr. Koki Sugiura. También asistió el Sr. Hajime Kishi, Manager de JNTO. Por parte de CEAV asistieron el Presidente, sr. Rafael Gallego, la Gerente sra. Mercedes Tejero y la Directora Comercial, sra. Cristina Bou. En este cordial encuentro, se realizó un resumen de la trayectoria profesional, desde el 2017, en que se firmó el primer acuerdo entre ambas entidades, hasta la actualidad.



En estos años se han formado más de 600 agentes de viajes, de manera presencial, en las ciudades de: Madrid, Barcelona, Valencia, Bilbao, Santiago de Compostela, Palma de Mallorca, Málaga, Sevilla, Valladolid y Zaragoza. En todos estos seminarios, se ha contado con la importante colaboración de las principales aerolíneas que operan desde España a Japón y de receptivos japoneses y turoperadores. La notable respuesta que ha habido siempre en todas las ciudades,

ha demostrado el gran interés que suscita este destino. Ello nos anima a continuar con la realización de estas formaciones en nuevas ciudades de la geografía española. Como consecuencia de esta reunión, el 10 de octubre de 10.00 a 12.00 horas, tuvo lugar un segundo encuentro profesional con los representantes de los principales turoperadores que programan JAPON en España: CATAI, LUXOTOUR, TUI y la agencia de viajes AZUL MA-

RINO. El objetivo de la misma, fue comentar algunos aspectos que preocupan a JNTO, como resultan ser, desestacionalizar el destino y aumentar el perfil del viajero en edad y en diversidad. Según datos facilitados por JNTO, la tasa de crecimiento de viajeros españoles a Japón desde el 2012 hasta 2018, ha sido de un 19%. Y entre enero a agosto del 2019, de un 9.8% interanual. Para los españoles Japón ocupa el 32º puesto como destino. Los intereses turísticos del viajero español a Japón son, por orden de importancia: la gastronomía, los viajes de novios y la naturaleza. La opinión experta de los profesionales de la turoperación, coincidieron, en que se precisa una mayor campaña del destino en el mercado nacional y mayor inversión en infraestructuras hoteleras en Japón. Ambos encuentros profesionales, constatan la excelente relación profesional creada entre JNTO y CEAV, así como los buenos resultados que se están obteniendo al unir, año tras año, un gran destino con las agencias de viajes españolas que se profesionalizan con la realización de estas acciones organizadas por la Confederación.



## CEAV contribuye al conocimiento de Japón con Seminarios en Santiago de Compostela, Málaga y Valencia

En el marco del acuerdo entre la Confederación Española de Agencias de Viajes CEAV y la Oficina Nacional de Turismo de Japón JNTO se han celebrado tres seminarios en las ciudades de Santiago de Compostela, Málaga y Valencia. En SANTIAGO DE COMPOSTELA se reunieron el 12 de junio las principales 40 agencias de viajes de la ciudad y alrededores en el marco incomparable del Hotel San Francisco, con la participación del receptivo IBERO JAPAN y la compañía IBERIA. La jornada formativa con-

cluyó con un cóctel en el claustro de este histórico hotel-monumento del centro de la capital compostelana. El 8 de octubre y por segunda vez en MÁLAGA se celebró en el Hotel NH un seminario con la amplia participación de la empresa receptiva japonesa HIS, el turoperador LUXOTUR y la compañía aérea ANA (ALL NIPPON AIRWAYS) con la asistencia de más de 60 agentes de viajes. Finalmente el 17 de octubre tuvo lugar en el Hotel Hospes Palau de la Mar de VALENCIA el seminario con la participa-

ción de la empresa receptiva japonesa JTB, la aerolínea AIR FRANCE-KLM y la asistencia de más de 80 agencias de viajes. Todas estas jornadas de formación han servido para presentar las novedades del Japón, descubrir sus tradiciones, naturaleza y gastronomía, y contribuir al conocimiento de este destino que cada vez está más de moda, como lo vienen demostrando las cifras ascendentes de españoles que lo visitan cada año.





## ATRAE, nuevo miembro de CEAV

ATRAE, Agencias Turísticas Receptivas Asociadas de Euskadi, la organización empresarial de referencia en el País Vasco, acaba de incorporarse como nuevo miembro de pleno derecho a la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV). Así lo ratificó el pasado día 12 de septiembre, el Consejo Directivo de CEAV, quien aceptó, por unanimidad, la solicitud de ATRAE para ingresar en la Confederación.

CEAV suma a su proyecto de integración al colectivo de receptivo más importante del País Vasco, cuyas agencias asociadas representan a más de la mitad del sector, siendo agencias ya consolidadas y con un largo recorrido y experiencia. Este segmento de actividad tiene especial relevancia como palanca y motor de la actividad comercial del turismo en dicho territorio.

ATRAE cuenta entre sus miembros a 22 agencias de viajes, como son Azul Marino

Viajes, Bascoming, Bask for All, Basque Destination, Basque Experiences, Basquelands, Basquelands Way, Equinoccio Viajes, Feel Free, Fresco Tours, Viajes García, Go Basquing, GS Incoming, Hagoos, Inbasque, Overtrails, Rioja Alavesa Turismo, Slow Walking, STI, Tenedor Tours, Thabuca Wine Tours o The Land of the Basques.

Para su Presidente, Juan del Hoyo también CEO de Azul Marino, "CEAV pone al servicio del asociado una cantidad de servicios interesante, que permitirá a las agencias asociadas a ATRAE mejorar sus competencias. Además, dará una mayor visibilidad al sector receptivo y posiciona a Euskadi como destino turístico con gran peso en la asociación."

En opinión del presidente de CEAV, Rafael Gallego "la entrada de ATRAE como nuevo miembro de pleno derecho de la Confederación supone un espaldarazo a la labor que viene realizando CEAV

como asociación aglutinadora de las voluntades del sector. Con ATRAE ya somos 22 asociaciones territoriales, lo que incrementa la unidad del sector y refuerza nuestra vertiente receptiva, sumando más de 4.000 Agencias de Viajes Asociadas."

Sin duda, la adhesión de ATRAE al proyecto CEAV incrementa la unidad del Sector, y consolida, aún más, la gran representatividad que CEAV tiene y viene incrementando durante los últimos años.



## CEAV valora la quiebra del turoperador británico Thomas Cook

Tras una primera valoración de la importancia y consecuencias de la quiebra de Thomas Cook, que CEAV lamenta profundamente, no sólo por ser un turoperador histórico, sino por su importancia económica para las zonas receptoras de nuestro mercado, estimamos que más de 600.000 clientes de todo el mundo se han visto afectados por esta quiebra, sin embargo, considera que este impacto no habrá afectado, de forma evaluable, a los consumidores españoles, salvo aquellos que sean residentes en el Reino Unido. No obstante, esta quiebra sí que puede afectar a empresas turísticas españolas que prestaban servicios al turoperador británico, principalmente las ubicadas en Baleares y Canarias, donde Thomas Cook concentraba la mayor parte de su actividad, pero también en zonas como Cataluña, Valencia y Andalucía.

Los más afectados por la quiebra en España serán sin duda los hoteles que tra-

bajaban parcialmente o en exclusiva con Thomas Cook, pero también agencias receptoras y empresas transportistas, a parte de los empleados directos del Turoperador en estas zonas (13.500 aproximadamente).

Los primeros lugares a los que ha llegado la onda expansiva de la quiebra de Thomas Cook en España son Baleares y Canarias. De los 3,6 viajeros anuales de Thomas Cook y sus compañías aéreas asociadas, 3,2 millones acaban en las islas. Además, trabajan con 29 hoteles en Baleares, 20 en Canarias y seis en el resto de España, según su página web. Son dos destinos muy unidos a las visitas de británicos y alemanes.

En cambio, ni las 8500 agencias emisoras ni las OTAS españolas se han visto perjudicadas, como se confirma por el hecho de que el BSP España no haya reportado ningún importe de defaults, a diferencia de mercados como el alemán y el francés

que si han tenido afectación. También destacamos el sistema de garantías establecido por la Unión Europea para estos casos cuando el consumidor ha comprado un viaje combinado a una agencia de viajes, garantizando el derecho de repatriación del consumidor y de reembolso de las vacaciones no disfrutadas. No siendo el caso de las Compañías Aéreas que no tienen ningún tipo de garantía para este tipo de percances (Thomas Cook operaba con 3 compañías aéreas Condor, Thomas Cook Escandinavia y Thomas Cook Reino Unido). Además, desde CEAV queremos destacar el hecho de que muchas de las demás compañías aéreas han incrementado el precio de sus tarifas en las rutas operadas por estas compañías aéreas, lo que consideramos cuando menos poco solidario en estos duros momentos, por lo que CEAV va a solicitar a la Unión Europea que se cree un mecanismo para evitar este tipo de incrementos.

## Sabadell Negocio Turístico



## Especialistas en hacer crecer negocios como el suyo.

En Banco Sabadell sabemos que el sector turístico necesita una forma diferente de relacionarse con un banco.

Por ello, Sabadell Negocio Turístico cuenta con un equipo especializado en el Sector Turístico-Hotelero para dar la respuesta más adecuada a sus necesidades financieras, hasta el último detalle. Disponemos de un catálogo de productos y servicios para ofrecerle la solución que mejor se adapte a su negocio: financiación, Leasing, Renting, Factoring, Confirming...

**Compruébelo ahora llamando al 902 323 000, en cualquiera de nuestras oficinas, o en [www.bancosabadell.com/empresas](http://www.bancosabadell.com/empresas).**

**B Sabadell**  
Estar donde estés



## IATA amenaza a las agencias de viajes con sustituirlas en el APJC España

Como continuación, a la negativa de las agencias de viajes a participar en el APJC, tal como ya les adelantábamos en nuestra anterior revista del mes de junio, IATA ha remitido una carta a las Agencias de Viajes miembros del APJC (designadas por CEAV, conforme a lo previsto en las propias Resoluciones IATA), en la que las amenaza con designar a otras agencias de viajes si no reanudan su participación en este Órgano. Según indica IATA, éstas otras Agencias de Viajes serían nombradas por lo que denominan Asociaciones "homologadas", de las cuales parece que IATA tiene garantías de que participaran en el APJC, bien aceptando los cambios unilateralmente propuestos por IATA (la revisión de los Criterios Financieros Locales y la Eliminación de la frecuencia mensual de remesas) o bien simplemente asistiendo y dejando a IATA vía libre para su aprobación.

IATA también les informa que las reuniones del APJC a las que no han asistido las agencias de viajes y que se han celebrado con la única presencia de las aerolíneas y de IATA son totalmente válidas, a pesar de no tener el quorum que establece la Resolución 818g, la cual requiere que para que la reunión pueda celebrarse tienen que asistir la mayoría simple de los miembros del APJC, mayoría que no se cumple al no asistir los agentes de viajes. Todo ello contraviene

las propias Resoluciones de IATA, no obstante les urge llegar a las 4 reuniones necesarias, que también establece la Resolución 818g, para que las compañías aéreas puedan proponer unilateralmente a la PACONF, órgano de máxima decisión de IATA en el que únicamente están presentes y votan las aerolíneas, los cambios que consideren.

Al respecto, CEAV considera la situación actual del mercado español no justifica bajo ningún concepto la modificación de los actuales criterios financieros o la eliminación de la frecuencia de pago mensual. En este sentido destacar que las cifras facilitadas por la propia IATA avalan la postura de CEAV y demuestran que los actuales criterios financieros están funcionando, situando el índice de default de las agencias de viajes españolas en un residual del 0,0006%.

Asimismo, CEAV se mantiene en la nulidad de estas reuniones unilateralmente celebradas por IATA y las aerolíneas y de cualquier recomendación que pudieran pretender elevar a la PACONf y aquí no sólo es responsable IATA, sino también las Compañías Aéreas que han participado en estas reuniones, saltándose todas las reglas de las Resoluciones IATA. No obstante, IATA da otra muestra más de su política de imposición al dar validez a reuniones fantasmas, saltándose sus propias Resoluciones, y al tratar de buscar alternativas a la única Organización

empresarial con representación suficiente, pretendiendo convocar a Asociaciones o Agencias de Viajes más complacientes, pero sin esa representación, con el fin último de aprobar medidas perjudiciales para todas las Agencias.

Dentro de esta política de imposición de IATA, también cabe destacar los primeros resultados de la implantación unilateral por parte de IATA del New Gen ISS, el cual no está siendo inocuo para las agencias. En tan sólo un mes desde su implantación, un total de 22 agencias de viajes ya han superado el límite de crédito y otras se han quedado a las puertas de superarlo. Asimismo desde CEAV se han detectado ciertos problemas técnicos por parte de IATA a la hora de calcular este límite de crédito.

Reiteramos la opinión de CEAV sobre que no debe ser responsabilidad de los agentes avalar decisiones tomadas de forma unilateral por IATA y por las aerolíneas, sino que al contrario, IATA debería trabajar para reconstruir la confianza y la cooperación entre las partes. CEAV realmente cree y espera que debiera ser así y aspira a que en las reuniones del APJC sean realmente un foro de debate y que los acuerdos sean adoptados de manera equilibrada y por consenso entre las partes, quedando a la espera de que IATA y las aerolíneas reconduzcan la situación y podamos contar con un foro real de debate.

## Dispara tus ingresos con el alquiler vacacional

🏠 Más de 30.000 alojamientos a tu disposición.

😊 Oferta adaptada a cualquier tipo de cliente.

📁 Solo propiedades gestionadas por inmobiliarias.

🛎 Atención totalmente personalizada a las Agencias de Viajes.

**muchosol.**

Incorpora el alquiler vacacional en tu Agencia de Viajes. Contáctanos.

www.muchosol.es | Tel. 96 113 03 12 | agencias@muchosol.com

## Organizar las vacaciones con una agencia de viajes es más seguro que por otras vías

En verano se disparan los viajes por vacaciones y a la hora de organizarlos muchos prefieren recurrir a una agencia y tener un mayor nivel de protección y asesoramiento a la hora de organizarlo todo. Sobre todo, en el caso de los viajes de largo recorrido para evitar problemas con la letra pequeña en los billetes o en la reserva de hoteles.

De los 1.250 millones de viajes que realizan los europeos al año, cerca de 120 millones, casi un 10%, son combinados, es decir, implican la contratación de diversos servicios vinculados por internet, como el traslado, el hospedaje, o el alquiler de un coche. La Unión Europea (UE) recomienda a los viajeros ser "muy cuidadosos" al contratar este tipo de paquetes vacacionales e informarse sobre las garantías que les ofrece el derecho europeo. Además, asegura que siempre será más seguro contratar un paquete vacacional en una agencia de viajes que en internet.

Y es que son muchas las diferencias de protección entre organizar un viaje con agencia y el hacerlo por otras vías. Por

ejemplo, a la hora de recibir la información previa sobre el viaje, o hacer uso del derecho de desistimiento.

Por eso, en caso de que el usuario decida organizar el viaje por otras vías, los expertos recomiendan leer bien la letra pequeña para no tener sorpresas. Desde la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) aconsejamos a los viajeros cerciorarse bien de que el proveedor del viaje les ha enviado toda la información precontractual de manera correcta, para evitar que pueda eludir su responsabilidad ante posibles contingencias y verificar que la misma compañía se haga responsable de todos los servicios contratados, de manera que todos estén cubiertos con la misma responsabilidad.

Rafael Gallego, presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes explica que "cuando los usuarios compran un vuelo a través de las plataformas online, es habitual ver cómo, por ejemplo, tienen que contratar un mini seguro para evitar después cargos de gestión y poder recibir ayuda en caso de cambios de

horarios de la aerolínea, o cómo la venta de billetes que no son de bajo coste no incluye equipaje. O incluso que la opción de contratar un seguro aparezca activada por defecto".

En el caso de los comparadores y hoteles, los expertos recomiendan fijarse sobre todo en las fotos de los usuarios para verificar que la información es correcta y así evitar posibles engaños. Esto es especialmente importante en el caso de los alquileres turísticos, donde cada vez se dan más casos de reclamaciones por estafas.

Desde CEAV recuerdan, además, que la protección desaparece cuando se contratan servicios entre particulares y recomiendan, siempre que sea posible, organizar el viaje con una agencia de viajes especializada. "La agencia es una intermediaria que proporciona al usuario una mayor seguridad a la hora de organizar su viaje por lo que siempre será la mejor opción para tenerlo todo bien atado y así poder viajar tranquilos", según las recomendaciones de Rafael Gallego.



**JORNADAS TÉCNICAS  
CEAV - VIENA 2020.**

**DEL 12 AL 15 DE MARZO**

Si quieres descubrir VIENA entre profesionales y compañeros del sector turístico, resérvate estas fechas y participa en el viaje al corazón de Austria, para vivir una experiencia inolvidable. En breve, toda la información en: [www.ceav.info](http://www.ceav.info)

**ceav**  
Confederación Española  
de Agencias de Viajes

**VIENA**  
AHORA • PARA SIEMPRE



**León**

**Solo faltas tú**



AYUNTAMIENTO DE LEÓN

[www.leon.es](http://www.leon.es)



Fotografías: © Núria Cugat

## Workshops de AUSTRIA 2019

En el pasado mes de Octubre entre el 15 y el 17, Turismo de Austria celebró sus Workshops 2019 por el territorio español: en Madrid el día 15 de octubre, en Barcelona el 16 y por primera vez también en Bilbao el día 17 del mismo mes. Bilbao, las novedades de un total de 18 destinos y atracciones turísticas. Los participantes de los eventos podían aprovechar el encuentro de 19 expositores austriacos, para recibir información de primera mano sobre temas en relación con la época navideña, nuevos museos y centros culturales, festivales de música,

aniversarios temáticos como los 100 Años del Festival de Salzburgo y Viena Capital of Music con el 250 Aniversario de Beethoven. Los eventos se celebraron con mucha ilusión para poder difundir el encanto de Austria y poder presentar las novedades del país. El equipo de Turismo de Austria agradece a todos los participantes el gran trabajo y interés mostrado en los eventos y esperan poder saludar a todos de nuevo en sus Workshops de Austria 2020. Los expositores asistentes ha sido: la Oficina de Turismo de Innsbruck, Swa-

rovski Mundos de Cristal, Oficina de Turismo de Salzburgo, hello salzburg, Salzburg AG Tourismus Management GmbH, Castillo Hochosterwitz, La Abadía Benedictina de Admont, Oficina de Turismo de Viena, Aeropuerto de Viena, Albertina, Belvedere, Dom Museum Wien, MAK, Munitivision Reisebüro GmbH, Rad & Reisen Eurocycle GesmbH, Sato Tours Reisebüro, Sound of Vienna, El zoológico del Palacio de Schönbrunn. Y el grupo Lufthansa anunciando los nuevos vuelos directos con Austrian Airlines desde Barcelona a Viena a partir del próximo mes de enero de 2020.



## KLM celebra su Centenario apostando por un futuro cada vez más innovador y sostenible

KLM Royal Dutch Airlines acaba de cumplir 100 años y lo ha celebrado los pasados 10 y 11 de octubre en Madrid con la mirada puesta en un futuro cada vez más innovador y sostenible, de la mano de su Chief Information Officer, Paul Elich y su Director General para España y Portugal, Boris Darceaux. KLM, la compañía aérea más antigua del mundo que sigue operando con el mismo nombre, ha celebrado su aniversario con la prensa, clientes, socios, autoridades, actores del sector del turismo y empleados. Bajo el lema Celebremos el futuro, la compañía les ha invitado a vivir la "Experiencia KLM" en un espacio personalizado para la ocasión en el centro de Madrid, donde se ha hecho un recorrido por la historia de la compañía, hasta llegar a la actualidad, y descubrir los últimos desarrollos de KLM en sostenibilidad e innovación.

"La celebración de nuestro 100 aniversario no sólo representa el testimonio de un siglo de éxitos como compañía, sino también la confianza que nuestros clientes y socios nos han acordado. KLM fue la primera compañía en concluir con éxito acuerdos y alianzas, y su ejemplo fue seguido por muchas otras compañías y países", declaró Paul Elich, Chief Information Officer de KLM.

"Es para mí un orgullo y un honor celebrar hoy los 100 años de KLM, una compañía que en España tiene también una larga historia, que se remonta a febrero de 1946. Desde su llegada a España hace 73 años, KLM no ha dejado de apostar por este país. En los últimos 6 años KLM ha aumentado un 43% su oferta desde España, con la apertura de 5 nuevas rutas: Bilbao, Valencia, Málaga, Alicante e Ibiza. En la actualidad KLM ofrece vuelos desde 7 ciudades españolas a Ámsterdam y a toda la red de vuelos de la compañía en el mundo a través de su hub de Schiphol. KLM es en la actualidad, junto con Air France, una de



Boris Darceaux, Director General de Air France-KLM para España y Portugal. Paul Elich, Chief Information Officer de KLM.

las principales compañías extranjeras que operan en España", declaró Boris Darceaux, Director General de Air France-KLM para España y Portugal. En el transcurso de los distintos eventos organizados por la compañía, KLM ha mostrado sus últimos desarrollos en innovación. Es el caso de las gafas de realidad virtual a través de las cuáles los clientes han podido descubrir el interior de las cabinas más modernas de la compañía. También han probado la última tecnología en realidad aumentada aplicada al viaje, que permite comprobar si el tamaño del equipaje de mano se adapta a las medidas reglamentarias. Y por último, han podido descubrir una que se está desarrollando junto a la universidad de Delft en los Países Bajos. En lo que a sostenibilidad se refiere, los invitados han conocido más de cerca la campaña "1 billete, 1 árbol" lanzada en

España y a través de la cual se ha contribuido con más de 22.000 árboles a distintas campañas de reforestación en nuestro país. Por último, han podido conocer el proyecto de KLM en lo que respecta a la que se abrirá en Europa en el próximo 2022.



## Canarias, la quiebra de Thomas Cook y la necesidad de ajustar costes

Por Rafael Gallego, Presidente de CEAV



Ante la pregunta que se hacen muchos de cómo puede afectar la quiebra de Thomas Cook a Canarias y también a Baleares hay que decir que el sector turístico es macroeconomía y el impacto para los principales destinos como Canarias y Baleares es grande. El 17% de los turistas que llegan a Canarias venían con este turoperador y esto influye directamente en el PIB. Aportaba el 6% del 35% que genera el turismo al PIB canario. Canarias es el destino más afectado por la deuda que deja en hoteleros, pequeñas agencias, transportistas... y el problema en Canarias es que aho-ra empieza la temporada alta y los turistas que tenían comprado y desembolsado el pago de su paquete turístico ya no van a venir porque no van a abonar otro. Es una tragedia. Hay cifras que hablan de 800.000 plazas aéreas. Nunca en la historia ha habido un crac de este tipo. Habían quebrado compañías pero ninguna de esta envergadura.

Ahora se está investigando a los directivos de Thomas Cook. Aquí ha habido una mala gestión tras comprar varias empresas en quiebra y también ha influido la guerra de tarifas que existe en las rutas europeas y en la que tiene mucho que ver Ryanair, que está machacando los precios. En algunos momentos da que pensar que está haciendo dumping para vaciar el mercado de compañías que no pueden aguantar el tirón. En el último año han quebrado 20 compañías en Europa y algunas que afectaban mucho a Canarias como Air Berlin, Monarch o Germania. En Francia quebraron la semana pasada dos, esta semana una en Eslovenia... A medida que han crecido el número de pasajeros low cost, ha empeorado el negocio en Canarias. Cuando el turismo estaba manejado en un 80% por la touroperación los hoteleros lo tenían muy fácil. Sabían que sus clientes iban a estar una semana, 14 días, 21 o un mes. Desde que creció la curva de llegada de pasajeros low cost ha bajado la curva de estancia media de los turistas en Canarias. Y el crecimiento del alquiler vacacional también tiene que ver con un turista low cost. Un ciudadano británico que paga 50 euros por un billete de ida y vuelta no paga 150 por una noche de hotel. Eso está claro. Si a todo esto le sumas un cambio de hábitos en la compra llega la quiebra.

Sin duda la quiebra de Thomas Cook va a arrastrar a algunas empresas que no van a poder soportar las deudas y la caída en la llegada de clientes. Es cierto que se abonará lo que se debe de los turistas que han venido con paquete turístico y gracias al seguro ATOL, que lo cubre, pero los que hayan comprado el billete por un lado y el establecimiento por otro tienen que pagar los días de estancia que les faltan y los billetes de vuelta a su país. El problema gordo son los cientos de miles de reservas confirmadas que había, sobre todo del Reino Unido y Alemania, y que no vendrán.

Ante esta debacle está claro que el escenario es negro de aquí a mayo pero esto en verano estará recuperado. Lo ha demostrado históricamente el sector. Cuando quiebra una compañía que vuela a Canarias siempre nos echamos las manos a la cabeza pero automáticamente esas rutas son cubiertas por la competencia. Con el paquete turístico pasará igual. Otros operadores ocuparán ese hueco. La tragedia es este invierno y en cuanto a qué se puede hacer para recuperar esas ocupaciones, lo primero que podemos hacer las agencias de viajes, que movemos el 53% de los turistas que viajan en este país, es desarrollar campañas para que viajen los nacionales. Esto siempre pasa en una crisis en cualquier destino, quien lo salva son los turistas más cercanos. Ha sucedido este verano, cuando la caída de extranjeros se ha cubierto con nacionales y canarios. Para conseguirlo hay que ajustar los precios. No digo que haya que entrar en pérdidas sino adaptar las tarifas a la realidad del mercado nacional. La conectividad con las islas ha aumentado y me consta que las compañías estarían encantadas de subirla más pero para ello hay que ajustar los precios. Está el puente de diciembre, de Navidad... Hay muchas escapadas que se pueden promocionar.

Estamos en un período de emergencia y todo lo que implique ahorro de costes hará muy atractivo a una

compañía volar a Canarias como por ejemplo que el Estado dé el visto bueno a bonificar las tasas aéreas como sucedió entre 2009 y 2012. Y hay otras porque hay que salvar el empleo que está en juego. Los sindicatos apuntan a 12.000 directos pero luego hay también indirectos. Hay que buscar soluciones para aliviar los costes a la Seguridad Social en este período. Y, ojo, esto no es café para todos. Habría que analizar caso por caso para que nadie trate de sacar tajada de esta situación transitoria. Todos debemos hacer el esfuerzo. Hay una oportunidad ahora de aumentar el número de plazas con el Imserso. Canarias era la región que menos turistas recibía porque estamos en temporada alta y siempre interesaba más trabajar con turoperadores. Es normal pero ahora nos podemos volcar en conseguir más plazas para el Imserso.

Con turoperador llegan a Canarias un 60% de los turistas pero los hoteleros, no solo canarios sino españoles, llevan históricamente quejándose de la intermediación tanto de la touroperación como de las agencias y luego se han puesto en manos del mayor caníbal que hay en el mercado que es booking.com. Mientras que a una agencia tradicional le pagaban el 10% o el 15% de comisión a los de booking.com les dan un 25% y un 30% y además les manejan su inventario de camas. Les tiran los precios. Puede ser que los turoperadores fijen precios pero cuando hay camas libres, cuando no las hay, como ha sucedido en los últimos años cuando no había competencia, han sido los hoteleros los que han marcado los precios al alza y con condiciones en la firma de contratos. Es la ley de la oferta y la demanda. En mi opinión, más vale el modelo de touroperación, con garantías, que el actual de compra.

Los hoteleros españoles son rehenes de los touroperadores cuando sobran camas pero cuando faltan, fue a la inversa. De todas maneras el modelo de compra hace tiempo que ha cambiado. Alguien podía comprar una habitación a Thomas Cook y llegar en una compañía de bajo coste y al revés, venir en sus vuelos y comprar la habitación en Booking.

También se habla de si los hoteleros canarios podrían crear un turoperador como en 2005 cuando Lopesan y Satocan constituyeron Holiday Jack, pero no lo hacen porque han pasado 20 años desde que en el 98 empieza el boom de las punto.com. Entonces empezaron a prescindir de las agencias y tenían idea de empezar a vender con sus webs. Muchos decían que las agencias estaban abocadas al cierre y mira, hemos

pasado de 4.500 a 10.000 en este país y hoy las agencias venden el 80% de plazas que se meten en un avión.

Yo no es que no sea partidario de Ryanair pero no comparto su estrategia y no entiendo porque las administraciones públicas canarias y españolas no son más contundentes a la hora de defender los derechos laborales de sus trabajadores. Respecto a la conectividad no creo que se vaya a haber muy afectada. Si las rutas son rentables las van a mantener. Y si no lo hacen para irse a Israel porque les pagan 60 euros por pasajero, si son rentables vendrán otra compañías automáticamente a cubrir el hueco. Air Berlin quebró y tenía una conectividad con Canarias inmensa y seguimos creciendo en pasajeros. Ahora hay un 30% más de plazas que cuando estaba Spanair. Monarch cayó, Germania quebró y seguimos aumentando en plazas. Canarias es en función del número de habitantes y llegada de turistas uno de los principales destinos del mundo de sol y playa.

Se han dado muchas situaciones a la vez: la apertura de destinos que nos habían prestado hasta un 15% de los visitantes de Canarias; la buena climatología de centro Europa; la entrada de actores como Jordania e Israel, que no contábamos; la desaceleración de la economía alemana y el Brexit. Respecto a esto último lo que me preocupa es la situación en la que va a quedar la libra respecto al euro si hay una salida brusca. El tema de la documentación no me preocupa ya que ellos nunca han sido zona Schengen y deben entrar por el mismo sitio.

Es evidente que no cabe la implantación de una ecotasa en las islas. Espero que no hagan como en Baleares, que están tardando en quitarla en el período que dure esta situación. Competimos con un perfil de ciudadanos que miran hasta el último céntimo y si encarecemos el destino les estaremos dando más razones para que se marchen a otro sitio. Esto señores pagan sus impuestos en el destino y no tendríamos lo que tenemos en Canarias si las inversiones solo dependieran de los canarios de derecho. Gracias a lo que generan ellos tenemos lo que tenemos. Otra cosa es que nos sobran turistas y habría que incentivarlos para que no vinieran. El que apueste por esto estaría clavando una tacha más en el ataúd de nuestra economía.

Sin duda saldremos de esta, como salimos de la quiebra de Lehman Brothers pero lo que hay que hacer es ajustar los costes para sobrevivir este invierno.

## ceav *Distintivos Turísticos 2019*

# MATILDE TORRES - VICENTE BLASCO

### CEAV otorgará el distintivo turístico MATILDE TORRES a D. José Luis Prieto y el VICENTE BLASCO a Paradores

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) entregará sus distintivos turísticos a D. José Luis Prieto Otero, que recogerá el VII Distintivo Turístico Matilde Torres y, a Paradores Turísticos de España, que recibirá el III Distintivo Turístico Vicente Blasco. La ceremonia de entrega de premios tendrá lugar el próximo 7 de noviembre en Sevilla, coincidiendo con la celebración de la 5ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes, en una Cena de Gala ofrecida que tendrá lugar en la Hacienda El Vizir, situada en la localidad de Espartinas, complejo genuino y romántico que absorbe toda la esencia del Aljarafe Sevillano.

José Luis Prieto Otero será reconocido con este distintivo por su dilatada y exitosa labor profesional y su amplia experiencia en el sector turístico y en el ámbito de las Agencias de Viajes. Su esfuerzo ha llegado a ser reconocido por el Gobierno de España con la concesión de la Placa de Oro al Mérito Turístico. Nacido en Madrid en 1949, José Luis Prieto Otero es Técnico de Empresas Turísticas por la Escuela Oficial de Turismo. Graduado en C. Empresariales, por ICADE, además de Diplomado en Turismo, por la Universidad de Torino, Italia y ha ocupado cargos de gran responsabilidad dentro del sector a lo largo de su carrera. Fue presidente de la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y su filial madrileña (UMAV) durante 23 años, llegando a ser distinguido por el Consejo Directivo como Presidente de Honor de la Unión Nacional de Agencias de Viajes con la concesión de la Placa



D. José Luis Prieto Otero, premiado con el VII Distintivo Turístico Matilde Torres de CEAV.

de Oro al Mérito Turístico a la UNAV, bajo su presidencia. Además, fue Director y SubDirector en los Hoteles DEYÁ y BAHÍA DEL SOL en Mallorca en 1973; Director Nacional de Reservas de SOFICO VACACIONES, atendiendo los mercados de USA y Canadá (de 1974 a 1975); Director Gerente del complejo turístico EL GURUGÚ en Alcalá de Henares (en 1975); Director Comercial de la División Internacional de VIAJES ECUADOR de 1976 a 1983; Director Propietario de Viajes INTERMAR desde 1983 a 2007; Socio Fundador de GRUPO DE GESTION STAR en 1990 y Socio Fundador y Consejero del Grupo IAG7 VIAJES.

Por séptimo año consecutivo, la Confederación concederá este galardón creado 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.



D. Óscar López, Presidente de Paradores encargado de recoger el III Distintivo Turístico Vicente Blasco 2019 otorgado a Paradores Turísticos de España.

III Distintivo Vicente Blasco  
Con la concesión de este galardón que va dirigido a empresas e instituciones, CEAV quiere reconocer la labor profesional de Paradores Turísticos de España, cuyo distintivo será recogido por su presidente, D. Óscar López. Paradores

es una empresa pública al servicio del turismo español desde 1928. Casi un siglo de vida en el que ha cumplido con éxito su tarea de promocionar la mejor imagen de España, proteger el patrimonio histórico y cultural, y promover la economía local y el cuidado del medioambiente. Además, Paradores es hoy una empresa rentable económica y, sobre todo, socialmente. La compañía cerró 2018 con números positivos y volverá a hacerlo este 2019 manteniendo una plantilla media de 4.000 trabajadores. Además, se consolida como motor económico de los lugares en los que se instala, contribuyendo a la fijación de población rural frente al reto demográfico y colaborando con múltiples organizaciones en defensa

del medioambiente y la biodiversidad, contra la pobreza, en favor de la salud o de la igualdad entre mujeres y hombres. La empresa Paradores Turísticos de España se consolida como un instrumento de política turística que proyecta la imagen de modernidad y calidad del turismo español en el exterior. En este 2019 Paradores se propone también encabezar el cumplimiento de la Agenda 2030 y de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fijados por Naciones Unidas para conseguir que el mundo sea mucho mejor dentro de una década. Como iniciativa, desde el 1 de enero, toda la electricidad que se consume en Paradores procede de fuentes de energía renovables, ha eliminado las pajitas, las botellas y los vasos de plástico, y





este verano cambiará sus enseres para que todas sus habitaciones sean libres de plásticos de un solo uso. 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 Universidad 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 Skal Club y Presidente de la Asociación Valenciana de Fomento de Turismo.

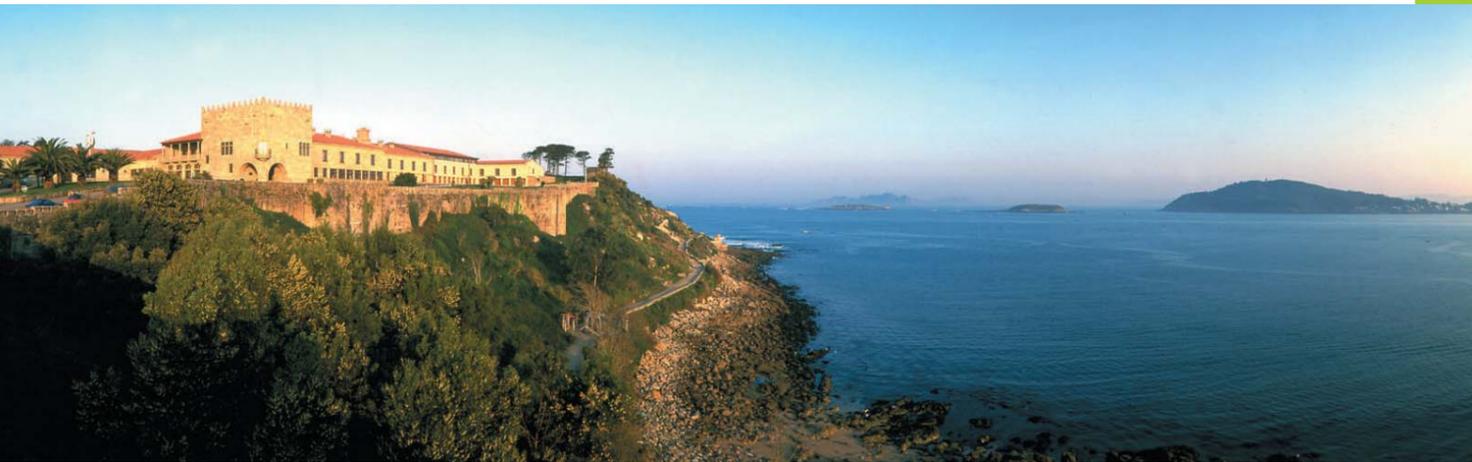


## Hacienda El Vizir

Hacienda El Vizir, un espacio tan genuino y romántico, que absorbe toda la esencia del Aljarafe Sevillano... blancas paredes, tejados moriscos, artesonados mudéjares y patios donde el agua es el principal protagonista. Un recuerdo de su inextinguible estigma de antaño... Como complejo auténtico, destacan emplazamientos tan característicos como la zona noble, sus salones con historia, la plaza de tiendas, el picadero o la bodeguita, con

perfumes enológicos de la zona. Los patios se convierten en el mejor escenario para la celebración de cóctels en cualquier época del año. El Salón Vizir con su artesonado de madera, rememora el pasado mozárabe en perfecta consonancia con la disposición y estilo de antiguo cortijo. Por su parte, el Salón Cañada Real ofrece la posibilidad de

reencontrarse con la magia del campo andaluz. Mención de honor merece su cuidada gastronomía, elemento estrella en la constelación de posibilidades que ofrece la Hacienda El Vizir. El trato servicial y la personalización forman un conjunto que asegura el éxito de cada evento.



<https://haciendaelvizir.com/>

# SEVILLA 2019

5º CUMBRE DE  
ASOCIACIONES  
DE AGENCIAS  
DE VIAJE

6 · 8 Noviembre



**IBERIA**  
Cada día es el primer día

Más vuelos para  
disfrutar de los ritmos  
de Latinoamérica

Viaja a una gran variedad de destinos y además  
ahora te ofrecemos más vuelos a Montevideo,  
Quito, Lima, Río de Janeiro y Guayaquil.

¡Déjate llevar!



**ceav**  
Confederación Española  
de Agencias de Viajes



Juan Espadas Cejas  
Alcalde de Sevilla

## Sevilla da la bienvenida a los participantes en la Cumbre de la Confederación Española de Agencias de Viajes

Les invitamos a que conozcan una ciudad con múltiples posibilidades a nivel turístico. Sevilla posee una extensa historia que ha dejado un impresionante legado artístico, entre ellos, tres monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad: Real Alcazar, Catedral y Archivo de Indias; así como un elevado número de monumentos declarados de interés cultural.

Una ciudad que ha visto nacer o ha tenido relación con célebres personajes de la historia, desde el emperador romano Trajano, hasta pintores como Murillo o Velázquez; escritores como Cervantes, Bécquer, Luis Cernuda o el premio Nobel Vicente Aleixandre; navegantes como Cristóbal Colón, Magallanes o Elcano... y que, asimismo, ha inspirado óperas universales como "Carmen", "El Barbero de Sevilla", "Don Giovanni" o "Las Bodas de Fígaro", entre otras muchas.

A lo largo de todo el año Sevilla ofrece una amplia y variada oferta cultural dirigida a todos los públicos; pero además, Sevilla es cuna del flamenco, expresión artística declarada Patrimonio Inmaterial de la Humanidad.

También es famosa su gastronomía, con la tapa como señal de identidad y de nuestra forma de disfrutar la vida, pero que a su vez va evolucionando y adaptándose a las nuevas tendencias culinarias.

Sevilla es una ciudad abierta, acogedora, estable y segura, donde el visitante podrá pasear tranquilamente por sus calles y bellos rincones, parques y jardines; déjense envolver por su luz y color, por sus olores y sabores, por sus historias y leyendas.

Asimismo, Sevilla tiene una larga trayectoria y experiencia en la celebración de eventos de gran envergadura, desde la Exposición Universal de 1992, hasta eventos más recientes como la Cumbre Mundial de la World Travel & Tourism Council, la entrega de los premios Goya y de los premios EFA, la final de la Copa del Rey de Fútbol, entre otros muchos.

Sevilla está orgullosa de su pasado, vive el presente y sigue mirando hacia el futuro con esperanza e ilusión.

Es un honor para nuestra ciudad acoger este importante evento turístico y esperamos que las jornadas sean provechosas y que, al mismo tiempo, disfruten de Sevilla.

Bienvenidos a Sevilla



# Sevilla®

## Turismo



Sevilla es un importante destino turístico del sur de Europa. Situada al suroeste de la península Ibérica y con una población de aproximadamente 700.000 habitantes, es la capital de la comunidad autónoma de Andalucía.

Una ciudad con una amplia y rica historia, resultado de las diferentes civilizaciones (fenicios, romanos, visigodos, árabes...) que se asentaron en un territorio muy fértil, situado entre las marismas y el delta del río, a tan solo 80 kilómetros del Océano Atlántico.

La oferta turística de Sevilla es inigualable, e impresiona a todo aquel que nos visita: destacar

18° y 20° C, con un elevado número de horas de sol a lo largo del año (alrededor de 3.000). Ello permite disfrutar de la vida en la calle y realizar actividades al aire libre durante prácticamente todo el año.

Por otro lado, Sevilla es cuna y capital del flamenco, declarado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad. Además, es la ciudad que más óperas ha inspirado a lo largo de los siglos: 150 composiciones, algunas de ellas tan universales como "Carmen", "Don Giovanni" y "El Barbero de Sevilla". También es la Capital 2019 de la Cultura Iberoamericana de la Tapa.

Universal de 1992, o nuevas construcciones como "Las Setas" de la Plaza de la Encarnación, el nuevo Palacio de Congresos y Exposiciones, la Torre Sevilla, la red de carriles bicis, el nuevo centro cultural Caixaforum...

Patrimonio histórico-artístico. Sevilla posee tres monumentos declarados Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987:

La Catedral: Es el mayor templo gótico de mundo y el tercer templo de la Cristiandad, tras San Pedro del Vaticano y San Pablo de Londres. La Giralda, con 100 m. de altura, es el alminar de

la antigua mezquita almohade, y símbolo de la ciudad.

El Real Alcázar: Es el palacio real en uso más antiguo de Europa. Son un grupo de palacios construidos en diferentes etapas históricas cuyos orígenes se remontan al siglo X.

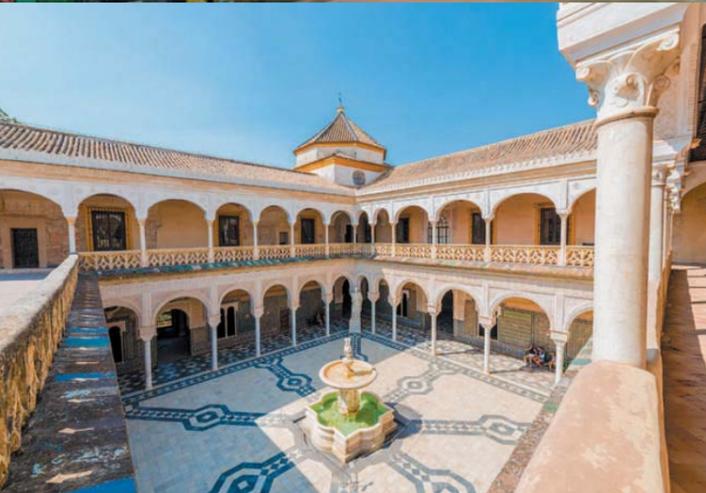
El Archivo de Indias: es uno de los archivos históricos más importantes del país, con unos 43.000 legajos, relativos al descubrimiento y colonización de América.

Para los amantes del arte, nada mejor que visitar el Museo de Bellas Artes, segunda pinacoteca



su valioso y magnífico patrimonio monumental, su amplia oferta cultural y su deliciosa gastronomía. El clima es otro de los atractivos de la ciudad. Su temperatura media anual se sitúa entre los

Además de conservar su enorme legado del pasado, Sevilla es una ciudad que mira hacia el futuro y evoluciona. Prueba de ello es la arquitectura contemporánea heredada de la Exposición



de arte español de España (tras el Museo del Prado) con 14 salas que contienen pintura y escultura desde el siglo XV hasta pintura costumbrista sevillana del siglo XX.

Algunas de las experiencias que puedes vivir en Sevilla son: Perderse por las recónditas calles y plazas del barrio de Santa Cruz, la antigua judería; disfrutar de un paseo por el Parque de María Luisa, con la espectacular Plaza de España y la Plaza de América. Pasear junto a la orilla del río y contemplar la Torre del Oro (con el Museo Naval), el Hospital de la Santa Caridad (hermosa iglesia en estilo barroco con cuadros de Murillo) y la Plaza de Toros de la Maestranza (con el Museo Taurino); disfrutar del barroco en todo su esplendor en el Hospital de los Venerables, la Iglesia del Salvador o la Iglesia de San Luis de los Franceses; o visitar las bellas casas palacios sevillanas que contienen innumerables obras de arte, como el Palacio de las Dueñas (de la Casa de Alba), Casa de Pilatos (de la Casa Ducal de Medinaceli), el Palacio de la Condesa de Lebrija (con bellos mosaicos romanos procedentes de Itálica) y Casa de Salinas. Asimismo, el visitante podrá contemplar el patrimonio de gran valor artístico que se custodia en las numerosas iglesias, capillas y conventos de la ciudad.

Otros atractivos que podrá visitar el turista que llegue a Sevilla son: El Acuario, situado junto al



río Guadalquivir, con uno de los mayores tanques de tiburones; el Teatro de la Maestranza, el gran teatro de la ópera; Las Setas, la estructura de madera más grande del mundo; Antiquarium, museo donde se muestran importantes restos arqueológicos, principalmente de época romana; el Centro de Arte Mudéjar, donde se pueden admirar piezas realizadas en este estilo tan característico de nuestra ciudad o el Centro Cerámica Triana, donde se puede conocer la historia y tradición de la cerámica sevillana. Si le interesa el arte religioso, son visitas recomendadas el museo de la Hermandad de la Esperanza de Triana y el Tesoro de la Hermandad de la Esperanza Macarena, donde podrá descubrir la amplia historia de estas cofradías, admirar sus valiosos enseres, conocer la evolución estética, etc.

La gastronomía local es otro de los puntos fuertes de nuestra oferta, Sevilla es la ciudad emblema de la tapa y el tapeo en España, además de estar disfrutando un momento de innovación espectacular en su cocina y establecimientos.

Sevilla es una ciudad preparada para acoger eventos de gran envergadura y distinta índole, como la reciente cumbre mundial de la World Travel & Tourism Council, los Premios Goya y los Premios del Cine Europeo, la gala de los MTV EUROPE MUSIC AWARDS 2019, la entrega de las nuevas Estrellas Michelin 2019, o la próxima Final de la Copa del Rey de Fútbol.

Sevilla es todo esto y mucho más, les esperamos.

MÁS INFORMACIÓN:

[www.visitasevilla.es](http://www.visitasevilla.es)





**Juan Marín**

Vicepresidente y Consejero de Turismo de Andalucía

Es una gran satisfacción para mí como vicepresidente y consejero de Turismo de Andalucía darles la bienvenida a esta tierra, universal y acogedora y que vuelve a ser sede de una Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes. En este caso será Sevilla la que les abra los brazos para que, una vez más, se sientan como en casa.

En los días que pasarán entre nosotros comprobarán, quienes no hayan tenido oportunidad de hacerlo en alguna visita previa, que Andalucía en general y Sevilla en particular son ejemplo de una oferta turística variada y de calidad; que hemos trabajado intensamente y lo seguiremos haciendo en el futuro para poner en valor muchas de los servicios que no siempre se pueden reflejar en un paquete turístico, como son la seguridad o las infraestructuras, amén de contar con un colectivo profesional concienciado en el buen trato al viajero, hasta el punto de hacer que, al marcharse, ya desee regresar.

En Andalucía trabajamos pensando en lo que el cliente nos demanda y es por ello que sabemos que el presente y el futuro pasan, inexorablemente, por mantener y aumentar una oferta de calidad que nos diferencie del resto de destinos, adaptándonos a las demandas del cliente. Nosotros no aspiramos a competir en precios sino en calidad. Queremos ser los mejores.

Ahora, cuando los máximos responsables de las agencias de viajes de todo el mundo van a debatir sobre sus retos de futuro, sobre el auge de los viajeros sostenibles, digitales, experienciales, su papel cobra cada vez mayor protagonismo, puesto que de ustedes depende filtrar y priorizar las fuentes y la información que éstos reclaman. Ahí nos tendrán de su lado, colaborando con entusiasmo para conseguir que lo que les llegue sea la riqueza y diversidad de nuestro destino y transmitiendo con ello los valores de cercanía, energía, dinamismo y versatilidad que identifican a nuestra tierra y a sus habitantes.

Aquí vivirán y disfrutarán en directo de la historia y del mejor patrimonio de Andalucía, de su cultura, su riqueza natural y medioambiental, su gastronomía, su clima, sus gentes y de todo aquello que nos convierte en un destino único e inimitable.

Los andaluces y los sevillanos junto con el Gobierno andaluz y las demás instituciones, hemos construido un proyecto colectivo y debe ser por eso por lo que nos reconocen como la Comunidad que mejor recibe al turista. Ahora les acogemos a ustedes con idéntico entusiasmo.

Bienvenidos a Sevilla y a Andalucía. Están en su casa. Muchas gracias por elegimos.



**Fernando Rodríguez**

Presidente de la Diputación de Sevilla

Como presidente de la Diputación de Sevilla, es un placer y un honor que Sevilla haya sido elegida como lugar de celebración de la 5ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes. Estoy convencido de que esta ocasión les brindará a ustedes una oportunidad única para conocer los hermosos lugares de la ciudad y la provincia, así como de disfrutar de su gente.

El Patrimonio Monumental, la Cultura, la Naturaleza y la Gastronomía son los pilares en los que se asienta la oferta turística de la Sevilla de los pueblos de la provincia, esa otra Sevilla que se abre al mundo como un territorio singular capaz de brindar experiencias inolvidables.

Si hablamos del patrimonio monumental de los pueblos sevillanos, nos referimos al más rico de Andalucía, con cerca de 300 monumentos declarados como bienes de Interés Cultural.

La provincia de Sevilla posee, también, un patrimonio natural privilegiado. No en vano, nuestro territorio cuenta con un total de 252.000 hectáreas de superficie protegida, repartidas en 23 enclaves de gran valor ecológico.

Estos espacios, unidos al resto de parajes naturales de la provincia, conforman uno de los escenarios más variados en España para vivir la aventura de lo natural.

Por lo que se refiere a la Gastronomía, es importante el impulso que este sector ha protagonizado en los últimos años, tanto en lo que se refiere a cocina tradicional, como a la cocina de vanguardia. En cualquiera de los casos, siempre sostenidas por los productos autóctonos de nuestra provincia, como el arroz, el aceite, los ibéricos, el queso, la caza, las setas, los dulces, y, cómo no, los buenos vinos.

Además, elegir este territorio como destino para reuniones e incentivos es garantía de lo diferente. Diferente como sinónimo de genuino, que se materializa en cortijos, haciendas, fincas y casas-palacio... Lugares con encanto, en definitiva, con una oferta de ocio basada en nuestra cultura y nuestra historia.

Sevilla y sus 105 pueblos les reciben con una cálida bienvenida. Disfruten de la experiencia.

Con algo más de 14.000 km<sup>2</sup> de superficie y una población que supera los 1'9 millones de habitantes, la provincia de Sevilla es la más extensa y poblada de Andalucía. Además su ubicación central en el valle del Guadalquivir hace de ella un territorio especialmente bien conectado tanto con las provincias de Andalucía como con el resto de la geografía nacional e internacional. Sevilla cuenta con una moderna red de comunicaciones que facilita su conexión con el exterior a través del aeropuerto internacional, la red ferroviaria de alta velocidad, la red de autopistas y autovías o el propio puerto fluvial abierto al Atlántico.

El Patrimonio Monumental, la Cultura, la Naturaleza y la Gastronomía son los pilares en los que se asienta la oferta turística de la Sevilla de los pueblos de la

provincia, esa otra Sevilla que se abre al mundo como un territorio singular capaz de brindar experiencias inolvidables.

Los amantes de la Naturaleza encuentran en nuestra tierra dos espacios naturales considerados únicos en el sur de Europa: el Parque Natural de la Sierra Norte de Sevilla y el Espacio Natural de Doñana. Tanto si se busca el contacto con lo natural para el desarrollo de un turismo activo (senderismo, escalada, pesca, caza...), como si se prefiere la modalidad de turismo ecológico (miradores, observatorios de la naturaleza, reservas ecológicas...) estos dos territorios ofrecen un amplio abanico de posibilidades. En las distintas vías verdes que recorren la provincia -que suponen la recuperación para uso turístico de antiguas vías ferroviarias- el visitante tiene la oportunidad de practicar



cualquiera de los casos, siempre sostenidas por los productos autóctonos estrellas de nuestra provincia, amparadas en la actualidad bajo nuestra marca promocional "Sabores de la Provincia de Sevilla": arroces, aceites y aceitunas, ibéricos, quesos, setas, pan, dulces, y, cómo no, los buenos vinos y licores.

En la provincia hay otra Sevilla y, así, elegir este territorio como destino para reuniones e incentivos es garantía de lo diferente. Diferente como sinónimo de genuino, que se materializa en cortijos, haciendas, fincas y casas-palacio... Lugares con encanto, en definitiva, con una oferta de ocio basada en nuestra cultura y nuestra historia. Esa cultura del campo, el olivar, el toro y el caballo, que tiene su reflejo en todas las manifestaciones del arte y que es tan inherente a nuestra idiosincrasia.

# La provincia de Sevilla



deportes y actividades relacionadas con el medio. Discurrir por estos itinerarios supone una experiencia cultural y paisajística.

El patrimonio monumental de los pueblos sevillanos cuenta con 369 monumentos declarados como Bienes de Interés Cultural, como los que alberga la Campiña sevillana, considerada el "gran cofre de los tesoros de la provincia". No en vano, se trata de una comarca jalonada de pueblos hermosos y monumentales, con siglos de historia; fueron, como Carmona, cabeza de

reino árabe, o albergaron, como Osuna, una Universidad. Si en el campo domina el olivo, el trigo o el girasol, en la ciudad el naranjo perfuma con el azahar la primavera. Son ciudades blancas, que impresionan ya desde lejos por la esbeltez de sus torres, iglesias, castillos y casas palaciegas.

Por lo que se refiere a la Gastronomía, es importante el impulso que este sector ha protagonizado en los últimos años, tanto en lo que se refiere a cocina tradicional, como a la cocina de vanguardia. En



**Turismo  
de la Provincia**  
DIPUTACION DE SEVILLA

MÁS INFORMACIÓN:

[www.turismosevilla.org](http://www.turismosevilla.org)

## 5ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes

Eva Blasco - Vicepresidenta CEAV



Este año damos la bienvenida a una nueva Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, en un momento que me atrevería a calificar de histórico para las agencias. El sector de la distribución de productos turísticos siempre se ha caracterizado por su dinamismo y evolución continua y, en este contexto, las agencias siempre hemos demostrado una gran capacidad de adaptación al cambio.

Es por ello, que en estas líneas deseo desmentir algunas afirmaciones que estimo totalmente infundadas y no acordes con la realidad de los hechos. Afirmaciones procedentes de diversos actores de la industria, y vinculadas a dos grandes proyectos puestos en marcha conjuntamente por nuestros socios naturales, las compañías aéreas, y la Asociación que las aglutina (IATA). Concretamente me estoy refiriendo al NewGen ISS y al NDC.

Por lo que al NewGen ISS respecta, de todos es sabido que CEAV se mostró contraria al proyecto desde sus orígenes. Son múltiples los motivos de dicha oposición y no dispongo de espacio para detallarlos, pero en la base de todos ellos se encuentra un error de concepto: es un programa diseñado por y para las compañías aéreas, sin haber escuchado ni considerado los intereses legítimos de las agencias de viajes, ni haber tenido en cuenta las diferencias y peculiaridades de los distintos mercados, que innegablemente existen aun cuando IATA y compañías aéreas pretendan negarlas y desconocerlas.

Si bien se ha acusado a CEAV de oponerse sin argumentos, me siento obligada a clarificar que en todo momento se informó amplia y detalladamente de los motivos tanto a IATA como a las compañías aéreas. Pero desafortunadamente por su parte nunca hubo voluntad real de dialogar, su pretensión siempre fue la aceptación incondicional por las agencias de todos y cada uno de los aspectos de un programa diseñado por y para ellos; Hasta el punto de que cuando

nos fue presentado ya tenía forma definitiva y no era susceptible de ser rediseñado. Esa ausencia de interlocución obligó a las agencias de viajes españolas presentes en la APJC a tomar la difícil decisión de suspender su participación en dicho órgano, en tanto IATA y compañías aéreas no se comprometiesen a abrir un proceso real de negociación; e igualmente obligó a ECTAA a abandonar temporalmente la PAPGJC, así como emprender acciones jurídicas para intentar conseguir que la voz de las agencias de viajes sea -cuanto menos- escuchada.

Junto al NewGen ISS, nos encontramos con el NDC, de nuevo un proyecto desarrollado unilateralmente por IATA y compañías aéreas, sin tener en cuenta los intereses de las agencias. Ciertamente en el caso de este proyecto si bien las claves son el control de los datos y sus relaciones con los GDS, somos las agencias de viajes los principales damnificados, pues tomemos la opción que tomemos se nos coloca en una clara situación de desventaja competitiva: si optamos por reservar a través de los GDS se nos penaliza con un recargo (DTC) y si optamos por eludir dicho recargo generamos ineficiencias en nuestros procesos, algo especialmente grave dada la baja rentabilidad de nuestro sector. Se acusa a GDS y agencias de viajes de no haber avanzado tecnológicamente, cuando la realidad es que nuestro nivel de desarrollo tecnológico es superior al de muchas de las compañías aéreas, como acreditan las múltiples deficiencias que presentan los desarrollos de NDC de la mayoría de ellas.

Todos estos temas, tan interesantes y claves para nuestro futuro próximo serán objeto de debate en diversos de las sesiones del Summit, y sin lugar a dudas centraran en gran medida el OPEN DIALOGUE de Presidentes y CEOs que cerrará la Cumbre, en el que confiamos haya participación activa de todos los asistentes.

Sigue el camino del sol



# Andalucía

ORIGEN & DESTINO

Quinto Centenario de la Primera Vuelta al Mundo

2019-2022



# Asociaciones participantes en la 5ª Cumbre de Asociaciones de Agencias de Viajes

**AAVOTA**  
(Angolan Association of Travel Agencies and Tour Operators)

**ABAV**  
(The Brazilian Travel Agencies Association)

**ABAVYT**  
(Asociación Boliviana de Agencias de Viajes y Turismo)

**ABTA**  
(British Association of Travel Agents)

**ABTTA**  
(Association of Bulgarian Tour Operators and Travel Agents)

**ACHET**  
(Asociación Chilena de Empresas de Turismo)

**AFTA**  
(The Australian Federation of Travel Agents)

**ANAT**  
(Romanian National Association of Travel Agents)

**ANVR**  
(Dutch Association of Travel Agents and Tour Operators)

**APAVIT**  
(Asociación Peruana de Agencias de Viajes y Turismo)

**APAVT**  
(Portuguese Association of Travel Agents)

**ASEANTA**  
(Asean Tourism Association)

**ASECUT**  
(Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes)

**ASTA**  
(American Society of Travel Advisors)

**ATOR**  
(Association of Tour Operators of Russia)

**AVAVIT**  
(Asociación Venezolana de Agencias de Viajes y Turismo)

**CATA**  
(Cambodia Association of Travel Agents)

**CEAV**  
(Confederación Española de Agencias de Viajes)

**CONFATURISMO**  
(Italian Tourism Confederation)

**DRV**  
(The German Travel Association)

**ECTAA**  
(European Travel Agents and Tour Operators Association)

**ETFL**  
(Estonian Association of Travel Agents)

**ETTSA**  
(European Technology and Travel Services Association)

**FAEVYT**  
(Federación Argentina de Asociaciones de Empresas de Viajes y Turismo)

**FATA**  
(Federation of ASEAN Travel Associations)

**FNAVM**  
(National Federation of Travel Agencies of Morocco)

**FOLATUR**  
(Latin American Tourism Forum)

**FTAV**  
(Tunisian Federation of Travel Agencies)

**GMA**  
(Grupo Mexicano de Asociaciones de Agencias de Viajes)

**HATTA**  
(Hellenic Association of Travel and Tourist Agencies)

**HGK**  
(Croatian Chamber of Economy)

**KATA**  
(Korea Association of Travel Agents)

**KATA**  
(Kenya Association of Travel Agents)

**MATTA**  
(Malaysian Association of Tour & Travel Agents)

**NANTA**  
(National Association of Nigeria Travel Agencies)

**NATAS**  
(National Association of Travel Agents of Singapore)

**NTVA**  
(National Tourism Business Association)

**PIT**  
(Polish Chamber of Tourism)

**PTAA**  
(Philippine Travel Agencies Association)

**SMAL/AFTA**  
(The Association of Finnish Travel Agents)

**TAANZ**  
(Travel Agents Association of New Zealand)

**TUGATA**  
(The Uganda Association of Travel Agents)

**TURSAB**  
(Association of Turkish Travel Agencies)

**WTAAA**  
(World Travel Agents Associations Alliance)

**ZTAS**  
(Association of Travel Agencies of Slovenia)

## ASOCIACIONES NACIONALES

**AAVCADIZ**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Cádiz)

**AAVCORDOBA**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba)

**AAVOT**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Cantabria)

**AEDAV Andalucía**  
(Agencias de Viajes Asociadas de Andalucía)

**AEVISE**  
(Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla)

**ACAVE**  
(Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas)

**ASAVAL**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Almería)

**AVIBA**  
(Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de Baleares)

**Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Granada**

**AVAV**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Valladolid)

**AVIPO**  
(Asociación de Agencias de Viajes de Pontevedra)

**FECLAV**  
(Federación Castellano Leonesa de Agencias de Viajes)

**GEBTA**  
(Guild of European Business Travel Agents)

**UNAV**  
(Unión de Agencias de Viajes)





ovejas, en la corteza de los almendros, en cada higo tuno secado al sol, en cada sembrado de papas y en las manos sabias de las personas que elaboran cada queso, cada mazapán o cada pan de leña. En sus miradas habita la verdad que explicaría por qué Tejeda es un sitio elevado, y no sólo por su altura. Además, en Tejeda se escucha con claridad la voz del ayer.

El municipio atesora una riqueza arqueológica ligada a los antiguos pobladores de Gran Canaria en la etapa prehistórica que se concentra principalmente en los yacimientos de la Sierra del Bentayga. De hecho, la aportación de Tejeda es crucial en el ámbito del Paisaje Cultural de Risco Caído y los Espacios Sagrados de Montaña de Gran Canaria, declarado Patrimonio Mundial de la Humanidad en julio de 2019.

Quizás lo más importante para cualquiera que tenga la feliz idea de subir a Tejeda es el hecho de que esta suma de hitos arqueológicos, paisajísticos y etnográficos se traducen hoy en día en productos, aromas, experiencias y sabores que se disfrutan lo que no está escrito. O sí. Eso da igual. Basta un

paseo por el casco para comprobarlo. El recorrido supone un muestrario de tentaciones, desde pequeños bares y restaurantes a dulcerías donde brillan especialmente las recetas con base de almendra del lugar a tiendas gourmet y casas rurales y hotelitos colgados de estas mágicas alturas, además de callejones que prometen una sorpresa a cada paso y espacios culturales como el Museo Abraham Cárdenes, amén de la orgullosa Iglesia de Nuestra Señora del Socorro.

En Tejeda nadie se pierde. Aquellos que se aventuren por sus pinares pueden rozar lo milagroso y tropezarse con el esquivo pinzón azul, un endemismo insular que se alimenta de los piñones del pino canario y de los insectos que encuentra a su paso. El ave, también conocida como pinzul o pájaro de cumbre por la población local, añade una pincelada de misterio a un lienzo donde lo sorprendente se ha convertido en una rutina. Quizás por eso se nos adhiere una sensación de irrealidad al dejar atrás el pueblo, como cuando alguien se despierta de un sueño. Aunque en este caso no se trataba de ningún sueño. Tejeda sigue en su sitio, anclada a piedras lunares y raíces milenarias.

# TEJEDA LUNAR Y MILENARIA

El pueblo de Tejeda, en la cumbre de Gran Canaria, se asoma a una asombrosa cuenca volcánica y sorprende por la pervivencia de raíces y aromas del pasado. Integrante de la asociación de Los Pueblos Más Bonitos de España, es una especie de mezcla de mundos.

El pueblo, por un lado, parece acariciar el cielo y sus luces se funden en la noche con el firmamento. Pero, por otro, permanece firmemente aferrado a sus raíces, a la tierra. Gracias a ello mantiene su carácter en unos tiempos donde tantas veces se diluyen las esencias.

Se asoma a diario a un espectáculo que se representa desde hace catorce millones de años con el origen de la

gran cuenca volcánica de Tejeda, "la tempestad de lava", según la definición de un atónito Miguel de Unamuno, el gran escritor español de la Generación del 98. Esta extraordinaria función la protagonizan el Roque Nublo y el Roque Bentayga, secundados ambos por un coro donde las caprichosas formas geológicas han sido bautizadas como La Rana, El Fraile, El Gallo o El Cofre.

Las piedras y el paisaje de Tejeda laten y respiran. Esto es así porque son el imponente escenario donde siguen desarrollándose la ganadería, la agricultura y una amplia serie de actividades que permiten decir que nos encontramos ante un municipio con el sello de lo verdaderamente auténtico. Este distintivo está grabado en cada huella de los pastores y de sus

 mygrancanaria  
 turismogc  
 visitgrancanaria

[www.grancanaria.com](http://www.grancanaria.com) | [www.grancanaria.com/blog](http://www.grancanaria.com/blog)





**Christian Boutin,**  
Director General de Amadeus en España y Portugal y Vicepresidente del segmento de Agencias Retail en Europa

Desde que se incorporó a Amadeus en 2006, Boutin ha ocupado diferentes cargos ejecutivos en los equipos comerciales y estratégicos del área de distribución. Ha sido jefe global de operaciones comerciales para el segmento Corporaciones y, hasta su designación como máximo responsable de Amadeus en España, era Gerente General de Travel IMS.

En este último puesto, y tras la adquisición de Amadeus del 95% de Travel IMS (anteriormente conocida como Hiberus Travel IO Solutions), Boutin ha liderado la integración del proveedor de gestión de inventario en el grupo Amadeus y ha establecido una nueva organización comercial y de servicio al cliente para apoyar a los operadores turísticos a nivel mundial.

Entrevista a Crisitian Boutin Director General de AMADEUS en España y Portugal

## AMADEUS se está transformando en una gran plataforma de viajes

Usted acaba de ser nombrado responsable de España y Portugal desde primeros de octubre. ¿Cuáles son sus objetivos inmediatos? Lo primero, y más importante, es dar continuidad al gran trabajo que han llevado a cabo los profesionales de Amadeus tanto en España como en Portugal, mercados en los que nuestra compañía goza de una posición privilegiada y de una gran reputación. Ayudar a las agencias de viajes de Europa Occidental a hacer crecer sus negocios y mantenerse al día en el cambiante panorama de la distribución es otro de los grandes desafíos que hemos de afrontar en esta nueva etapa. Son retos, sin duda, apasionantes, aunque no exentos de complejidad. Máxime en un momento de especial intensidad como en el que nos encontramos, tanto en nuestro propio ámbito organizativo, como en la propia industria de turismo y los viajes. En nuestro caso concreto, estamos pasando de ser un GDS tradicional a convertirnos en una gran plataforma de viajes que reúna todo el contenido necesario de distintas fuentes para que los distribuidores de viajes puedan ofrecer una mayor personalización a los viajeros. El sector en su conjunto, por otra parte, se halla igualmente a las puertas de una nueva revolución, a causa sobre todo de la transformación digital, que amenaza con alterar el panorama de la industria en su totalidad, en pos del nuevo paradigma de la cultura de los viajes: la personalización.

¿Qué importancia tiene el mercado de España y Portugal dentro de su red global?

Amadeus está presente, a día de hoy, en 190 países. Y todos son enormemente importantes para nuestra organización, aunque su peso difiera según los distintos contextos. Ahora bien, en el caso de España y Portugal son mercados estratégicos, en tanto en cuanto gozamos, como decía, de una posición privilegiada y, además, somos una empresa cotizada en el mercado español. Y tampoco hay que olvidar que, a pesar de nuestra firme vocación multinacional e intercultural, las raíces de Amadeus están profundamente enraizadas a este país.

¿Cuáles son las últimas novedades tecnológicas?

La apuesta de Amadeus por la innovación es permanente. De hecho, como saben los lectores de "Mundo inédito", cada día invertimos en este apartado concreto más de dos millones de euros. En los últimos 10 años, por ejemplo, hemos invertido cerca de 5.500 millones de euros, siendo la primera compañía de Europa de su sector que más invierte en I+D.

Estamos permanentemente desarrollando nuevas soluciones, ya sea a través cualquiera de nuestros 19 centros de I+D en todo el mundo, o bien a través de Amadeus Ventures, la división de nuestra compañía que apoya la co-creación, el emprendimiento y el universo de las startups. Ahora, en concreto, entre otros capítulos, estamos trabajando en análisis predictivo, internet de las cosas, big data, blockchain, detección del fraude, inteligencia artificial, biometría, arquitectura en la nube, realidad virtual y en tecnología móvil.

Amadeus, por ejemplo, celebró recientemente un acuerdo con el Aeropuerto Internacional Heydar Aliyev en Bakú, Azerbaiján, que, entre otros contenidos, contemplaba el uso de una de sus soluciones en la nube, siendo la primera vez que un aeropuerto confía en la nube para todos sus sistemas principales. Amadeus, el aeropuerto de Liubliana, Adria Airways y LOT Polish Airlines, por otra parte, han colaborado en el diseño de un sistema piloto de embarque basado en tecnología

biométrica para hacer frente a las largas colas de espera por el incremento de pasajeros en los últimos años.

El caso del blockchain también ocupa buena parte de sus nuestras inversiones en I+D, pues hemos advertido una notable potencialidad para la industria del turismo y los viajes. La tecnología blockchain puede aplicarse a los viajes, por ejemplo, en una identificación de pasajeros más segura y sencilla, en el seguimiento de equipajes mejorado, en los programas de fidelización y unos métodos de pago simplificados entre agencias de viajes y aerolíneas.

Y ¿cómo afectan y contribuyen a las agencias de viajes?

Aunque Amadeus es una compañía que, desde el año 2000, apuesta por la diversificación, tratando de ofrecer la más amplia gama de contenido al conjunto de los actores que operan en el ecosistema, hay un gran proyecto que favorecerá mayormente a las agencias de viajes. Se trata de Amadeus Live Travel Space, el lugar en el que todos los actores pueden conectarse y colaborar para responder a los deseos de los viajeros y proporcionarles una amplia selección de opciones en todo momento. Live Travel Space ofrece la mayor red de contenido

---

"Live Travel Space ofrece la mayor red de contenido de viajes a todo tipo de vendedores de viajes... mediante la tecnología de Amadeus Travel Platform"

---

de viajes a todo tipo de vendedores de viajes (agencias de viajes, empresas, metabuscadores, aplicaciones móviles, etc.) mediante la tecnología de Amadeus Travel Platform. En paralelo, además, seguimos trabajando en el programa Amadeus NDC-X, que ayudará a las agencias de viajes y a las aerolíneas a ofrecer experiencias de viajes más personalizadas y diferenciadas.

Próximamente comenzará el despliegue global de la solución NDC a través de la nube en Amadeus Selling Platform Connect. A partir de ahora, los agentes de viajes podrán ver y comparar todos los vuelos disponibles de las aerolíneas y los servicios relacionados para un viaje determinado en una sola pantalla, ya sea que procedan de EDIFACT, NDC u otras APIs. Asimismo, será la primera vez que los agentes podrán acceder a una gama tan completa de contenido aéreo en un solo lugar, lo que les facilitará la comparación de ofertas y ayudará a sus clientes a encontrar el mejor valor. Hay que recordar también que ya desde noviembre de 2018 han empezado a activarse las primeras reservas NDC en numerosos mercados con Amadeus Web Services.

¿Qué les pueden ofrecer?

Amadeus ofrece a las agencias información, transparencia y neutralidad. Pero, sobre todo, pone a su disposición el catálogo de soluciones más avan-

zado del mercado. Amadeus ofrece a las agencias de viaje el contenido de más de 470 aerolíneas, 43 compañías de alquiler de coches (con un total de más de 36.000 oficinas), 20 líneas de cruceros, un inventario de más de 770.000 establecimientos hoteleros, 233 turoperadores, 90 operadores ferroviarios y 34 grupos aseguradores con una amplia gama de filiales nacionales. De esta manera, cubrimos todas las necesidades de nuestros clientes y Amadeus se posiciona como su socio tecnológico preferente. Pero Amadeus es verdaderamente un socio tecnológico de cara a toda la industria del viaje, capacitando así un mayor valor añadido para la industria y los viajeros. Amadeus ofrece tecnología y servicios a la mayoría de los players del sector turístico, como por ejemplo entre otros, aunque menos conocidos de cara a servicios aero-portuarios o asistencia en tierra y otros más conocidos como a las líneas aéreas. Amadeus es actualmente el socio tecnológico de 128 aerolíneas a las que aporta tecnología de gestión de embarque e inventario.

¿Sigue habiendo constantes cambios en la aviación? ¿Cuál será su futuro?

Según nuestra visión, ese futuro estará marcado por tres grandes constantes: por la evolución que registrará la cultura de los viajes en todo el mundo, por el auge de la tecnología y por la sostenibilidad. Según todas las previsiones, en los próximos años, el número de viajeros registrará un gran aumento. Así, se espera que el número de pasajeros aéreos se duplique en los próximos 20 años, hasta alcanzar hasta los 8.200 millones, lo que supone un índice de crecimiento anual global del 3,5%. La evolución del sector de los viajes, en cualquier caso, será muy desigual en las distintas regiones del mundo. Respecto a la tecnología, si hasta ahora nos parece que ha habido muchos cambios, hay que aventurar que nos aguardan muchos más, algunos de los cuales son ya una realidad: big data, reconocimiento facial, inteligencia artificial, tecnología en la nube, dispositivos móviles... En ese sentido, hay que decir que los avances experimentados en las últimas décadas serán pequeños comparados con la revolución que ya llama a nuestras puertas. El futuro de la aviación y de los viajes, por último, estará marcado igualmente por la sostenibilidad, dado que la opinión pública cada vez es más sensible a este tema, como lo demuestran algunos de los últimos estudios que se han dado a conocer, en los que los viajeros mayoritariamente (9 de cada 10) han manifestado su propósito de viajar de manera sostenible. Por ello es importante una acción conjunta y decidida de todo el sector hacia el interés común de una industria sostenible a largo plazo. El cambio climático, el uso racional de los recursos naturales y la actuación integral en los destinos turísticos de más rápido crecimiento es un compromiso que nos atañe a todos".

¿Qué novedades ofrecen para 2020?

Tal y como ya hemos comentado, en los próximos años seguiremos trabajando, como lo hacemos actualmente, en las diferentes áreas de I+D, como son el análisis predictivo, internet de las cosas, big data, blockchain, detección del fraude, inteligencia artificial, arquitectura en la nube, realidad virtual y en tecnología móvil. Igualmente hemos comentado los proyectos de más amplio calado que estamos llevando a cabo en estos momentos, como son Amadeus Live Travel Space y el programa NDC-X de Amadeus (ver pregunta 4).

Pero asimismo trabajamos en el desarrollo de nuevas soluciones encaminadas al conjunto de la industria, tales como Amadeus cytric Travel & Expense o, la más reciente, Amadeus Transfers, la nueva solución que permitirá poner a disposición de los viajeros servicios de coches con conductor en 191 países y más de 2.300 destinos.

Junto a esto, además, estamos muy volcados en nuestra división de 'hospitality', dentro de nuestra estrategia de diversificación de nuestras líneas de negocio. En este apartado, por ejemplo, a día de hoy, Amadeus ofrece más de 5,3 millones de opciones de compra y más de 1,2 millones de propiedades únicas, incluyendo cadenas hoteleras, apartamentos y villas, entre otras propuestas.

¿Cómo ve el futuro de las agencias de viajes?

Desde hace más de 170 años, las agencias han aportado valor al viajero y estoy seguro de lo seguirán aportando muchísimos años más. Para

lograrlo, están adecuando su modelo partiendo de los valores que siempre han caracterizado su actividad, entre los que están su profesionalidad, su vocación de servicio y su firme orientación al cliente. Un estudio reciente realizado por la Asociación Británica de Agencias de Viajes (ABTA), de hecho, señalaba que las generaciones más jóvenes, esas que ya han nacido digitales, cada vez más confían en las agencias de viajes, que es lo mismo que decía ya la asociación de agencias de viajes americanas hace un par de años, que indicaba que un 30% de los 'millennials' había pasado por una agencia en los últimos 12 meses. Incluso Phocuswright, que es una de las consultoras más prestigiosas del panorama internacional, ha previsto un fuerte crecimiento de las agencias para los próximos años, pasando de unos ingresos de 99.156 millones de euros en 2017 a los 111.800 millones de euros en 2021. Y otro dato más, mucho más reciente, recogido por ObservaTUR, el observatorio del turismo nacional emisor del que forma parte Amadeus, indicaba que el 49% de los viajeros de lujo contrata sus vacaciones a través de una agencia. Por todo ello, pensamos, que su futuro es incuestionable, precisamente por todos los valores que aporta a la industria, y por las nuevas posibilidades que le ofrece la tecnología: mayor personalización de las experiencias, especialización, conectividad plena, omnicanalidad, mejor conocimiento de los clientes...

Su compromiso con la innovación, además, es firme y continuado y está por encima de otros actores de la industria turística, como puso de manifiesto un estudio reciente. Y en este contexto, las agencias nos tienen siempre a su lado, porque creemos en ellas, porque disponemos de la mejor tecnología y porque somos el único GDS que tiene una organización centrada en retail.

¿Qué consejos les daría?

El más importante, que sigan reinventándose día tras día, de igual forma que lo han hecho en los últimos años. Pero que continúen también buscando esos elementos distintivos que les procuren la máxima diferenciación, ya sea en materia de servicios o de nicho. Y que también apuesten por el factor humano, que además de ser un valor realmente diferenciador, es un capital único, imprescindible e irremplazable. La inversión en tecnología es, asimismo, otro capítulo a cuidar, tanto para garantizar su futuro y resultar más competitivo, como para satisfacer las necesidades de los clientes, que cada día son más digitales y exigentes. Por lo tanto, les diría que la combinación de capital humano con la tecnología adecuada para satisfacer las necesidades de los viajeros en términos de oferta, comunicación, servicio e inmediatez son las claves para el éxito.

¿Cómo valora participar y contribuir a la celebración de la Cumbre de Sevilla?

En mi caso será una experiencia doblemente gratificante, puesto que, además de estar en contacto con una representación de las principales asociaciones de agencias de viajes de todo el mundo. Igualmente, me permitirá conocer de primera mano la realidad que viven las agencias en el plano in-



ternacional, entender de mejor modo las claves de los nuevos viajeros y del propio viaje, intercambiar experiencias con otros operadores y conocer las últimas tendencias turísticas mundiales. Asistir a estos encuentros, además, permite fortalecer las relaciones personales con los miembros relevantes del sector y apoyar a las agencias de viajes siendo su partner preferencial.

¿Le gustaría añadir alguna cosa más?

Un mensaje más: reiterar nuestro agradecimiento a la confianza que las agencias nos brindan a diario y, aunque ya se ha dicho, reafirmar de nuevo nuestro compromiso con este canal, pues tiene futuro, y mucho. De hecho, en Amadeus nos hemos reorganizado creando una división dedicada en exclusiva al segmento de retail. Un futuro en el que Amadeus, si así lo desean, seguirá estando a su lado, de igual manera que lo hacen a día de hoy los cerca de 19.000 profesionales que conforman el universo de Amadeus en los 190 países en los que está presente.

"... reiterar nuestro agradecimiento a la confianza que las agencias nos brindan a diario y, aunque ya se ha dicho, reafirmar de nuevo nuestro compromiso con este canal, pues tiene futuro, y mucho"

# JORDANIA

*un camino por recorrer*



visitjordan.com

# QATAR AIRWAYS la experiencia de volar con la Mejor Compañía del Mundo



Bangkok, Kuala Lumpur, Singapur, Maldivas, Sídney entre otros muchos más.

A bordo de sus vuelos, la experiencia gastronómica de Qatar Airways ofrece platos gourmet elaborados

ha presentado un nuevo servicio de preselección de menú para los pasajeros de Clase Business, que podrán pre seleccionar sus menús de abordo "a la carta" desde 14 días hasta 24 horas antes de su

cibirán cartas de menú con nuevos diseños que incluirán el horario del servicio para que puedan planificar su viaje sin perderse nada de lo que se les ofrece. También habrá una opción de bebidas en vuelos de más de cinco horas, con vino espumoso y snacks, disponibles antes de que se sirva la comida principal. Las raciones de alimentos han aumentado entre un 25% y un 50%, con un mayor énfasis en el uso de ingredientes de proximidad para que sean más frescos y saludables. "Quisine" se introducirá por fases a través de la red de rutas de la aerolínea.

En el esfuerzo de Qatar Airways por ofrecer los productos y servicios más innovadores, este 2019 también se ha presentado su nueva línea de lujosos amenity kits para pasajeros de Clase Business. Creados por BRIC's, la nueva colección de amenity kits incluye diseños y contenidos creados tanto para hombres como mujeres con productos naturales para el cuidado de la piel (bálsamo labial, spray facial hidratante y crema hidratante antienvjecimiento), además de calcetines, antifaz y tapones para los oídos que completan el conjunto.

Desde España, en la actualidad Qatar Airways opera tres vuelos diarios tanto desde Madrid como desde Barcelona, así como vuelos desde Málaga durante la época de verano.

Qatar Airways, que pertenece a la alianza oneworld, cuenta con una moderna flota de más de 250 aviones, volando a más de 160 destinos en todo el mundo a través de su hub, el Aeropuerto Internacional de Hamad, en Doha.

*Qatar Airways ha sido reconocida en numerosas ocasiones por su lujosa hospitalidad y por ofrecer a sus pasajeros una experiencia de viaje única.*

En la última edición de los premios Skytrax World Airline 2019, Qatar Airways ha sido galardonada como Mejor Aerolínea del Mundo, convirtiéndose en la única compañía aérea de la historia en ganar este galardón cinco veces (2011, 2012, 2015, 2017 y 2019). Además, también obtuvo otros galardones como el de Mejor Aerolínea de Oriente Medio, por tercer año consecutivo; Mejor Clase Business del Mundo, por cuarto año consecutivo; y el de Mejor Asiento de Clase Business por segundo año consecutivo gracias a su patentado producto Qsuite, un innovador concepto de confort y privacidad. Qatar Airways está llevando a cabo

una importante expansión de su red de rutas, incorporando un número récord de nuevos destinos. En 2018 la aerolínea incorporó 14 destinos y durante este año ya ha comenzado a volar a 6 nuevos destinos, a los que en los próximos meses se les sumará: Langkawi, Malasia; Gaborone, Botsuana; Luanda, Angola y Osaka, Japón.

Dentro de sus novedades de producto, Qatar Airways continúa con la incorporación de su nuevo y exclusivo asiento Qsuite en la Clase Business de sus aviones, ofreciendo a los pasajeros una experiencia de Primera en Business. QSuite es un producto

patentado por Qatar Airways y se caracteriza por disponer por primera vez de una cama doble, pionera en la Clase Business, con paneles de privacidad que separan y permiten a los pasajeros de asientos contiguos crear su propia habitación.

Durante el verano de 2019 Qatar Airways ha contado con la exclusiva Qsuite en los vuelos desde Málaga, convirtiéndose en el primer destino español desde el que los pasajeros han podido disfrutar de la galardonada experiencia. Además de Málaga, Qatar Airways cuenta en la actualidad con la Qsuite en los vuelos a destinos tan populares como



con los mejores y más frescos ingredientes. Para los pasajeros de Clase Business, la aerolínea ofrece una experiencia gastronómica 'a la carta' que pueden disfrutar durante el viaje cuando lo deseen. Además, entre sus novedades, Qatar Airways

salida del vuelo. Pero la experiencia en Clase Turista no se queda atrás, y es que Qatar Airways ha lanzado en los últimos meses Quisine, un nuevo servicio diseñado para mejorar la experiencia de los pasajeros y es que ahora re-



Para más información

[www.qatarairways.es](http://www.qatarairways.es)



Secreto de la **rentabilidad** - Tendencias en el **empleo** - Mayor **compromiso** empresarial con el **asociacionismo** - Thomas Cook **cambio** de modelo - Ley de viajes combinados, **desprotección** de los viajeros - Turismo **sostenible**

**Martí Sarrate**

Director General de Central de Viajes Juliatours,  
Presidente de B-Travel, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV  
y Presidente de ACAVe

Segun el estudio ACAVEe-AMADEUS lo más vendido no es lo más rentable y sobre todo para las pymes y se deben de centrar en la especialización de los productos más rentables y en crear una diferenciación como valor añadido.

En las conclusiones de nuestro estudio, se demuestra que el principal ejemplo es el billete de avión, que es el producto de menor rentabilidad para la agencia de viajes y es el más vendido. Mientras que los paquetes vacacionales lideran como productos más rentables. Asimismo las reservas de hoteles - coches - cruceros y productos vacacionales, y sobre todo los diseñados a medida del consumidor.

Hay que elegir entre volumen o rentabilidad, para poder proyectar una estabilidad empresarial, no obstante toda la reestructuración forzada por la crisis, donde se redujeron un 30% el total de las agencias de viajes ha facilitado tener un modelo más sostenible.

Asimismo internet no ha logrado que desaparezca el modelo de negocio de la agencia de viajes presencial, si no todo lo contrario, ya que se ha realizado una gran evolución, siendo un hecho la especialización y el asesoramiento profesional.

Las tendencias del empleo, evolucionarán de cara al futuro del trabajo y que junto a los perfiles tradicionales, cada vez más se contratan a informáticos, analistas de big data, expertos en redes sociales o en marketing o comunicación.

Y sobre los cambios tecnológicos, las pequeñas agencias externalizan estos servicios y en las medianas y grandes, es la creación de equipos internos, no obstante y cuando se trata de servicios muy especializados (CRM o análisis BIG DATA), lo más normal es que la mayoría externalice el servicio para una mejor optimización de los recursos. Las agencias físicas han integrado la tecnología y la digitalización como un elemento esencial en su modelo de negocio para la optimización de todos los procesos y la mejora de todos los servicios prestados, ofreciendo

al cliente un trato personalizado con total garantía y un gran valor añadido.

Los paquetes vacacionales han evolucionado, diseñándose a la medida del consumidor y sobretodo adaptándose a sus solicitudes y necesidades, operándose la mayoría en vuelos regulares con muchas alternativas y con una gran evolución sobre este tipo de producto.

En estos días se ha escrito mucho sobre la quiebra de Thomas Cook y algunos han dicho que el paquete vacacional está muerto o tiene que reformularse y otros opinan que supondrá la desaparición del canal offline ya que la irrupción de las nuevas tecnologías y del cambio del modelo de negocio han sido una de las principales causas de la quiebra de esta compañía.

Pero la principal causa ha sido el sobredimensionamiento, pero en ningún caso supondrá la desaparición de la venta offline o del paquete vacacional.

En nuestro país, ya se produjo el cambio de modelo a partir del 2007 con el inicio de la recesión económica y que conllevó la quiebra de grandes grupos verticales y fruto de ello las agencias de viajes emprendieron un fuerte proceso de reestructuración que reforzó a nuestro sector.

Según nuestro estudio ACAVe-AMADEUS, nuestro sector estaba integrado por 4.500 agencias de viajes, que representaban 9.500 puntos de venta y que el 71% eran agencias físicas frente a un 21% on line y un 8% agencias mixtas.

Todas estas agencias offline y on line se han especializado e innovado y han buscado nuevas fórmulas para ofrecer valor añadido y personalizando sus servicios. La quiebra de este turoperador británico si que ha afectado a empresas españolas que prestaban sus servicios principalmente a las ubicadas en Baleares y Canarias donde se concentraba su mayor actividad, no obstante los más afectados han sido los hoteles que trabajaban parcialmente o en exclusiva con ellos. Sin embargo el riesgo de quiebra de esta Cia. era conocido por el sector

y en las últimas campañas muchas empresas pidieron pagos por anticipo o garantías adicionales.

Pero lo que hay que destacar que afortunadamente la Unión Europea dispone de un efectivo sistema de garantías que protege a los viajes combinados y que opera ante situaciones como ésta, garantizando el derecho de repatriación del consumidor y del reembolso de las vacaciones no disfrutadas, es por ello que los viajeros tienen que tener plena confianza en el sector de las agencias de viajes, pues el sistema funciona.

Es muy importante que las Cias. aéreas ofrezcan garantías que protejan al viajero con la documentación contractual y precontractual que establece la nueva normativa y lucharemos para que estén dentro de la ley al igual que las agencias de viajes ya que esta ley es igual para todos en defensa de los derechos del consumidor.

A día de hoy la gran mayoría de las Cias. aéreas continúa sin prestar la garantía de viajes combinados y servicios de viaje vinculados. Por ello, y habiendo transcurrido un tiempo más que prudente para la adaptación de la nueva normativa, lucharemos con denuncias para que se cumpla con la nueva normativa.

Existe un esfuerzo de agencias y turoperadores, para adaptarse, ya que se han introducido nuevas obligaciones y que hay que resaltar que pese a las numerosas dificultades, hemos superado la adaptación con éxito de la nueva normativa y vamos a continuar trabajando para que en las próximas revisiones se introduzcan cambios, ya que nos han obligado a realizar importantes cambios de proceso y de gestión.

La razón de ser de las asociaciones son las propias empresas y los profesionales que deciden unirse para defender mejor sus intereses y aunar fuerzas. Por ello las asociaciones solo tienen razón de ser si dan respuesta a las necesidades de sus asociados pero

para ello es importante que estén dotadas de servicios y que los asociados valoren estos servicios y que estén dispuestos a pagar unas cuotas ajustadas a los mismos. La razón del éxito radica en que todos los asociados estén comprometidos con su asociación y a veces esta estrategia no es entendida por el sector de las agencias de viajes.

Las últimas cifras presentadas por el INE, ponen de relieve un ligero descenso de la llegada de turistas y aunque ello no sea alarmante, es fundamental la colaboración público-privada para mantener y hacer crecer un turismo sostenible que redunde en beneficio de todos. Es muy importante la inversión en promoción turística para la atracción y captación de turismo sostenible que aporte valor y a la vez tienen que realizarse acciones en el territorio que permitan innovar en la creación de productos basados en la cultura que nos diferencia, de esta manera poder conseguir una imagen más amable del turismo y erradicar aquellas actuaciones que dañan la imagen de nuestro sector y estoy convencido que entre todos seremos capaces de hacerlo y las agencias de viajes receptoras tienen un papel fundamental en este proceso.

Al final hay que asumir que tenemos que apostar por la calidad y no tanto por la cantidad e ir a captar mercados más lejanos con un gasto medio más alto y con un potencial de mayor crecimiento.

Todos los indicadores apuntan a una nueva recesión y seguro que, como cualquier período de recesión que hemos vivido, tendrá un impacto en nuestra economía y nuestras empresas, pero estoy convencido que como sector hemos aprendido de tiempos pasados y hemos hecho los deberes y ahora somos mucho más precavidos y confiamos en la solidez del sector.

Y me gustaría terminar con una cita de Ralph Ellison: "Se necesita un profundo compromiso con el cambio y un compromiso aun más profundo para crecer".

Texto y fotografías: Román Hereter

# Indonesia: embrujo, historia y biodiversidad



**El embrujo de Bali, los espectaculares templos de Borobudur y Prambanan en Java, los rituales Tana Toraja en las islas Célebes, las magníficas playas de las pequeñas islas de la Sonda, los dragones de Komodo, los orangutanes en Sumatra y Borneo, la frondosidad salvaje de Papúa, y los fuertes españoles en las Molucas ahora que se cumplen los 500 años de la Primera Circunnavegación a la Tierra con la Expedición de Magallanes-Elcano, son razones más que suficientes para visitar Indonesia. Uno de estos países que por su extensión, diversidad y atractivos, hay que visitar en más de una ocasión.**

Templo Madre de Bali,  
Pura Besakih.

A la derecha: terrazas  
de arroz de la Isla de  
Bali.

En la doble página  
anterior, Orangután en  
la isla de Borneo.

El archipiélago indonesio comprende cerca de 17.508 islas, 6.000 de ellas habitadas; siendo el cuarto país más poblado del planeta con más de 260 millones de personas y el primero en cuanto a población musulmana, a pesar de mantener importantes minorías cristianas, hinduistas y animistas. Pero a pesar de su gran población, posee amplias zonas deshabitadas, lo que contribuye a su gran biodiversidad. Desde siempre ha representado una región importante para el comercio mundial a partir de cuando comenzó el comercio con China y la India. Gradualmente, los gobernantes locales adoptaron la cultura, religión y el modelo político de los indios, y las potencias extranjeras buscaron explotar sus recursos naturales. Después de que los comerciantes musulmanes llevaran el Islam; durante la era de los descubrimientos, Portugal y España, primero y Holanda e Inglaterra después comenzaron

a disputarse el monopolio del comercio de especias en las Molucas. Tras tres siglos y medio de colonialismo holandés, Indonesia obtuvo su independencia poco después de la Segunda Guerra Mundial.

Visité el país por primera vez en 1994, cuando quedé impresionado por el embrujo de Bali y la monumentalidad de los templos de Borobudur y Prambanan, en la isla de Java.

### El embrujo de Bali

La región hinduista y las pautas de comportamiento que siguen sus fieles, son quizás los rasgos característicos que diferencian a la isla de Bali de las demás que forman parte de Indonesia. Si a esto sumamos un paisaje sencillamente espectacular que alterna las cumbres volcánicas con las terrazas donde se cultiva el arroz y el carácter único de sus

tres millones y medio de habitantes, entenderemos el por qué esta isla ha sido capaz de embrujar a la mayoría de sus visitantes más ilustres. Aquí los campesinos son artistas y los artistas campesinos, mientras los rituales religiosos están tan presentes que casi se podría decir que la vida y la muerte del balinés se articulan siempre en torno a ellos.

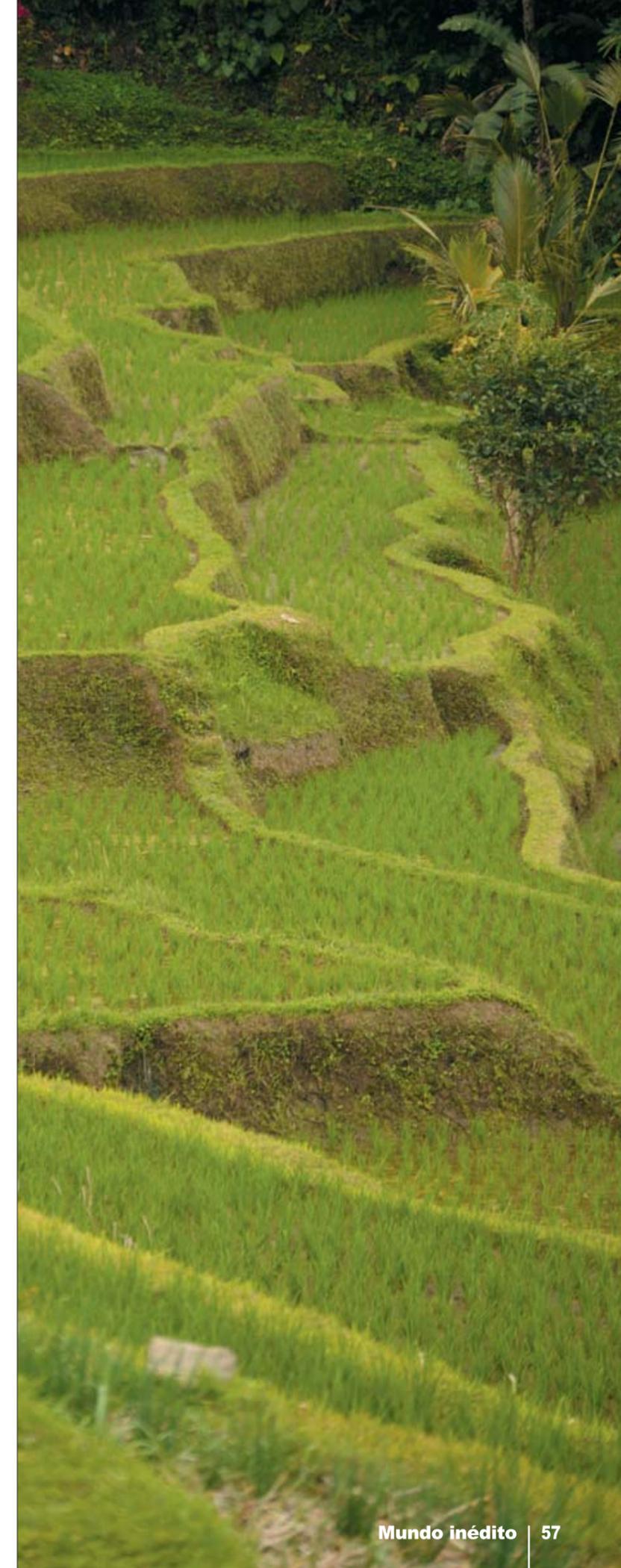
La asistencia a los magníficos templos, el ir y venir constante de las mujeres portando sobre sus cabezas las ofrendas, las estilizadas danzas y la importancia que se le concede a la incineración de cadáveres, marcan las pautas de conducta de una sociedad dividida en castas, y que sigue su ritmo diario a pesar de la gran cantidad de turistas que se desplazan hasta aquí para disfrutar de su moderna infraestructura hotelera y de la simpatía oriunda. Posiblemente sólo vengan a tostarse al sol algunos días, pero a buen seguro quedarán fascinados por el mundo que se extiende en el exterior de los complejos hoteleros de las playas del sur de la isla como Nusa Dua o Kuta.

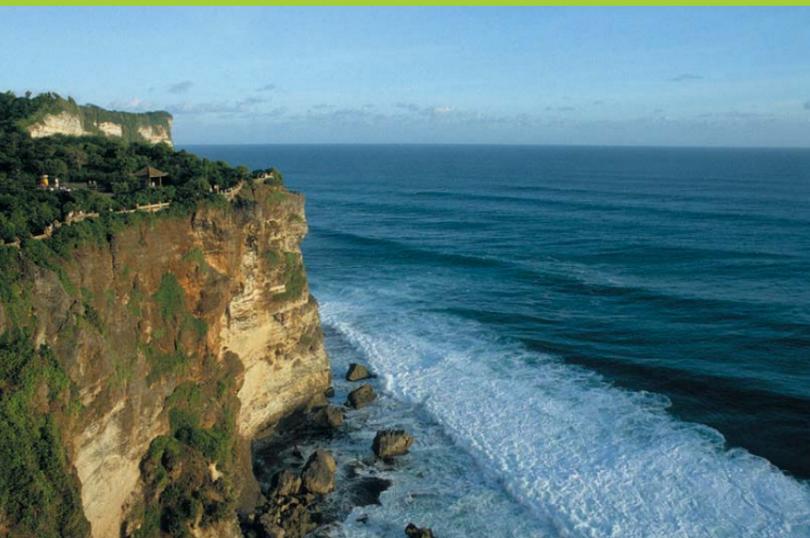
El sur está excesivamente habitado y posiblemente haya perdido buena parte de su esencia por culpa de la modernización que Bali ha experimentado durante los últimos años. Pero a medida que se va abandonando el nivel del mar, las gratas sorpresas se suceden a cada curva del camino. Unas terrazas de arroz, el ir y venir de las mujeres transportando pirámides de frutas sobre sus cabezas como ofrendas, la ceremonia de un templo que cumple su aniversario, el laborioso trabajo de unos campesinos, una pagoda escondida entre la bruma, la espectacularidad de un lago donde se reflejan los conos volcánicos.

El templo Besakih, llamado por los balineses Templo Madre, es el mayor y más sagrado de toda la isla y donde se celebran las festividades más importantes seguidas por miles de peregrinos. Está construido en la ladera del volcán Agung, el más alto de toda la isla con 3.142 metros sobre el nivel del mar.

Otro de los lugares mágicos es el lago Batrán, a cuyas orillas se encuentra la población de Bedugul. Se trata de un área alpina donde se halla el templo Ulu Danu, donde se venera a Dewi Danu, la diosa de las aguas. Los niños pescan pececillos mientras las canoas cruzan las tranquilas aguas transportando leña a las poblaciones de la orilla opuesta. Muy cerca de Bedugul se halla el mercado de Bukit Mungsu donde se venden verduras y orquídeas silvestres.

Un buen colofón del viaje por Bali es presenciar la puesta de sol en el templo Tanah Lot, aunque la concurrencia es tan masiva que pierde parte de su misticismo. El templo, que goza de una especial





Una de las cosas que más llaman la atención en la "isla del embrujo" son las diferentes ofrendas llevadas a los templos de Bali, bien siendo transportadas a lo largo del camino, como depositadas en los distintos templos.

veneración en Bali, está dedicado a los espíritus del mar y se levantan sobre un promontorio rocoso sobre el océano Índico.

### Las cremaciones en Bali

Sin lugar a dudas, una de las cosas que más llama la atención en la isla es presenciar una cremación, muy distintas que en la India por cierto. Tuve la oportunidad de volver a la isla en el año 2008 con motivo de la cremación del rey de Ubud, que se celebró el 15 de julio de aquel año. Fue sin duda la más importante celebrada desde hacía tres décadas, y posiblemente la última de dicho nivel que se celebrará jamás. Desde primera hora de la mañana los distintos invitados acudían a palacio para dar el pésame a la familia real.

La muerte y la cremación son un paso de esta vida a la siguiente en el viaje del alma hacia el cie-

lo. La muerte es el tiempo para compartir los sentimientos de uno, cuando todos los amigos del difunto se reúnen en su casa para visitarlo. Noche tras noche, mientras el cadáver está todavía en la casa, se quedan hasta altas horas para acompañar a la familia. Las mujeres preparan refrescos para los hombres y ayudan a hacer las ofrendas necesarias para la purificación del cuerpo. Los hombres construyen altos altares para las ofrendas y ayudan a limpiar el cadáver.

La cremación del rey de Ubud fue presenciada en directo por más de doscientas mil personas y estaban presentes más de treinta cadenas de televisión, pero obviamente no todo el mundo estaba invitado al interior del palacio real, teniéndose que contentar con ver parte de la ceremonia desde el exterior del mismo. No fue mi caso. Aquel día pude

comprobar cómo en el lugar más exclusivo del gran palacio de la población más significativa de la cultura balinesa, los distintos sultanes de las otras islas y territorios de Indonesia conversaban entre sí esperando el momento en que les traerían la comida. En un momento de la espera y por esas casualidades que pasan muy de tanto en tanto en la vida, fui llamado por la "reina de Papúa" con quién junto a unos sultanes de Timor Occidental, Sumatra y Borneo, tuve la oportunidad y el privilegio de conversar. Era evidente que se aburrían. Los sultanes de Indonesia, que como los maharajás de la India han perdido el poder que en otro tiempo tuvieron, poco o nada conocían del sentido de una cremación por su condición de musulmanes. Sin embargo me impresionaron por su porte y elegancia y especialmente por algunos de los rubios

y otras joyas que lucían en sus turbantes, mientras la reina de Papúa estaba coronada por un ave del paraíso.

Volviendo a la ceremonia de la cremación, a la hora prevista, cuando el sol estaba en lo más alto de su trayectoria diaria, el cuerpo del rey fue trasladado hasta la gran torre de 50 metros de altura para iniciar el recorrido por la calle principal de la ciudad hasta el área de las cremaciones reales. Cuando la fecha de la cremación se acerca, todo el mundo en la aldea se ve involucrado en hacer las ofrendas, y el féretro y una alta pira se decoran bellamente para acentuar la importancia de la gran despedida.

Llamados por el golpe atronador de la orquesta Galemán, docenas de aldeanos, cientos en el caso de un rey, corren a la casa familiar y se llevan el

La cremación del Rey de Ubud, fue posiblemente la más espectacular celebrada a lo largo de la historia y la última de este nivel que se celebrará jamás.

cadáver de su lugar de descanso. Todos intentan participar en llevarse el cuerpo, porque haciéndolo así muestran su lealtad al difunto. Los portadores cargan el cadáver sobre sus hombros y le dan vueltas en todas direcciones con objeto de confundir al alma, de manera que no se extravíe y vuelva a la casa. El cadáver es finalmente conducido a la pira que espera, una alta construcción de madera o bambú que brilla con adornos de papel y otros ornamentos.

La procesión hasta el lugar de la cremación es un espectáculo asombroso. Las ceremonias más grandes necesitan no menos de cien hombres para llevar la alta torre y el toro en el tumultuoso desfile a través de la ciudad hasta el lugar de la cremación, situado cerca del templo de los muertos. Cuando la procesión llega al crematorio, el cuerpo es trasladado de la torre al toro, estando el camino marcado por una larga tela blanca extendida sobre las cabezas de los parientes femeninos. Los parien-

tes próximos supervisan los detalles finales cuando se corta la mortaja y se expone el cuerpo.

## Borobudur: el templo budista más grande del mundo

En el centro de la isla de Java, no lejos de la población de Yogyakarta, se levantan los espectaculares templos de Borobudur y Prambanan. La más poblada de todas las islas del archipiélago indonesio está atravesada por una cadena de volcanes que alterna con fértiles valles. Yakarta es la capital del país, una urbe moderna y bulliciosa, pero el interés turístico se halla a casi 600 kilómetros, en unos templos que he visitado y fotografiado durante mi primer viaje en 1994 como en el segundo de 2008.

Borobudur es una estupa budista con silueta piramidal relacionada con la tradición Mahayana, que está ubicada en la provincia Java Central



En las tres fotos de la parte superior se observan detalles del templo budista de Borobudur, el más grande del mundo. Abajo vista general del conjunto de templos hinduistas de Prambanan.

de Indonesia, a cuarenta kilómetros al noroeste de Yogyakarta. Fue construido entre los años 750 y 850 por los soberanos de la dinastía Sailendra. El nombre puede derivar del sanscrito Vihara Buddha Ur, que se traduce como "el templo budista en la montaña". El monumento consta de seis plataformas cuadradas coronadas por tres plataformas circulares, y está decorado por 2672 paneles de relieve y 504 estatuas de Buda.

A diferencia de otros templos, que están construidos en una superficie plana, Borobudur fue construido en una colina, a 265 metros sobre el nivel seco que lo rodea. No existe evidencia escrita de quien construyó Borobudur, o de su propósito original. El periodo de construcción se estimó comparando los relieves esculpidos en la base del templo y las inscripciones utilizadas comúnmente entre los siglos VIII y IX. Se cree que Borobudur fue fundado aproximadamente en el año 800 durante el apogeo de la dinastía Sailendra en Java Central, bajo la influencia del imperio Srivijaya. Se estima que la construcción demoró 75 años y que finalizó en el año 825, durante el reinado de Samaratunga.

Los monumentos budistas, incluyendo Borobudur, fueron creados al mismo tiempo que el templo hindú vecino de Prambanan. En el año 732, el rey Sanjaya, fundador de la dinastía Sailendra, encargó la construcción de un santuario hindú en honor a Shiva en la colina Ukir, ubicada solo a 10 kilómetros al este de Borobudur. Los antropólogos creen que, por aquel entonces, la religión fue un conflicto serio en Java. Era posible que un rey hindú mandara construir un templo budista; o que uno budista actuara de manera similar.

## Prambanan, el contrapunto hinduista de Java

Prambanan constituye un conjunto de templos hinduistas, construidos a lo largo del s. IX bajo la dinastía Sanjaya que dominó el centro de la isla de Java. Una inscripción fechada en el año 856 marca lo que es posiblemente su piedra fundacional.

El templo central, dedicado a Durga, esposa de Shiva, descansa en una estructura sobre elevada de 34 metros de lado y contiene una estatua de la diosa. Esta estructura está rodeada de un recinto de 110 metros de lado incluyendo los templos anejos. Todo ello apoyado sobre una plataforma rectangular de 390 x 222 metros. Localmente conocido como el Templo Loro Jonggrang, o el Templo de la Esbelta Virgen, es el más magnífico y hermoso templo hindú en Indonesia.

Para los javaneses, Yogyakarta continúa siendo un símbolo de la resistencia al colonialismo. La



ciudad fue la capital de la república en 1946, cuando, bajo el dominio holandés, los rebeldes indonesios usaron el palacio del sultán como refugio abierto para conspirar contra el poder colonial.

## Célebes y el mundo Tana Toraja

Sulawesi, históricamente llamada Islas Célebes porque los portugueses pensaban que era un archipiélago aunque se trata en realidad de una sola isla, es uno de los grandes territorios de Indonesia. Además de la belleza de sus paisajes, destacan importantes culturas ancestrales como la de los Toraja, con sus típicas construcciones en forma de proa de barco de vela y tejados de paja.

Estas tribus de montaña celebran espectaculares ceremonias funerarias en las que se sacrifican gran cantidad de búfalos y cerdos. Lo caro del ritual obliga a que el cadáver permanezca en las casas durante meses o años hasta que la familia reúne el dinero suficiente para pagarlo. Junto a los poblados se encuentran las tumbas de los antepasados excavadas en la roca.

Sulawesi ofrece montañas empinadas, profundos barrancos, ríos de corrientes rápidas, lagos azules, playas de arenas blancas, bosques tro-





En el país de las montañas, desatacan especialmente sus casas en forma de barco invertido, los funerales que se celebran donde se levantan pabellones provisionales y las tumbas excavadas en la roca donde se reproducen las figuras de los difuntos. Sin embargo, en la costa de Célebes, se levantan las mezquitas por la religión musulmana de sus habitantes.

picales exuberantes y una fascinante gama de flora y fauna. A diferencia de otras islas indonesias, solo las extremidades nordeste y sudoeste, es decir las regiones Minahasa y Macasar, son volcánicas y en vez de contornos levemente inclinados y amplias llanuras, la mayor parte consiste en tierras desiguales y mesetas ásperas a 500 metros o más sobre el nivel del mar. Los picos centrales alcanzan una altura de 3.400 metros.

Uno de los aspectos más notables del territorio Tana Toraja es el tamaño y grandeza de sus tongkonanes o casas tradicionales, ya que son el centro de reunión familiar, y no pueden comprarse ni venderse. Sus elevados tejados, que se levantan por igual por ambos extremos, son el elemento más destacado. Hay quien cree que representan los cuernos de un búfalo, pero otros sugieren que simbolizan la proa y popa de un barco. Cuantos más cuernos de búfalo haya a la vista, más elevado es el estatus del hogar.

Según algunos, el nombre de esta tribu proviene de la palabra tori-aja, que significa hombre de las montañas o gente del interior. Son los habitantes más primitivos de la isla y algunos poseen rasgos negroides muy acentuados. Aman la música, el baile y los adomos. Cuidan mucho sus cabellos y suelen cubrirse la cabeza con un gorro. La vida y cultura de los Torajas sobrevivió durante siglos a la constante amenaza de los bugis del sudoeste, pero en 1905 los holandeses iniciaron una cruenta campaña para apoderarse del control del centro de Sulawesi.

A 8 horas de serpenteante y empinada ruta desde Makasar se llega a la tierra de los Toraja, un conglomerado de pueblos que habitan la región montañosa central de la isla. Los distintos grupos

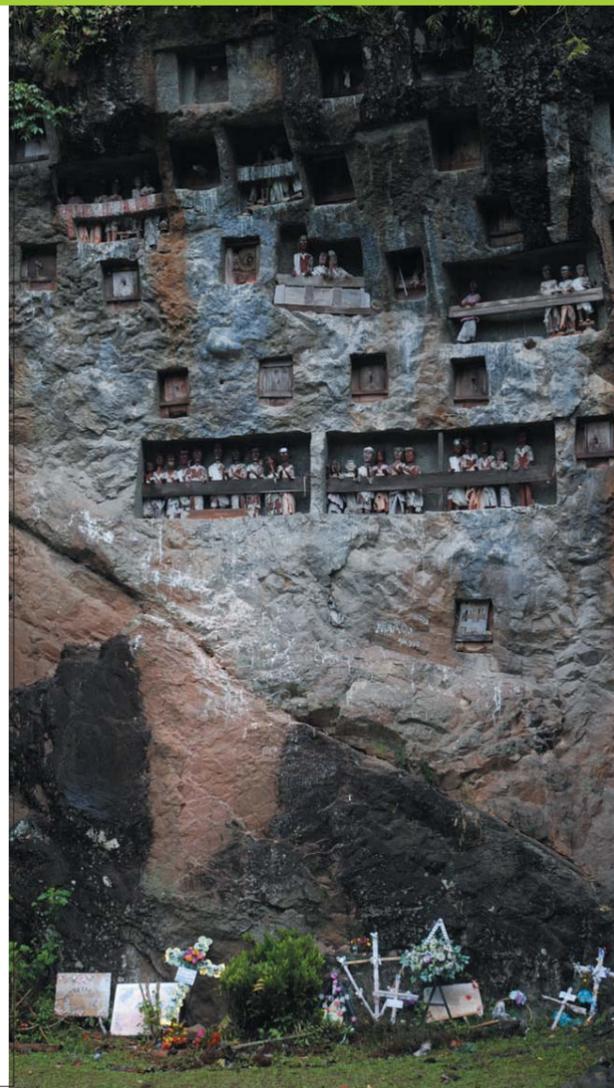
que componen los Toraja suman unos 600.000 individuos predominantemente cristianos, aunque hay una minoría musulmana y un 10% conserva aún sus creencias tradicionales animistas.

Tana Toraja es sencillamente única. En su isla mítica rodeada de montañas, los Torajas demuestran que hay vida después de la muerte a través de sus intrincadas ceremonias. Sus tumbas colgantes o en cuevas, las tau tau, efigies de madera de tamaño natural de los difuntos y las matanzas estivales de búfalos resultan macabros pero fascinantes.

### Los funerales Toraja

De todas las ceremonias, la más importante es la del funeral ya que se piensa que sin los rituales funerarios adecuados, el alma de los muertos causará infortunios a sus familiares.

Los Toraja suelen tener dos funerales. El primero inmediatamente después de morir y un segundo e intrincado funeral después de los preparativos preceptivos. Éste suele celebrarse en los meses que van de junio a septiembre, cuando los lugareños emigrados regresan a casa para los festejos. Las ceremonias se desarrollan lejos de las casas y las aldeas, en prados a los que se accede por estrechos caminos de tierra de varios kilómetros. En el lugar se levantan para la ocasión pabellones de bambú para acomodar a la familia y a los



invitados. El difunto preside su propio funeral desde una torre elevada a un lado del campo, frente al emplazamiento donde los animales son sacrificados, descuartizados y agrupados por vísceras, para posteriormente repartirlos entre los invitados para su consumo. La matanza es impresionante: una laguna de vísceras con montones de carne flotante que obliga a practicar unos surcos por los que fluyen riachuelos de sangre de búfalo o de cerdo. Cuanto más importante es el difunto, más búfalos se sacrifican durante los funerales.

Tan solo se matará un cerdo por un niño o un joven, pero en las grandes ceremonias se sacrifican decenas de búfalos y el funeral puede durar hasta siete días. Tanta ostentación provoca con frecuencia la ruina de las familias y por eso el gobierno indonesio intenta detener la destrucción de bienes imponiendo una tasa por cada animal sacrificado.

Antes del segundo funeral, los restos del difunto descansan en la casa familiar. Una invitación para visitar al cuerpo es todo un honor. Si se acepta, no hay que olvidar agradecerse al difunto y pedirle permiso para partir cuando uno quiera irse, como si se tratara de un anfitrión vivo. El segundo ritual puede durar varios días y contar con cientos de invitados. Los Torajas creen que las almas de los

En la doble página siguiente: el jefe y varias mujeres de un poblado de la etnia Manggarai de la isla de Flores y dos imágenes del Mega Yate Panorama II de la compañía griega Variety Cruises.



animales deben seguir a las de sus amos a la otra vida, de ahí la importancia de sus sacrificios.

Es curioso observar como los distintos familiares, amigos y conocidos, algunos procedentes de muy lejos, se organizan en comitivas antes de llegar al lugar de la ceremonia. Auténticos desfiles donde un maestro de ceremonias abre la comitiva seguida de todos los regalos, en especial cerdos vivos, algunos de los cuales ya pueden prever una muerte inminente.

En algunos casos el funeral se celebra varios años después de la muerte, y mientras tanto consideran que el muerto permanece enfermo. El cuerpo del difunto reposa en la casa donde murió. Así puede ser alimentado por sus allegados que lo acompañarán después hasta la fiesta final.

### Crucero desde Bali a bordo del Panorama II por las islas menores de la Sonda

La provincia de Nusa Tenggara está formada por un espléndido arco de islas que van desde Bali hasta Timor entre las que destacan la católica Flores, la profundamente islámica Lombok, Komodo y Rinca donde habitan los excepcionales dragones de Komodo y otras pequeñas islas repletas de volcanes, cascadas, playas y fondos marinos capaces de atraer a un número más restringido de viajeros menos amantes del bullicio y más propicios a la contemplación de la naturaleza. Una de las mejores maneras de recorrerlas es mediante un crucero con barcos de pequeñas dimensiones que permiten recalar en algunas de ellas a las que resultaría imposible llegar de otra manera.

Acabo de regresar de visitarlas navegando a bordo del buque Panorama II de la compañía griega Variety Cruises que realiza cruceros de una semana



desde Bali con paradas en algunos de los parajes más espectaculares de la zona como son las playas de Badil, la isla de Satonda que posee un cráter lacustre en su interior y una excepcional colonia de murciélagos, Flores, el Parque Nacional de Komodo, la isla de Moyo visitada por algunas celebridades y Lombok, antes de regresar nuevamente a Bali.

El Panorama II es un clásico Mega Yate de 50 metros de eslora y 11,5 de manga, dos mástiles y 25 cabinas con capacidad para un máximo de 49 cruceristas que navega a 9 nudos por hora agitando su pabellón griego al viento. Botado en 2004 y renovado en 2015, sus líneas clásicas y sus salones con paneles de madera, las dos terrazas para tomar el sol, las áreas sombreadas y las vistas a 360 grados son algunas de sus características principales, pero sin duda el grato ambiente que se vive a bordo y la cálida hospitalidad de las 18 personas que conforman la tripulación deja un grato recuerdo imborrable entre los que experimentan el intenso periplo marítimo.

Un periplo que tiene su primera parada en la isla de Badil, donde el snorkel para observar sus fondos marinos, el sol y la playa y una barbacoa ocupan el tiempo de los pasajeros, que pueden completar su estancia con pequeños recorridos en kayak.

El primer punto fuerte del recorrido es la isla de Satonda donde destaca un lago en el medio de la isla de 86 metros de profundidad. La investigación realizada por dos científicos europeos llamados Stephan Kempe y Josef Kazmierczak durante 1984, 1989 y 1996 encontró que el agua del lago Satonda era salada con niveles alcalinos mucho más altos que el agua de mar normal.





Concluyeron conjuntamente que la cuenca Satonda estaba formada por cráteres de más de diez mil años.

La jungla que crece alrededor del cono volcánico es el hogar de miles de enormes murciélagos frutales. Viven en lo alto de los árboles, dando vueltas sobre la selva, durmiendo en los árboles



y descansando durante el día. El murciélago de la fruta entra en la categoría de los mega-murciélagos y, a veces son llamados zorros voladores. Tienen la mejor visión general de todas las especies de murciélagos y junto con su olfato la utilizan para encontrar sus fuentes de alimento.

Contrariamente a la mayoría de los murciélagos que comen insectos, estos ingieren frutas, néctar y hojas, lo que explica su mayor tamaño que puede alcanzar hasta los 40 centímetros de longitud del cuerpo y una envergadura de las alas de 1,7 metros. Se cree que se adaptaron a este tipo de alimento con el fin de sobrevivir. A pesar de que normalmente durante el día suelen dormir, cualquier cosa los puede poner en movimiento, como tuvimos oportunidad de comprobar durante nuestra estancia, cuando miles de murciélagos se pusieron a volar a la vez en una colonia que podía alcanzar hasta los 200.000 miembros.

### La isla de Flores

Con una superficie de 13.540 km<sup>2</sup>, la católica isla de Flores destaca en el campo de la evolución de las especies por los restos encontrados en septiembre de 2003 de una especie de homínido extinto en la cueva de Liang Bua, al oeste de la isla.

Los comerciantes y misioneros portugueses se establecieron aquí en el siglo XVI, principalmente en las regiones de Larantuka y Sikka. Su influencia es todavía perceptible en el habla y la cultura de Sikka. De hecho, la presencia portuguesa es la responsable del nombre de la isla: Flores. Herencia de dicha presencia, en un contexto nacional mayormente musulmán, es el hecho de que la población de Flores es católica prácticamente en su totalidad.

La visita del mercado de Labuan Bajo y una de sus iglesias católicas precede a la visita a un poblado de la etnia Manggarai, la población aborigen de Flores. Los asentamientos Manggarai cubren más de 6.700 kilómetros cuadrados, casi un tercio de la isla.

Según los registros históricos, han sido ocupados alternativamente por otras etnias, como el pueblo Bima de la isla de Sumbawa y el pueblo Makassar de la isla Sulawesi, aunque hoy en día son unas 500.000 personas.

La gentes de Manggarai tienen un deporte folclórico tradicional y danza de guerra llamada Caci, una forma de pelea de látigos donde dos hombres jóvenes en un campo grande suelen pelear y detenerse usando un látigo y un escudo. La actuación de Caci generalmente comienza con



actuaciones de baile, antes de que los guerreros Caci muestren sus habilidades para golpear y defenderse en la lucha. Dos hombres se enfrentan para probar la resistencia y la agilidad del látigo de rival. La lucha es un símbolo de hombría, la virilidad y la agilidad que se ha llevado de generación en generación por las comunidades locales. Ca significa uno, ci significa aguantar a las fuerzas del rival.

Después de recibir el latigazo del rival, se canta una canción especial o simplemente se pregunta al público si el golpe terminó estrellándose o no en el escudo del rival.

### Los dragones de Komodo

Siguiendo su periplo semanal, el Panorama II realiza una para en Rinca, isla perteneciente al Parque Nacional de Komodo para avistar a los famosos dragones. El parque fue declarado como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1991. Está formado por tres grandes islas: Komodo, Rinca y Padar, así como por otras más pequeñas y numerosas. Son de origen volcánico y unas 4.000 personas viven en ellas.

El parque nacional fue fundado en marzo de 1980, con el objetivo de proteger al dragón de Komodo (*Varanus komodoensis*). El objetivo fue ampliado posteriormente hacia la protección de la flora y de la fauna de la región, incluyendo a las zonas marítimas. La superficie (marina y terrestre)

abarca unos 1.817 kilómetros cuadrados, de los que 603 km<sup>2</sup> son terrestres. El 11 de noviembre de 2011 el Parque Nacional de Komodo fue declarado como una de las siete maravillas naturales del mundo.

El dragón de Komodo también llamado monstruo de Komodo y varano de Komodo, es una especie de saurópido de la familia de los varánidos, endémico de algunas islas de Indonesia central. Es el lagarto de mayor tamaño del mundo, con una longitud media de dos a tres metros. A consecuencia de su tamaño, son los superpredadores de los ecosistemas en los que viven. A pesar de que estos lagartos se alimentan principalmente de carroña, también cazan y tienden emboscadas a sus presas, que incluyen invertebrados, aves y mamíferos como los búfalos.

Aunque los machos por lo general son de mayor tamaño, no hay diferencias morfológicas obvias entre los sexos. Los jóvenes son de color verde con zonas amarillas y negras y los adultos, con un tono opaco y uniforme, de color marrón a rojo grisáceo. Sus cuerpos robustos están uniformemente cubiertos de ásperas escamas. En la naturaleza, un adulto mide entre dos y medio y tres metros y pesa de media unos 70 kilos, aunque los especímenes en cautividad a menudo pesan más. El espécimen salvaje más grande conocido midió 3,13 metros de longitud y pesó 166 kg, incluida la comida sin digerir.

Tiene una cola fuerte y musculosa tan larga

En la página a de la izquierda: miles de murciélagos volando de la isla de Satonda y dos imágenes de la tradicional danza de guerra llamada Caci de las gentes Manggarai.

En la doble página siguiente: jungla interior de la isla de Moyo y diversos aspectos del Parque Nacional de Komodo, entre ellos la llamada "playa rosa" fruto de la mezcla de arena y coral.



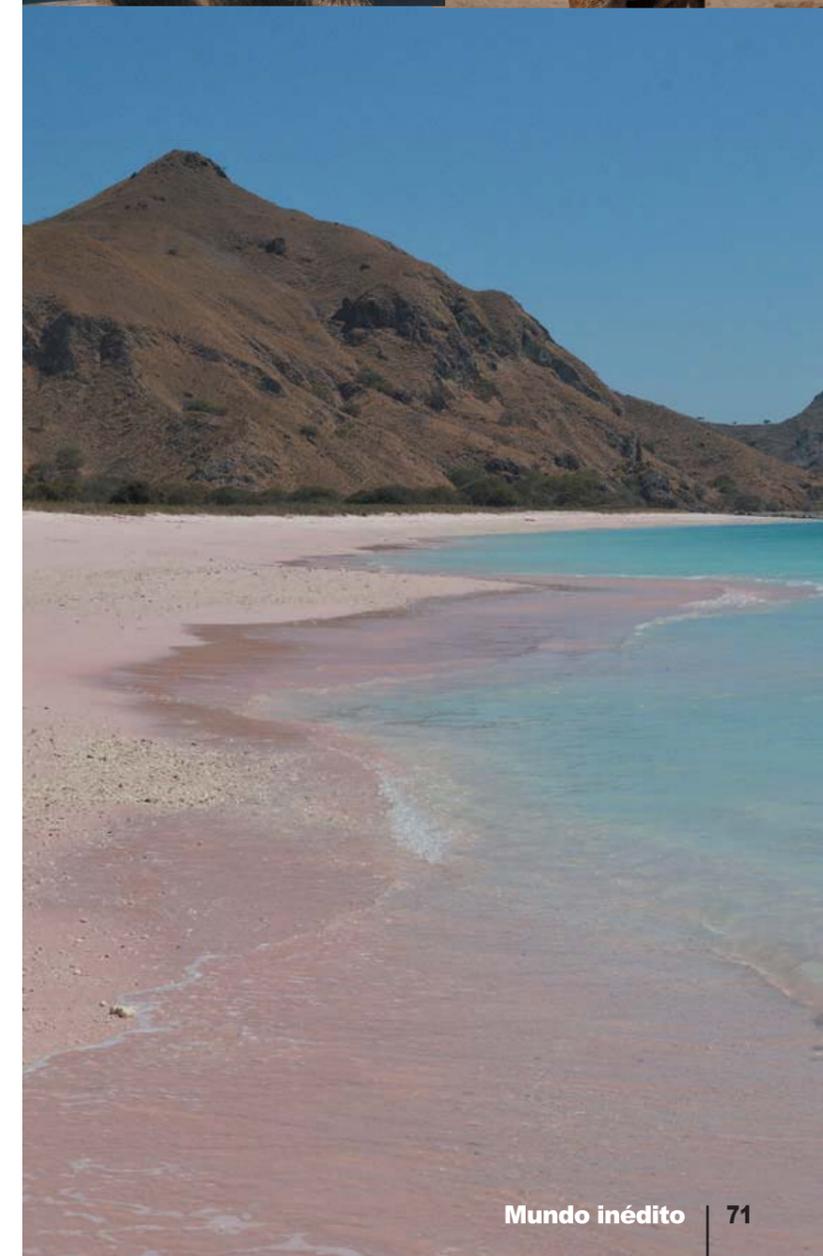
como su cuerpo, y aproximadamente 60 dientes serrados, que se cambian a menudo y que pueden medir hasta 2,5 centímetros de largo. Su saliva suele estar manchada de sangre, puesto que los dientes están casi cubiertos de tejido gingival que se daña de forma natural durante la masticación.

Esto crea un cultivo ideal para las virulentas bacterias que viven en su boca. Tiene una lengua larga marcadamente bifurcada.

Como animal ectotermo, es más activo durante el día, aunque también manifiesta cierta actividad nocturna. Son fundamentalmente solitarios, y sólo se reúnen para aparearse y comer. Son capaces de correr a gran velocidad en breves carreras de hasta 20 kilómetros hora, de zambullirse a una profundidad de 4,5 metros, y de escalar árboles con facilidad cuando son jóvenes gracias a sus fuertes zarpas. Son buenos nadadores, y pueden recorrer grandes distancias a nado para alcanzar islas vecinas. Para cazar presas que están fuera de su alcance, puede ponerse de pie sobre sus patas traseras usando la cola como apoyo. A medida que el dragón de Komodo madura, utiliza sus garras principalmente como arma, dado que por su gran tamaño se vuelven poco prácticas para escalar.

Los dragones de Komodo son carnívoros. Su dieta es muy variada, e incluye a otros reptiles, incluidos dragones de Komodo más pequeños, aves, roedores, serpientes, peces, cangrejos, caracoles y mamíferos como cabras, ciervos, jabalíes y hasta búfalos de agua. Los ejemplares jóvenes se alimentan de insectos, huevos y pequeños mamíferos. Se tiene constancia de que en ocasiones han desenterrado tumbas poco profundas para alimentarse de cadáveres humanos. Esta costumbre de saquear las tumbas hizo que los habitantes de la isla de Komodo las trasladaran de los suelos arenosos a otros de tipo arcilloso y que apilen piedras sobre ellas para evitar estos saqueos.

Los dragones de Komodo fueron conocidos





Sobre estas líneas; casa y miembro de los pueblos Sasak, en la isla de Lombok.

En la página de la derecha, orangután de la isla de Borneo.

por primera vez por los europeos en 1910, cuando llegaron rumores de un cocodrilo terrestre al teniente Steyn van Hensbroek, de la administración colonial neerlandesa, que a la vista del escaso número de ejemplares en estado salvaje, prohibió la caza deportiva y restringieron en gran medida el número de ejemplares que se podían capturar para estudios científicos.

Hay aproximadamente entre 4.000 y 5.000 dragones de Komodo en estado salvaje. Las poblaciones están limitadas a las islas de Gili Motang (100), Gili Dasami (100), Rinca (1.300), Komodo (1.700) y Flores (quizás unos 2.000). Sin embargo, existe la preocupación de que sólo podrían quedar unas 350 hembras reproductoras. En respuesta a esta preocupación, en 1980 se fundó el Parque Nacional de Komodo para proteger las poblaciones de dragones en islas como Komodo, Rinca y Padar.

Tras la visita, paseo y avistamiento por la mañana en la isla de Rinca, el Panorama II se dirige por la tarde hasta la llamada playa rosa "Pink Beach", también perteneciente al Parque Nacional, donde la arena adquiere un tono rosáceo motivado por la mezcla con el coral, y al día siguiente se visita la pequeña Isla Moyo, famosa por la cascada Mata Jitu y por haber sido destino de celebridades como Diana de Gales, Mick Jagger o Maria Sharapova.

### Lombok, los pueblos Sasak y los fondos marinos

La isla de Lombok tiene 4.725 km<sup>2</sup> de extensión y una población de poco más de un millón y medio de habitantes. Su grupo étnico mayoritario es el pueblo Sasak, más o menos la mitad de toda la población. Habitantes autóctonos de la isla, los



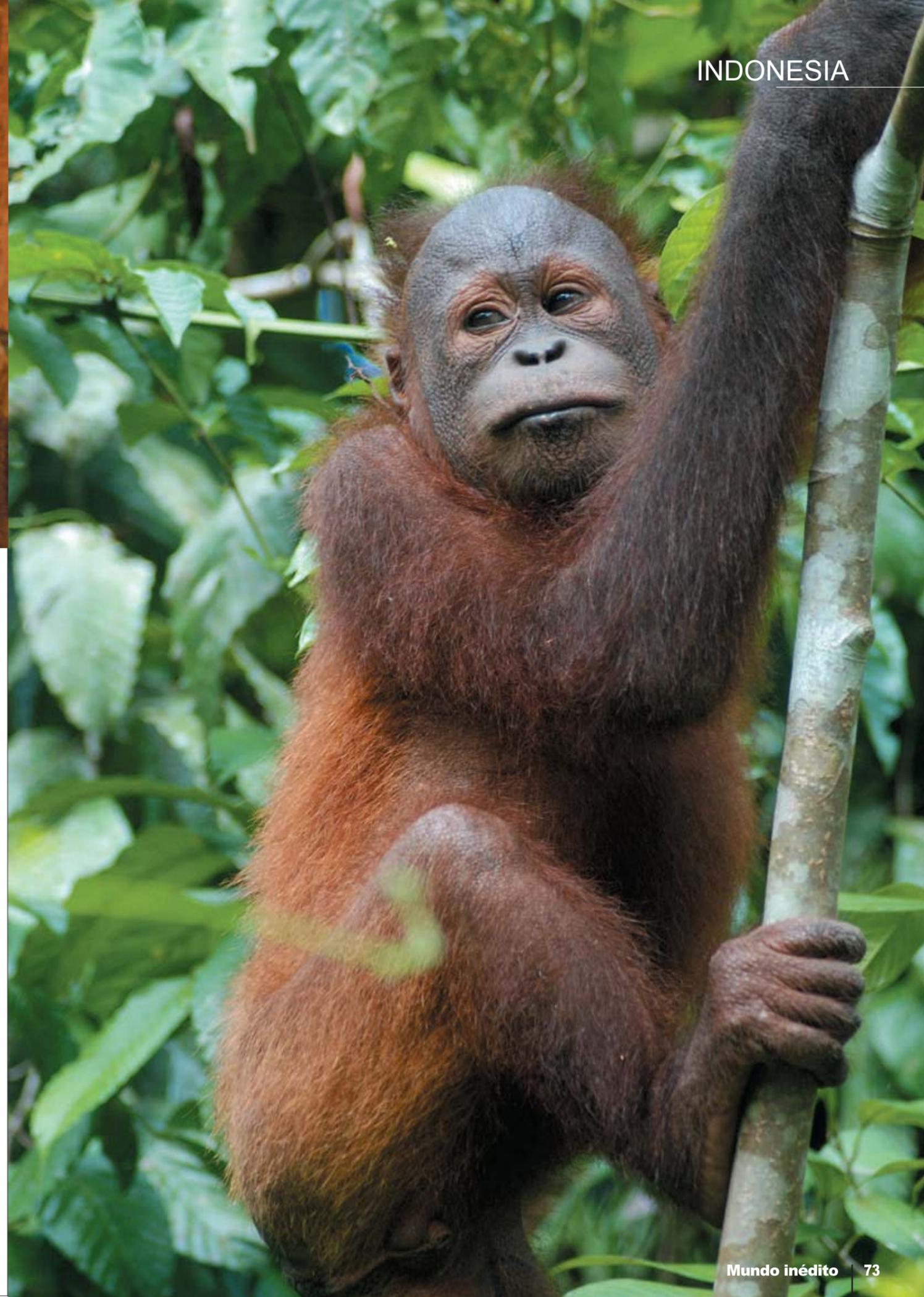
sasaks pasaron a depender políticamente de las dinastías hindúes de la vecina Bali en el siglo XVIII, pueblo con el que guardan una estrecha relación histórica y cultural.

Con un turismo no tan masivo como la cercana Bali, en Lombok los visitantes encuentran playas casi desiertas y paisajes de gran belleza, como el que rodea al estratovolcán Rinjani de 3726 metros, el tercero en altitud de toda Indonesia.

Frente a Lombok, las tres pequeñas islas Gili (Gili Trawangan, Gili Meno y Gili Air) constituyen un destino común para los turistas que buscan la experiencia de visitar alguna isla remota. Cada isla tiene varios pequeños resorts que por lo general consisten en varias cabañas para los turistas, una pequeña piscina y un pequeño restaurante. La mayoría de los habitantes locales viven en Trawangan, un municipio que se extiende a lo largo de su lado este. Los automóviles y el tráfico motorizado están prohibido en las islas por ordenanza local, por lo que el método preferido de transporte es a pie y en bicicleta o coche de caballos llamado cidomo. El buceo alrededor de las Gilis también es popular debido a la abundancia de su vida marina y atractivas formaciones coralinas.

### Los orangutanes de Sumatra y Borneo

Sumatra es la tercera isla grande del archipiélago indonesio. Siempre ha formado una columna vertebral fundamental para Indonesia, siendo la principal exportadora de petróleo, gas natural, caucho, aceite de palma, tabaco, té, café y made-



ra. Como Java, está formada por una cordillera longitudinal de montañas, un doble pliegue en la corteza de la tierra con una depresión central con una longitud aproximada de 160 kilómetros, donde se localizan alrededor de 90 volcanes, 15 de los cuales están todavía activos.

Sumatra, llama la atención por la diversidad de etnias que la habitan. Acináis, Minangkabaus, Gayas, Bataks... Estos últimos habitan casas en forma de barco construidas sobre pilotes. Medan, frente a las costas de la península de Malaca es una cosmopolita ciudad que cuenta con mezquitas, templos chinos e hindúes y el antiguo palacio de los sultanes de la isla. El lago Toba o la ciudad de Sawah Lunto, son excursiones interesantes. Y uno de sus grandes atractivos son los orangutanes, que también viven en las selvas de Borneo.

El orangután es uno de los grandes simios y posee largos brazos con pelo rojizo, a veces marrón. En posición vertical puede alcanzar hasta los 2 metros de altura con una apertura de brazos de 3 metros. La palabra orangután deriva del malayo Orang Hutan que significa hombre de la selva.

Tienen la cabeza ampliamente desarrollada en sentido vertical con un cráneo en forma de cúpula,

ojos muy poco distanciados entre sí, pabellones auriculares muy pequeños, labios grandes, gruesos y muy móviles. Los machos adultos a veces pueden poseer grandes adiposidades en torno al hocico y alrededor del cuello. Se dice que aquellas formaciones representan el poder del individuo y cuando se trata de uno especialmente dominante el tamaño de éstas son considerablemente desarrolladas.

Los orangutanes son los más arborícolas de todos los grandes simios, pasando casi todo el tiempo en los árboles. Sólo se encuentran en los bosques tropicales de las islas de Borneo y Sumatra. El orangután es de carácter pacífico y generalmente no ataca al hombre ni a otros animales. Vive aislado en pequeños grupos familiares, pasando la mayor parte del tiempo trepando árboles y alimentándose de sus frutos, hojas y retoños.

Como otros grandes simios, los orangutanes son remarcablemente inteligentes. A mediados de los años 1990 se halló una población de orangutanes que periódicamente utilizaban herramientas para proporcionarse alimentos. Hoy en día, queda claro que los orangutanes no son hombres de la selva, pero por suerte habitan todavía sus bosques tropicales.

Aparte de los orangutanes, la biodiversidad de Borneo incluye otros primates, entre los que destaca el llamado Mono narigudo o "Proboscis Monkey".

Borneo es la tercera isla por tamaño del mundo, con una superficie de 743,330 km<sup>2</sup>. Políticamente se divide en el Sultanato de Brunei, la región Indonesia de Kalimantan y las regiones malayas de Sarawak y Sabah.

### Otros animales de Borneo

En los últimos años se han encontrado al menos 52 especies nuevas de animales y plantas en los bosques de Borneo, siendo el número total de nuevas especies identificadas en la isla más de 400 desde 1994, según un informe del Fondo Mundial para la Naturaleza.

Los descubrimientos recientes incluyen 30 especies de peces únicos, dos especies de rana árbol, 16 especies de jengibre, 3 especies de árboles y una especie de planta con hojas largas. Estos descubrimientos reafirman la posición de Borneo como uno de los centros más importantes de biodiversidad en el mundo.

Uno de los animales que llama especialmente la atención es el Mono narigudo. El *Nasalis larvatus*, también conocido en el mundo anglosajón como Proboscis monkey es un primate catarrino de la fa-

milia Cercopithecidae endémico de la isla de Borneo y la única especie del género *Nasalis*. Se alimenta tanto de brotes como de hojas y se desplaza trepando por los árboles, siendo así mismo un buen nadador, capaz de cruzar profundos canales para conseguir comida o escapar de algún peligro.

En peligro de extinción debido a la pérdida de su hábitat natural y a la caza, se calcula una población que ronda los 7.000 ejemplares. Es inconfundible por su cara rosada y su larga nariz, abultada y carnosa, la cual se cree que puede ser resultado de la selección sexual, ya que la hembra prefiere machos de nariz grande, perpetuando esta característica. Las narices de las hembras no son tan grandes, pero las de los machos cuelgan boca abajo debido al peso. Su nariz se hincha y se vuelve de color rojo cuando se excitan o se enfadan. También crean sonidos fuertes como una advertencia, cuando sienten peligro. Otra característica evidente del mono narigudo es su gran vientre.

La longitud de los machos entre la cabeza y el cuerpo oscila entre 66 y 76 cm, con un peso de 16 a 22 kg, mientras las hembras entre cabeza y cuerpo miden de 53 a 64 cm, con un peso de 7 a 11 kg. Sus colas son tan largas como su cuerpo,





alcanzando hasta 75 centímetros en el caso de los machos. Se trata de una especie territorial, que únicamente se encuentra en la isla de Borneo (Indonesia, Malasia y Brunei), habitando bosques mixtos, manglares pantanosos, bosques cerca de ríos y selvas tropicales, y evitando las zonas deforestadas y los asentamientos humanos.

Suelen vivir en grupos desde 10 hasta 32 individuos, pero en algunos casos pueden alcanzar hasta 60 o 80 individuos. Su sistema social tiene dos niveles. Uno es el grupo de machos con crías, jóvenes y adultos. Los jóvenes machos dejarán el grupo donde se criaron alrededor de los 18 meses, y se unirán a un grupo de adultos. Hay muy poca agresión entre los machos cuando forman grupos. Las hembras pueden trasladarse de un harén a otro cuando son jóvenes, y los harenes son en su mayoría estables.

Las hembras paren una única cría, con un período de gestación en torno a los 166 días. Los machos alcanzan la madurez sexual en unos 4-5 años y las hembras a los 4 años, siendo la esperanza de vida de unos 20 años. En Borneo también destacan los rinocerontes y elefantes asiáticos, el leopardo o pantera nebulosa, los macacos y los gibones, aparte de gran cantidad de aves, siendo importantes así mismo los grupos humanos dayaks, en otro tiempo temidos como cortadores de cabezas.

Dayak es un término genérico que no denomina con exactitud a una etnia o tribu, pero sí distingue a la gente indígena de la población que habita en las zonas costeras de Borneo. La mayoría de los dayaks son gente ribereña que vive en pequeñas comunidades de casas comunales. Tradicio-

nalmente los niños viven con sus padres hasta que se casan y los varones, que por lo general buscan novias fuera de su pueblo natal, se quedan a vivir en la comunidad de su esposa. Su economía de subsistencia se basa en el cultivo del arroz, complementada con la caza y la pesca. Actualmente suman más de dos millones de integrantes y usan por idioma, diversas lenguas dayak.

En la región indonesia de Papúa, antes llamada Irian Jaya y fronteriza con Papúa Nueva Guinea con la que comparte isla, se puede encontrar una jungla frondosa habitada por tribus que todavía viven en la prehistoria como es el caso de los Danis

### La importancia de las Molucas en la Era de los Descubrimientos

Antes del siglo XIV, mercaderes indios, árabes y chinos llegaron a algunas islas de Indonesia, especialmente las Molucas, en busca de las especias con las que, casi en exclusividad, abastecían al mundo. Los avances tecnológicos de la época en materia de cartografía y astronomía, además de la construcción de los primeros navíos capaces de navegar con seguridad en aguas abiertas propició la Era de los Descubrimientos de España y Portugal, que utilizaron un nuevo tipo de nave, la carabela, el astrolabio y el sextante, y las tablas de inclinación del sol. Los avances portugueses y españoles y las disputas que conllevaron se dirimieron en el Tratado de Tordesillas, con el fin de determinar cuáles eran los derechos de ambas coronas sobre las tierras descubiertas.

En 1519 por lo que ahora se cumplen los 500

años, Fernando de Magallanes, al servicio de la Corona de Castilla, empezó su travesía con el fin de llegar a las Molucas intentando demostrar que estas islas pertenecían a Castilla y no a Portugal. Tras pasar en 1521 por el estrecho que lleva su nombre (del Atlántico al Pacífico) tomó camino hacia el noroeste. La expedición fue tocando tierra en varias de las islas conocidas hoy como Filipinas, enfrentándose en muchas de ellas con los indígenas y muriendo Magallanes en la batalla de Mactán. Su segundo, Juan Sebastián Elcano consiguió completar el viaje, llegando a las islas Molucas a finales de 1521. Volvió a España desde estas islas, llegando en julio de 1522, tras dar la primera vuelta al mundo navegando siempre hacia el oeste y sin atravesar los territorios dominados por Portugal. Regresaron 18 marineros habiendo perecido 216 durante el viaje. Las vicisitudes de la circunnavegación se conocen a través del italiano Antonio Pigafetta, llamado también Antonio Lombardo, quien relató todos los hechos ocurridos en los tres años de la asombrosa aventura en su "Relación del primer viaje alrededor del mundo".

En 1525, el rey emperador Carlos V decidió enviar otra expedición a las islas Molucas con la intención de conquistarlas definitivamente. La empresa, dirigida por García Jofre de Loáisa, sufrió terribles desastres, y los pocos supervivientes, cuando llegaron a las Islas de las Especias, fueron atacados y derrotados por soldados portugueses. Después, el dominio de las islas Molucas le fue otorgado a Portugal, mientras que España gobernó por mucho tiempo las Filipinas.

Se estima que Borneo cuenta con al menos 222 especies de mamíferos (44 de ellas endémicas), 420 de aves residentes (37 endémicas), 100 anfibios, 394 peces (19 endémicos) y 15.000 plantas (6.000 endémicas). Un auténtico paraíso de la diversidad.

En la página de la derecha, carretera principal atravesando la ciudad de Tidore, en la isla del mismo nombre.

### Guerra de las Provincias Unidas contra Portugal

Tras la muerte del rey portugués Sebastián en Marruecos, en la batalla de Alcazarquivir (1578) y tras diversas disputas dinásticas, la corona recayó en Felipe II, reconocido como rey de Portugal en las Cortes de Tomar (1581). El mismo año en que, bajo la dirección del estatuder Guillermo de Orange, apodado el taciturno, las Siete Provincias Unidas de los Países Bajos proclamaron la independencia e iniciaron la guerra contra España y el Imperio portugués se convirtió en una blanco apropiado para las incursiones militares, mientras los comerciantes neerlandeses se incorporaron al comercio intercontinental de las especias.

Algunos mercantes neerlandeses como Jan Huygen van Linschoten y Cornelis de Houtman obtuvieron el conocimiento secreto de las rutas y de las prácticas del comercio portugués, proporcionando oportunidad para sus intereses.

### La creación de la Compañía Holandesa de las Indias Orientales

El resultado de la guerra fue la formación de un Imperio neerlandés con fuerte presencia en el lejano oriente y algunas colonias en la costa oriental de Sudamérica y la costa africana. La Compañía Holandesa de las Indias Orientales, Vereenigde Oostindische Compagnie o VOC creada el 20 de marzo de 1602, concentró los esfuerzos comerciales holandeses bajo un solo mando y una sola

política cuando los Estados generales de los Países Bajos le concedieron un monopolio de 21 años para realizar actividades coloniales en Asia. Fue la primera corporación multinacional en el mundo y la primera compañía que publicaba sus ganancias. El archipiélago pasó a ser controlado y administrado directamente por el estado neerlandés hasta su independencia en 1949, excepto en el periodo de las Guerras Napoleónicas, en el cual todas las colonias de los Países Bajos estuvieron administradas por Inglaterra.

La gran fuente de riqueza en las Indias Orientales fue el comercio dentro del archipiélago de las Molucas, donde las especias se adquirían con plata originaria de América, más codiciada en Oriente que en Europa. Concentrando los monopolios en las especias, la política neerlandesa fortaleció el monocultivo. Ambón y Ternate se dedicaron al clavo de olor, Timor al sándalo, y las islas de la Banda a la nuez moscada y a la pimienta. Esta política de monocultivo conectó las economías de las islas a un sistema en el que todas necesitaban de las otras para satisfacer sus necesidades.

### Fuertes españoles y portugueses en Ternate y Tidore

En septiembre de 2019 y como complemento del crucero anteriormente mencionado, he realizado una extensión a las Molucas para visitar los fuertes portugueses y españoles, concreta-

mente a las islas de Ternate y Tidore, que forman parte de las islas Molucas septentrionales.

Ternate es una pequeña isla y ciudad (Nuestra Señora del Rosario de Terrenate) próxima a la costa occidental de la gran isla de Halmahera, siendo Ternate la ciudad más grande de la provincia y la isla dotada de aeropuerto.

Hasta la colonización neerlandesa del siglo XIX, los sultanes de Ternate dominaban un imperio que se extendía desde Célebes (Sulawesi) a Papúa. Su principal competidor era el cercano sultanato de Tidore. Los primeros europeos en llegar a Ternate fueron los componentes de la expedición portuguesa de Francisco Serrao, que se hundió cerca de Ceram. El sultán de Ternate, pensando que podría aprovecharse del poderío militar portugués, llevó a la expedición a su isla y permitió a los portugueses construir una fortaleza en 1512.

Cuando la expedición española comandada por García Jofré de Loaisa llegó a las Molucas en 1526 y creó un fuerte en la cercana isla de Tidore, Portugal la atacó desde el suyo en Ternate. En 1575 el sultán expulsó a los portugueses del fuerte. En 1606, fuerzas españolas capturaron el fuerte, deportando al sultán a Manila. La ciudad pasó a denominarse Nuestra Señora del Rosario de Terrenate.

En 1606, los españoles conquistaron el antiguo fuerte construido por los portugueses en Ternate, y deportaron al sultán Said ud-din Barakat Shah y a sus allegados a Manila. Al año siguiente los ternateses se aliaron con los holandeses en contra de los españoles que dominaban la mitad de la isla y se habían aliado con la vecina Tidore. Retomaron el poder y su influencia se fortaleció a la vez que extendían sus territorios en la región, en particular bajo el reinado del sultán al-Hamza Hajah (1627-1648). Los españoles abandonaron las islas Molucas en 1663.

En el siglo XVIII, Ternate fue la sede de un gobierno de la VOC y procuró controlar todo el comercio del norte de las islas Molucas, desde el Fuerte Orange. En el siglo XIX, con el declive del comercio de las especias, la región perdió importancia para los holandeses que sin embargo mantuvieron su presencia a fin de impedir la instalación de otras potencias europeas. Desde 1946, fecha de la independencia de Indonesia, subsiste como autoridad tradicional, pero sin poder político. Hoy en día el sultán de Ternate es Muzaffar Shah II, que asumió el título en 1986. Reside en un palacio construido en 1796, que fue restaurado en un estilo semi-colonial y parcialmente convertido en museo. La bandera del sultanato es amarilla (color de la realeza) con un disco blanco en el

Bajo estas líneas: fortaleza conocida con el nombre de "La Torre", construida por los españoles en la isla de Tidore.

En la doble página siguiente: laguna, fortaleza portuguesa, palacio del sultán y alimentos en el mercado de la isla de Ternate.





centro llevando una inscripción arábica.

En la isla se pueden visitar actualmente cuatro fuertes (bentengs) de la primera época portuguesa aunque utilizados posteriormente también por los neerlandeses: Tolukko (San Lucas) y Kalamata, ambos reconstruidos; San Pedro y San Pablo y Nostra Señora del Rosario (en ruinas) y el Fuerte Orange, el que fuera primera sede de la VOC en toda Indonesia, antes de su traslado a Yakarta.

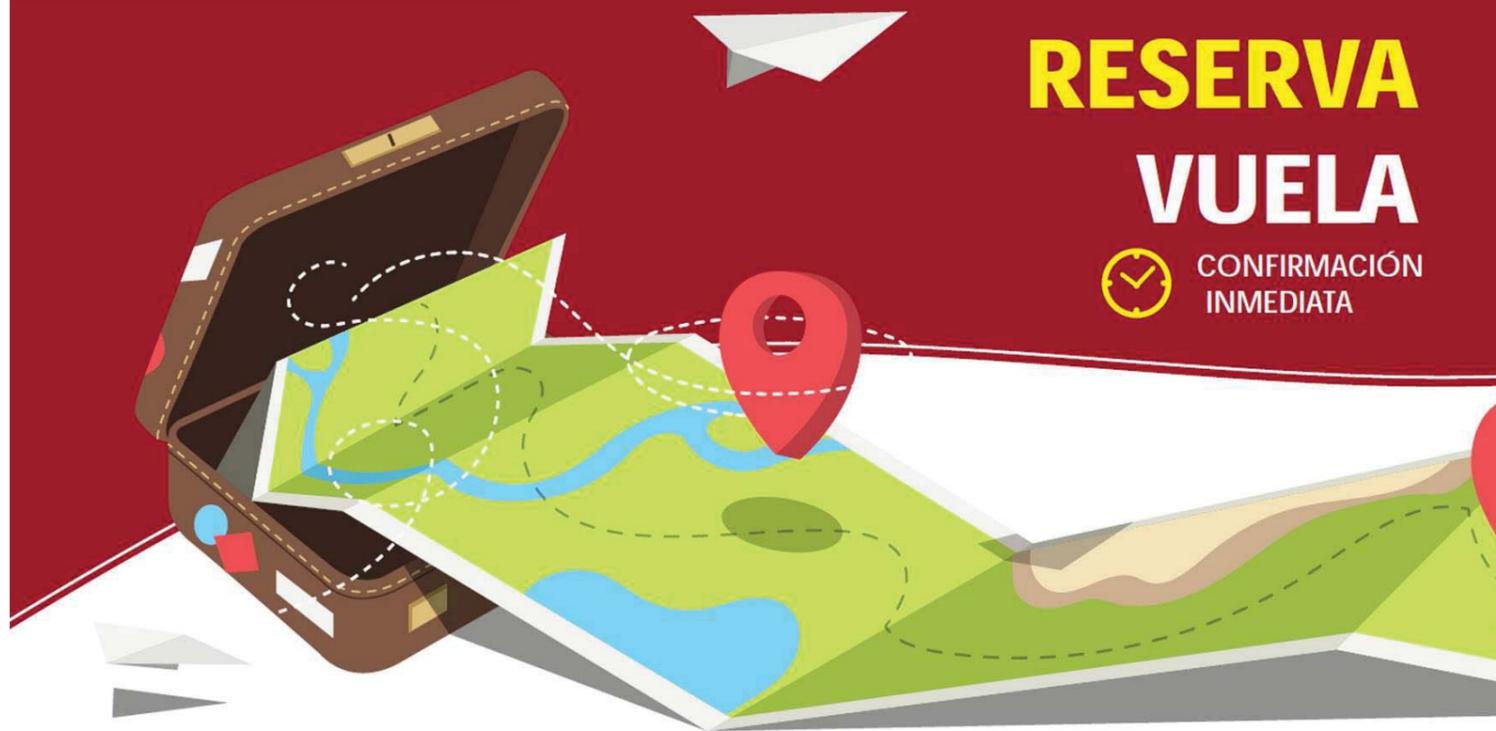
La isla de Tidore tiene una superficie de 116 km<sup>2</sup> y su mayor altitud es el pico Kiematabu, con 1730 metros. En la época anterior a la llegada de los europeos, Tidore fue un importante centro político y económico regional, fieramente enfrentado con su vecina septentrional, Ternate. Tidore estableció una alianza poco estrecha con los españoles en el siglo XVI, lo que les permitió erigir dos fortalezas en la isla. Si bien la desconfianza mutua entre tidoreses y españoles era intensa, la presencia española resultaba de provecho para Tidore al proporcionarle ayuda para resistir las incursiones de Ternate, su ancestral enemigo, así como las fuerzas holandesas que contaban con una base en esa isla.

Cuando los españoles dejaron la región en 1663, Tidore se convirtió en uno de los reinos más independientes de la región, resistiendo los intentos de control directo por parte de la VOC. Al igual que Ternate, Tidore permitió que el programa holandés de erradicación de los cultivos de especias, destinado a consolidar el monopolio del comercio de especias gracias a la restricción de la producción, tuviera lugar en sus territorios. Hoy en día, la visita a los fuertes Tohula y Torre, permiten recordar la huella dejada por los españoles en estas tierras lejanas hace 500 años.



CORRE  
RESERVA  
VUELA

CONFIRMACIÓN  
INMEDIATA



- **MARRUECOS** | P. Constitución..... desde **175 euros**
- **MARRUECOS** | Fin de año..... desde **812 euros**
- **MARRUECOS** | Semana Santa..... desde **387 euros**
- **EGIPTO** | Fin de año..... desde **1.669 euros**
- **EGIPTO** | Semana Santa 2020..... desde **1.600 euros**
- **TURQUÍA** | Puente de diciembre..... desde **540 euros**
- **TURQUÍA** | Semana Santa 2020..... desde **833 euros**
- **TÚNEZ** | Puente de diciembre..... desde **225 euros**
- **TÚNEZ** | Fin de año..... desde **1.881 euros**



• Precios por persona en categoría Turista o 3 estrellas según programa en habitación doble. Consulta supl. individual y  
• Precios válidos para circuitos y estancias nombradas según indica.

• Confirmación inmediata en el momento de realizar la reserva.  
• Plazas limitadas. Consulta descuento 3ª personas y niños.  
• Consulta disponibilidad de recogida en Costa del Sol.

## Entrevista a Abílio Martins, Vicepresidente de Marketing y Ventas de TAP Air Portugal

El Hub TAP en Lisboa es una puerta de entrada europea clave en la encrucijada de África, Norte, Centro y Sudamérica.

Y con nuestros vuelos a España ofrecemos una magnífica alternativa para volar a estos destinos.

¿Nos puede hacer una breve introducción de la compañía desde 1945 hasta la actualidad?

TAP es la aerolínea líder de Portugal, en funcionamiento desde 1945 y miembro de Star Alliance desde 2005. El hub de TAP en Lisboa es una puerta de entrada europea clave en la encrucijada de África, Norte, Centro y Sudamérica, donde TAP se destaca como la aerolínea líder internacional en operación a Brasil. La red de la compañía sirve 90 destinos en 36 países en todo el mundo. Actualmente, TAP opera alrededor de 3.000 vuelos semanales en una flota moderna de 85 aviones Airbus y 21 aviones en TAP Express, operando en la red de la aerolínea regional, sumando una flota de 106 aviones en total.

Vds. han aumentado el número de viajeros transportados en el primer semestre de 2019 con cifras de récord histórico. ¿Cómo valoran esta clara tendencia positiva?

Entre enero y agosto, TAP transportó a más de 11.300.000 pasajeros, un aumento del 6,7 por ciento respecto al mismo período del año pasado. Esta tendencia de crecimiento es muy importante porque, por un lado, confirma la tendencia de recuperación del resultado de crecimiento de pasajeros observado en el segundo trimestre del año y también demuestra la corrección del compromiso de TAP con la diversificación del mercado, especialmente con las nuevas rutas y el fuerte aumento en la operación norteamericana.

Hablemos primero de las conexiones entre España y Portugal. En ocasiones se ha dicho que ambos países no estaban suficientemente comunicados a pesar de su cercanía. ¿Está de acuerdo? TAP es la compañía que más vuelos ofrece entre España y Portugal. Une con vuelos directos Madrid, Barcelona, Bilbao, Alicante, Valencia, Málaga, Sevilla, Gran Canaria y Tenerife a Lisboa, la capital, y también Madrid a Oporto. Hay espacio y mercado para seguir creciendo y aumentando vuelos y destinos, pero hoy en día ya existe una fantástica comunicación entre los dos países.

¿Realmente se puede hablar de un Puente aéreo Madrid-Lisboa y Madrid-Oporto?

Sí. En el verano del 2020 TAP tendrá una oferta de ocho vuelos diarios Madrid-Lisboa y de seis vuelos diarios Madrid-Oporto. Es una oferta muy fuerte; el producto está siendo diseñado, será diferenciador y se presentará a su debido tiempo, aportando ventajas y simplicidad en su uso. Será un verdadero puente aéreo entre Madrid y las dos principales ciudades de Portugal.

También debemos destacar en Oporto, el Puente de Lisboa Jet Air gana una frecuencia diaria más en comparación con el verano de 2019, llegando a 14 vuelos diarios, y un aumento para Funchal, que tendrá 3 vuelos diarios desde la ciudad invicta.

¿Qué otras rutas quiere destacar en España?

TAP tendrá un +46% de vuelos de España a Portugal el próximo verano, lo que equivale a 86 vuelos más. Esta es una inversión de la compañía en un mercado que sigue siendo el número uno para TAP en Europa, si excluimos la venta directa.



**Abílio Martins, Vicepresidente de Marketing y Ventas de TAP Air Portugal**

**Abílio Martins fue Director de Comunicaciones de PT Portugal y también responsable de la comunicación de la brasileña Oi. Además de director de comunicaciones de la operadora telefónica portuguesa, Abílio también fue administrador de Sapo.**

Además del aumento en los vuelos desde Madrid mencionados anteriormente, esperamos un crecimiento en la operación a Lisboa desde varias ciudades; Barcelona tendrá siete vuelos diarios, Valencia, Málaga y Bilbao, tres, y Sevilla, cuatro. Además, TAP comenzará a partir de diciembre su operación NIGHT STOP en Bilbao, con un horario más adecuado para el tráfico corporativo. Y el próximo verano la gran noticia será la nueva ruta desde Santiago de Compostela, con 2 vuelos diarios. Este aumento en la capacidad y las nuevas frecuencias con buenos horarios permitirán estar más cerca de las necesidades del tráfico corporativo no solo de punto a punto, sino también en Larga Distancia, dada la excelente conectividad en Lisboa con su operación a EE. UU, África y Brasil, donde TAP continúa invirtiendo, con un fuerte impacto en el mercado español.

Vamos a los tramos africanos y especialmente de las excolonias portuguesas: Angola, Mozambique, Guinea Bissau, Cabo Verde, Sao Tomé y Príncipe. ¿Son la mejor opción para el mercado español? ¿Qué aviones utilizan?

El nuevo A330neo de TAP empezará a volar a Luanda ya el 01 de octubre, y para finales de año, volará también a Maputo. Santo Tomé y Príncipe es un destino con una oferta única y una demanda creciente. Además de estos destinos en África, TAP también tiene una oferta muy fuerte para Marruecos (Marrakech, Casablanca y Tánger) y África occidental (Accra, Abidjan, Conakry y Banjul). Sí, creemos que para los destinos africanos que forman parte de la red de TAP elegir la compañía portuguesa puede ser la mejor opción de viaje para los españoles que desean volar a estos destinos.

**"En el verano del 2020 TAP tendrá una oferta de ocho vuelos diarios Madrid-Lisboa y seis vuelos diarios Madrid-Oporto."**

Además de estos cambios, TAP ofrecerá vuelos diarios a Casablanca (Marruecos), y vuelos diarios a Tel Aviv, ambos operados con el modelo A321LR de Largo Alcance, que también comenzará a operar hacia Moscú.

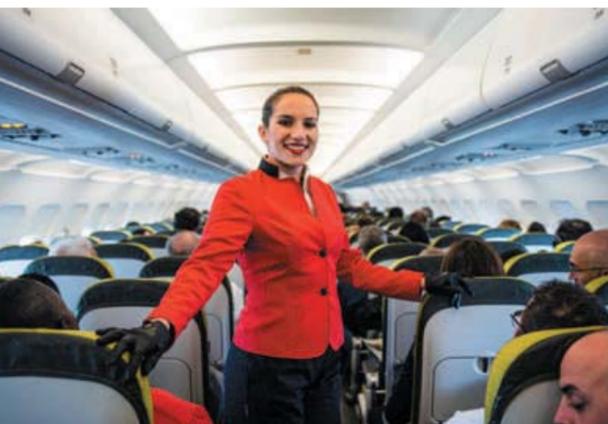
También Brasil representa una apuesta tradicional por parte de TAP. ¿Qué ciudades ofrecen?

TAP continúa invirtiendo en Brasil, con más operaciones en el próximo verano 2020 a ciudades como Natal y Belén que pasan a cinco vuelos semanales cada una y con operación en los nuevos aviones A321LR. Desde Oporto hasta Sao Paulo, TAP también aumenta su operación, pasando a cuatro vuelos semanales, que se unen a los tres diarios desde Lisboa. Los otros destinos mantienen su operación: Río de Janeiro con 12 vuelos semanales desde Lisboa y dos desde Oporto, Belo Horizonte, Salvador de Bahía y Fortaleza con vuelos diarios, Brasilia con seis vuelos semanales, Recife con nueve y Porto Alegre con cuatro semanales. En total, TAP tendrá 88 vuelos semanales desde Lisboa y Oporto a 10 ciudades de Brasil y una maravillosa conexión desde las 10 ciudades con operaciones en España (Alicante, Barcelona, Bilbao, Gran Canaria, Madrid, Málaga, Santiago de Compostela (nuevo destino V2020), Sevilla, Tenerife y Valencia). TAP continúa siendo la compañía aérea N.º 1 que vuela entre Europa y Brasil.

Y parece que los grandes esfuerzos los están empleando en Estados Unidos. ¿Cuáles son las ventajas de viajar a Estados Unidos con Vds. para los españoles?

En 2020, la Compañía mantendrá su gran presencia en Estados Unidos, con cuatro vuelos diarios desde Nueva York: duplicando las frecuencias

"Tenemos servicios exclusivos, atención personalizada y la máxima comodidad para que puedan descansar, o trabajar, mientras vuelan."



diarias entre Lisboa-JFK, así como entre Lisboa-Newark y Oporto-Newark, con vuelos diarios. Por su parte, Miami recibirá 10 vuelos a la semana en vez de los siete actuales. También las nuevas rutas de Washington DC y Chicago contarán con vuelos diarios.

Este aumento de capacidad a las principales ciudades de Estados Unidos y el aumento de vuelos desde España a Lisboa y Oporto ofrecen una conectividad estupenda. Nuestros clientes podrán volar desde España a Estados Unidos sin perder mucho tiempo en Lisboa u Oporto, si esa es su opción. Principalmente para el cliente corporate que quiere llegar rápido al destino, TAP será una muy buena opción, porque el cliente estará volando en una ruta hacia el destino y porque no pierde tiempo con traslados; la conexión es rápida gracias al significativo número de vuelos entre España y Portugal, no sólo desde Madrid y Barcelona, sino también desde las demás ciudades con operación directa de TAP. Adicionalmente y para el cliente leisure, si quiere aprovechar para hacer una parada en Lisboa u Oporto, podrá aprovechar a la ida o en el retorno el programa stopover de TAP, que le permite quedarse en una de estas ciudades sin coste adicional.

Todos estos vuelos aumentan, siempre con las mejores conexiones desde las distintas ciudades españolas con operación de TAP.

¿En qué consisten estos stopovers Lisboa y Oporto que ha mencionado?

Con el programa Stopover, todos los clientes TAP con vuelos de conexión vía Lisboa u Oporto a otros destinos pueden beneficiarse de una estancia en Portugal de entre uno y cinco días, sin costes de billetes aéreos adicionales y con acceso a ventajas exclusivas, como ofertas de descuentos y una botella de vino en restaurantes asociados, descuentos en la tarifa más baja disponible en hoteles, acceso a experiencias gratuitas, etc. Es una forma de viajar a dos destinos por el precio de uno, pero con importantes ventajas.

¿Nos puede hablar un poco de las características de su Business Class en largo recorrido tanto a nivel de espacio como de gastronomía?

Tenemos servicios exclusivos, atención personalizada y la máxima comodidad para que puedan descansar, o trabajar, mientras vuelan. La nueva clase Executive cuenta ahora con una decoración uniformizada con sofisticados tejidos. La iluminación es más suave durante los servicios, todo para que la cabina resulte aún más acogedora. En nuestra flota de A330, los asientos Recaro Lie-flat son verdaderas camas, con almohadas antialérgicas que duplican el tamaño anterior y revestimiento tejido más suave al toque, especialmente fabricado para TAP.

La Gastronomía es otro de nuestros puntos fuertes con una calidad superior. Nuestros menús ensalzan los productos portugueses y los postres tradicionales, para que lo portugués sea conocido por el mundo.

Muchas gracias.



## MÓNTATELO TAN BIEN COMO TUS CLIENTES

CUANDO DECIDEN IRSE DE VIAJE.

Porque los **Seguros de Viaje del RACE** están hechos para que tus clientes tengan la máxima tranquilidad y tú, los mejores beneficios.

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

Miembro adherido a:





## DESTINO COMUNIDAD DE MADRID



© ALSA



© Belen Imaz/Comunidad de Madrid



© Belen Imaz/Comunidad de Madrid

## Viajeros al tren con destino al Patrimonio de la Humanidad en la Comunidad de Madrid

SERÁ UN VIAJE EN EL TIEMPO QUE HARÁ DE TU VISITA UNA EXPERIENCIA ÚNICA

España es el tercer país del mundo en cuanto al número de enclaves declarados por la UNESCO Patrimonio de la Humanidad, después de Italia y China. La región de Madrid cuenta con cuatro de estos enclaves - San Lorenzo de El Escorial, Alcalá de Henares, Aranjuez y el Hayedo de Montejo. Se espera que en breve se pueda unir a ellos el quinto, el candidato "Eje del Paseo del Prado y del Buen Retiro".

Conocer estos lugares de reconocido valor mundial es una experiencia inigualable y, aún más, si llegamos a ellos en un tren histórico. Actualmente tenemos la fortuna de poder llegar a Aranjuez en el Tren de la Fresa, a San Lorenzo de El Escorial en el Tren de Felipe II y a Alcalá de Henares en el Tren de Cervantes. Durante el recorrido de estos trenes singulares, tanto por su diseño como por sus actividades turísticas y didácticas, se nos muestra el pasado y el presente del ferrocarril. Cualquiera que se suba a ellos podrá sentirse como aquellos primeros viajeros: locomotoras históricas, coches de carrocería y asientos de madera, ventanas tipo guillotina y balconillos en los extremos. Al ritmo sinuoso de su avance podremos contemplar árboles, plantas, pájaros, geología, pueblos con historia... En definitiva, el maravilloso entorno patrimonial y natural de región de Madrid.

Durante el recorrido de estos trenes, numerosos personajes de ésta y otras épocas acompañarán a los viajeros: Miguel de Cervantes o el rey Felipe II relatarán a los viajeros modernos como era su vida entonces. Agudicemos el oído, recreemos la vista y degustemos los productos de estas tierras que nos ofrecerán sus amables paisanos.



© Belen Imaz/Comunidad de Madrid

¡Viajeros al tren con destino a San Lorenzo de el Escorial!

A sólo unos 50 km de Madrid, en las estribaciones de la Sierra de Guadarrama, nos lleva el Tren de Felipe II a conocer El Monasterio y el Real Sitio de San Lorenzo de El Escorial, y el entorno paisajístico que ofrecen el Pinar de Abantos y el Bosque de la Herrería. Al observar su majestuosidad cuesta creer que las obras del grandioso edificio se concluyeron en tan sólo 20 años.

El Real Monasterio, obra de Juan de Herrera, cuenta con numerosos espacios de altísimo valor histórico, artístico y cultural como las dependencias palaciegas de los Austrias y de los Borbones, la Biblioteca, la Basílica, el Patio de los Reyes, los Panteones Reales, donde reposan los restos de reyes y reinas de España, y el Jardín de los Frailes. Junto a otras joyas arquitectónicas como las Casas de Oficios, la Casa de la Compañía, las Casas de los Infantes y de la Reina, la Casita del Infante y la Casita del Príncipe.

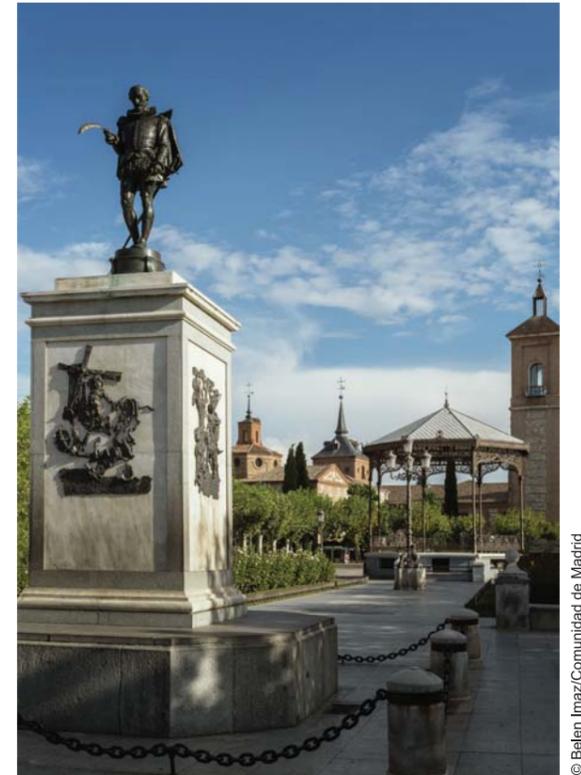
¡Viajeros al tren con destino a Alcalá de Henares! El Tren de Cervantes nos invita a conocer el gran pasado de la Ciudad del Saber, cuna del autor de Don Quijote de la Mancha, obra cumbre de la literatura universal.

A tan solo 35 km de la capital, la Universidad y Barrio Histórico de Alcalá de Henares fueron declarados Patrimonio Mundial por la Unesco en 1988. Puedes comenzar visitando el Museo Arqueológico Regional o viajar a la época romana, visitando la Casa Hippolytus o a las ruinas de Complutum. Imprescindibles son la Universidad de Alcalá, con su patio trilingüe, el Corral de Comedias que ofrece visitas guiadas además de cuatro siglos de una cuidada oferta teatral, el Palacio Laredo y el Palacio Arzobispal, sin olvidar el barrio histórico y otros edificios de gran relevancia como el Convento de las Bernardas, la Catedral-Magistral o el Monasterio de San Bernardo. En su calle Mayor -excepcional ejemplo de urbanismo medieval con soportales- se ubica el Museo Casa Natal de Cervantes donde se recrean en sus estancias las costumbres, gustos y quehaceres cotidianos de los siglos XVI y XVII.

¡Viajeros al tren con destino a Aranjuez!

El Tren de la Fresa se llamó así desde su inauguración en 1851, ya que transportaba la fruta cultivada en las huertas del Tajo y del Jarama. Fue la segunda vía férrea de la península Ibérica, conectaba Madrid y Aranjuez, que era frecuentada por la nobleza en sus salidas al campo.

El Paisaje Cultural de Aranjuez está integrado por huertas históricas, paseos arbolados, el Palacio Real y los Jardines y la propia ciudad. Junto a los admirados jardines palaciegos, -Jardines del Príncipe, de la Isla y del Parterre- todos ellos de una belleza extraordinaria, visitas imprescindibles son el Palacio Real, el Museo de Falúas Reales y la Casa del Labrador, la bicentenario Plaza de Toros y el casco histórico de trazado barroco, declarado conjunto histórico artístico.



© Belen Imaz/Comunidad de Madrid

Tras una visita al Palacio Real y un paseo por los Jardines qué mejor que degustar la gran calidad de los productos de la huerta -especialmente los espárragos y fresas- en los restaurantes locales.

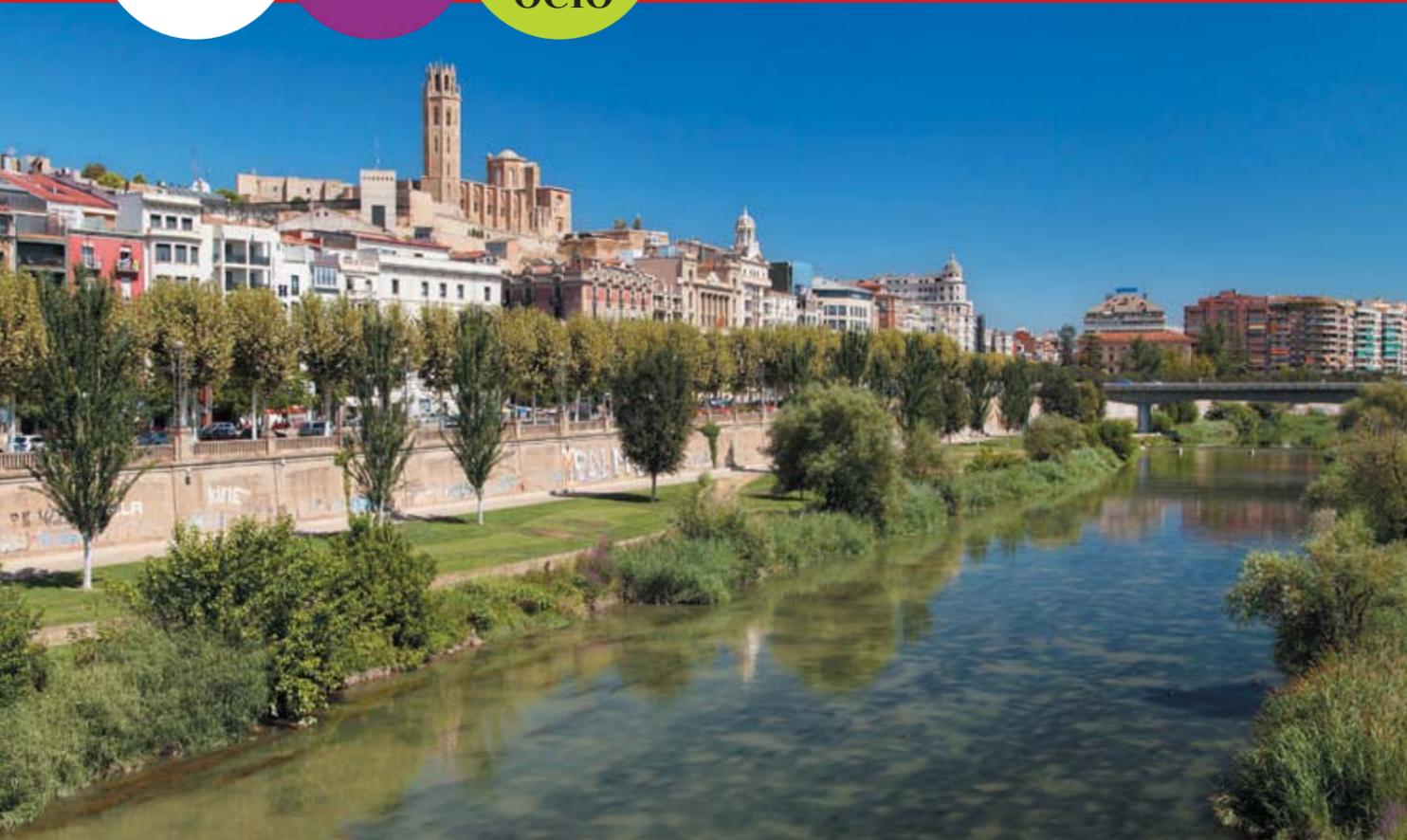
Déjate llevar en tren al Patrimonio Mundial en Madrid. ¡Viajeros al tren!

Más información:  
[www.turismomadrid.es](http://www.turismomadrid.es)





## DESTINO CATALUNYA



La Seu Vella y el río Segre (Lleida)

### CIUDADES AVE en Catalunya: un viaje por la historia

VIAJE EN TREN POR LA TARRACO ROMANA, LA LLEIDA MEDIEVAL Y LA BARCELONA MÁS ACTUAL

Con la llegada del otoño llega también una época maravillosa para subirse al tren y animarse a descubrir

los encantos de Catalunya, un destino turístico de fama mundial, que acoge con los brazos abiertos a 30 millones de turistas anuales. ¿Qué tendrá esta tierra que enamora al visitante? ¡Pues la red de trenes AVE, con parada en las 4 capitales de provincia de la comunidad, es una muy buena manera de descubrirlo!

Lleida es la primera ciudad AVE que nos encontramos en este viaje y será también nuestra primera parada. Sin duda alguna, si hay una visita imprescindible en esta ciudad es la de La Seu Vella, una imponente catedral que se alza en lo alto de una colina y que no solamente se ha convertido en la seña de identidad de la ciudad, sino que además ofrece unas imponentes vistas sobre gran parte de la comarca del Segrià. Desde allí descubriremos porqué a Lleida se la conoce como la huerta de Catalunya, una zona agrícola generosa que regala bellísimos paisajes y en la que sobresalen los cultivos de fruta dulce, aceite y vino. Volviendo a la ciudad, no podemos dejar de visitar el castillo templario de Gardeny, la ruta La Lleida Secreta o el antiguo barrio judío, recientemente museizado. ¿Un secreto para los que disfrutéis de algo más de tiempo? Poned rumbo hasta Montsonís, un pueblo con encanto medieval y



La Masia Freixa (Terrassa)



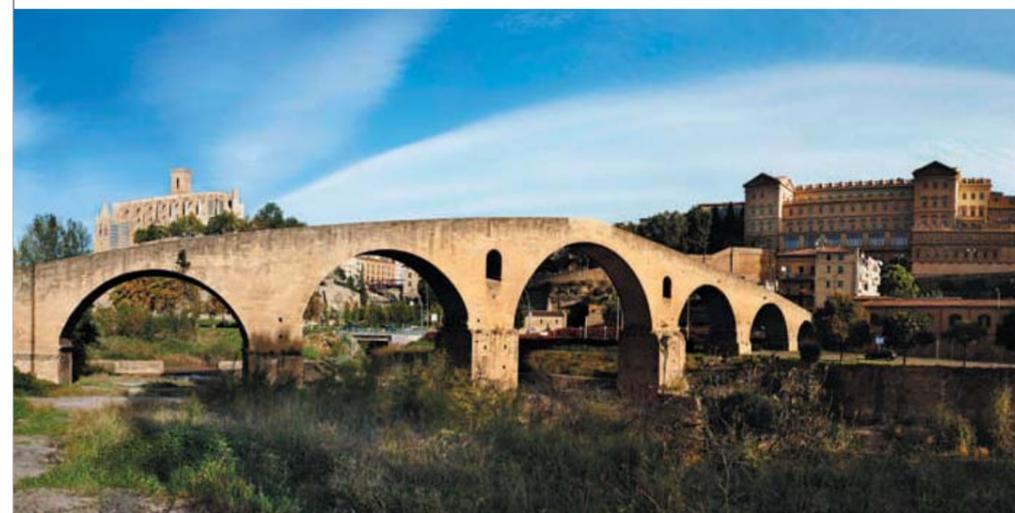
El anfiteatro (Tarragona)

tranquilidad rural que se ha convertido en ejemplo de sostenibilidad y recuperación del patrimonio.

Tarragona: ciudad Patrimonio de la Humanidad Continuamos nuestro viaje hasta Tarragona, heredera de un pasado glorioso que le ha permitido ser la única ciudad catalana catalogada como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO; el circo, el anfiteatro o el fórum son algunos de los monumentos que no pueden perderse quienes visiten la ciudad. Todo ello, a pocos pasos del Mediterráneo, y es que Tarragona es además la capital de la Costa Dorada y la puerta de entrada a uno de los parques temáticos más queridos: Port Aventura World. Además, a tan sólo 15 km de aquí nos encontramos con la modernista Reus, ciudad natal de Antoni Gaudí y que acoge el Gaudí Centre, un centro de interpretación dedicado a la figura del famoso arquitecto.

Pero seguimos viajando hasta nuestra última parada: Barcelona ¿Qué decir de la Ciudad Condal? Gastronomía, museos, moda, diseño, actividades familiares, parques, paisajes, deporte, arquitectura, sostenibilidad... La ciudad lo tiene todo y se renueva constantemente para que el visitante siempre tenga nuevas delicias con las que sorprenderse. ¿Os subís a nuestro tren?

Edificio modernista (Reus)



La Seu y el Pont Vell (Manresa)

Más información: [www.catalunya.com](http://www.catalunya.com)





Entrevista a Mr. Kumar De Silva, Chairman,  
Sri Lanka Convention

## SRI LANKA, su autenticidad y diversidad lo convierten en un destino único

¿Qué buscan la mayoría de los turistas en Sri Lanka, sol y playa o visitas culturales?

Existen muchas razones para visitar Sri Lanka entre ellas, su belleza exótica, cultura única y popularidad como destino turístico... Sri Lanka es un destino durante todo el año con playas doradas, montañas brumosas y una fauna inigualable en la región. Las sonrisas y la hospitalidad de Sri Lanka son mundialmente famosas y también lo es su comida picante. Su autenticidad y diversidad lo convierten en un destino único para el visitante.

Además del triángulo Anhadarapura, Polonaruwa y Sigiriya, y visitas a Kandy y Nuwara Eliya y al Parque Nacional de Yala, ¿cuáles son los otros puntos de interés en el país?

Ella, Jaffna y East Cost: Trincomalee, Arugam Bay, Batticaloa, Pasikuda, son algunos de los destinos famosos de la isla. Ella, a menudo descrita como el "planeta solitario", es un pequeño pueblo ubicado en las tierras altas de Sri Lanka, convirtiéndose en uno de los destinos más populares entre los viajeros. Ella es pura belleza natural, con sus cascadas, vegetación; Ella es el lugar perfecto para ir si uno quiere refrescar la mente. Trincomalee ofrece algunas playas increíbles como Uppuveli, Nilavel, Marble y Trinco. Marble Beach es una de las playas más bellas de la costa este de Sri Lanka.

Sin duda, el Parque Nacional de Yala es el más visitado, pero tiene otros parques nacionales. ¿En qué medida se pueden ver y existe una infraestructura suficiente para el alojamiento?

El Parque Nacional Willpatthu, el Parque Nacional Kumana, el Parque Nacional Mineeriywa, el Parque Nacional Udawalawe, la Reserva Forestal Sinharaja son algunos de los grandes parques nacionales ubicados en distintas regiones del país. Hay alojamientos cercanos para la mayoría de los parques. Sri Lanka ofrece una enorme cantidad de vida silvestre y biodiversidad para su tamaño. Cuenta con una docena de parques nacionales, el más famoso de los cuales son Yala y Udawalawe, y alberga aproximadamente entre cinco y seis mil elefantes en la naturaleza, y entre 120 y 200 en cautiverio, según la Organización Mundial de Protección Animal. En los meses de agosto y septiembre, cada año, las orillas alejadas del lago Minneriya crean una de las escenas más singulares que jamás haya visto, la mundialmente famosa 'Minneriya Elephant Gathering'. Un espectáculo para la vista y una visita obligada, si viaja a Sri Lanka. Los elefantes vienen de áreas más allá del embalse y, a veces, se pueden ver manadas con más 300 o 400 ejemplares.

Sri Lanka había tenido un magnífico tren turístico que dejó de funcionar hace años. Ahora está el tren del té a Nuwara Eliya. ¿Tienen planes para recuperar el Viceroy?

Nombrado "uno de los viajes en tren más pintorescos del mundo" por Lonely Planet, las líneas ferroviarias que se extienden a través de las



tierras altas de Sri Lanka fueron construidas originalmente para transportar café a través del terreno más traicionero de la isla. El lujoso carruaje Viceroy solo funciona durante los meses de temporada alta de diciembre y agosto. Sin embargo, las empresas pueden contratar el tren para viajes de grupos individuales sujetos a disponibilidad.

Hay un viaje en tren por el ferrocarril de Sri Lanka desde Colombo hasta las plantaciones de té del centro de Sri Lanka; no es solo transporte, es lo más destacado de su visita. Puedes viajar en uno de los dos modernos "trenes azules" diarios con un auto de observación de primera clase conectado a la parte trasera.

Hablemos de playas. ¿En qué medida se concentran los grandes polos turísticos con grandes hoteles o se diversifica sus muchos kilómetros de playas con alojamientos más simples?

Con más de 1.300 km de playa alrededor de la isla, es un paraíso para los amantes de la playa, el buceo y el surf. Sri Lanka tiene algunas de las playas más famosas y con capacidad para surfear de Asia, y muchos lugares asequibles para quedarse en la playa. Popular entre los viajeros europeos, las playas en el cinturón costero del sur están repletas de hoteles que van desde grandes resorts con marcas líderes, hoteles boutique y casas de huéspedes simples con características únicas.

¿Cuáles son las principales líneas de acción de su departamento en los próximos años?

Además de la participación regular en ferias comerciales y exposiciones itinerantes, SLCB planea desarrollar negocios con Asociaciones. Los materiales promocionales, incluidos películas y folletos MICE, se desarrollarán con un enfoque especial

en las opciones de incentivos diversificados disponibles en la isla. Invitar a los medios y agentes a obtener una experiencia de primera mano de diversos mercados seguirá siendo una prioridad.

¿Cuál es la importancia del mercado español para usted?

España es uno de los principales mercados de generación de incentivos y turismo para Sri Lanka desde hace muchos años. En 2017, llegaron a Sri Lanka 2.110.000 turistas y en 2018 aumentó a 2.333.000. Por lo tanto, fortalecer Sri Lanka como un destino principal entre los agentes de viajes españoles, los operadores turísticos y los viajeros españoles es muy importante para Sri Lanka.

¿Cómo valoras la celebración del Congreso CEAV en diciembre pasado?

Sri Lanka tuvo la oportunidad de mostrar las capacidades MICE de la isla y los productos turísticos auténticos y diversos que Sri Lanka tiene para ofrecer al mercado español. Brindó a Sri Lanka una gran oportunidad para mostrar el país y a Colombo como una ciudad cosmopolita con muchas atracciones diversas que proporcionaron a los participantes una idea de las diferentes opciones que podían ofrecer. Nos gustaría agradecer a CEAV por haber elegido Sri Lanka para su congreso y construir alianzas y oportunidades comerciales para nuestro beneficio mutuo

¿Puede decirnos algo para tranquilizar a los turistas españoles que planean viajar a Sri Lanka en los próximos meses?

Hemos tomado todas las medidas posibles para demostrar que la respuesta de Sri Lanka a cualquier incidente es efectiva y creíble. Estamos tranquilizando al mundo, informando de que Sri Lanka ha tomado todas las medidas para garantizar la seguridad de los turistas dentro del país y que el turismo de Sri Lanka está a punto de lanzar una intensa campaña de marketing global para acelerar aún más el proceso de recuperación.

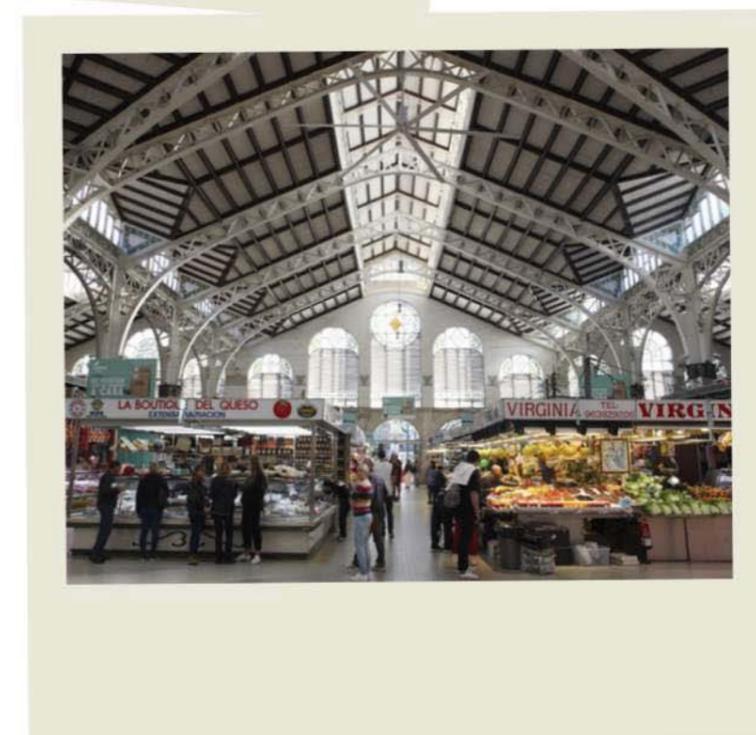
Entonces estamos muy abiertos a los negocios; Te necesitamos a ti y a tu apoyo. Así que "Nos vemos en Sri Lanka".

Somos tan fuertes, tan resistentes, tan Sri Lanka

# SI TE PREGUNTAN POR LA NAVIDAD EN VALÈNCIA, DILES QUE ES INFINITA.

Encontrar regalos molones en un mercadito nada tradicional, probar las creaciones gastronómicas más sorprendentes o descubrir rincones increíbles en un paseo en bicicleta por toda la ciudad... En València hay tantos planes que hay miles de Navidades distintas. ¡Ayúdanos a que nadie se pierda nuestra Navidad Infinita!

#ValenciaNavidadInfinita



Conoce todos los planes en [visitvalencia.com](http://visitvalencia.com)



ACAVe nos informa...



VI Noche del Socio  
27 de Junio 2019

ACAVe celebró el pasado jueves 27 de junio por la noche, en el restaurante Red Fish-Club Patí Vela de la playa de Barcelona la VI Noche del Socio, con la asistencia de más de 200 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. El evento contó con el apoyo y participación de ERGO, Qatar y Vueling, la noche fue amenizada por el grupo Musical The Serial Meddlers. Martí Sarrate, presidente de ACAVe fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes y en su parlamento destacó que "la Noche del Socio quiere reconocer a todos los asociados que han apostado por formar parte de este modelo de éxito que es hoy ACAVe, una



entidad innovadora en servicio y profesionalidad que representa a todos los ámbitos del sector: receptivos, emisores, MICE y cruceros". Asimismo, Sarrate puso en valor "la asesoría jurídica, que se ha convertido en un activo imprescindible para que las agencias puedan canalizar la gestión de reclamaciones propias y de sus clientes". Sarrate destacó también la gran labor que desarrolla el equipo jurídico en otros ámbitos como la lucha contra el intrusismo profesional y en el asesoramiento para la adaptación de sus socios

a nuevas normativas como la nueva ley de viajes combinados y servicios vinculados, que requirió de la organización de sesiones de formación por toda España donde participaron más de 600 agentes de viajes. El presidente de ACAVe recordó que la asociación "ostenta la representación de todas las agencias de viajes españolas en la patronal europea, ECTAA, y por consiguiente estamos participando activamente en la denuncia planteada contra IATA para reformular el actual modelo de comercialización de billetes aéreos".



MARTÍ SARRATE, PRESIDENTE DE ACAVe,  
NOMBRADO NUEVO PRESIDENTE DE B-TRAVEL

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVe), Martí Sarrate, ha sido nombrado por el Consejo de Administración de Fira de Barcelona Presidente del comité organizador de B-Travel, el salón especializado en turismo de experiencias, que tendrá lugar del 27 al 29 de marzo en el recinto de Montjuïc. Martí Sarrate afirma que "afronto esta responsabilidad con gran ilusión y con el objetivo de contribuir con mi experiencia a incrementar el grado de internacionalización de este salón referente sectorial, así como aumentar el número de agencias de viajes y operadores presentes". El nuevo presidente señaló que "B-Travel se ha de consolidar a partir de esta edición como la mayor agencia de viajes para el gran público en la que los visitantes encuentren las mejores ofertas y promociones y al mismo tiempo puedan vivir grandes experiencias en el momento de preparar sus vacaciones".



XIX FORO ACAVe:  
LAS INFRAESTRUCTURAS  
Y LAS RELACIONES  
ECONÓMICAS PARA EL  
AVANCE DEL TURISMO

El pasado 19 de septiembre tuvo lugar el XIX Foro ACAVe, bajo el título Las infraestructuras y las relaciones económicas para el avance del Turismo. Esta edición contó con la participación de más de 200 agentes de viajes y profesionales del turismo, estuvo conducida y moderada por la periodista radiofónica Sílvia Coppulo y constó de dos mesas redondas de expertos y también con un diálogo final entre la periodista Pepa Bueno y Manuela Carmena (alcaldesa de Madrid entre 2015 y 2019). Este año los patrocinadores fueron: Amadeus, Aon, Diputació de Barcelona, Ergo, Iberia, Banc Sabadell y Axa-Winsartorio. La Ministra de Industria, Comercio y Turismo, Reyes Maroto, fue la encargada de inaugurar el XIX Foro ACAVe. Durante su intervención inaugural, Maroto dibujó un panorama de crecimiento para el sector de las agencias: "El sector turístico español ha seguido creciendo este año, y concretamente en el sector de las agencias de viajes eso ha supuesto 3.000 nuevos puestos de trabajo. Esto ha permitido alcanzar los casi 69.000 puestos de trabajo en esta industria", explicó.

En relación al Brexit, comentó que estábamos en un momento "crucial" porque el Reino Unido es "el primer mercado turístico para España con más de 18 millones de turistas anuales" y reiteró que el Gobierno "ha puesto en marcha un plan integral de iniciativas para adaptarse" a la desconexión del Reino Unido de la Unión Europea. Seguidamente se dio paso a la mesa redonda bajo el nombre Las principales economías mundiales en el mercado turístico español formada por el Sr. Jaime Garcia-Legaz, economista de Estado, presidente y consejero delegado de AENA (2017-2018), presidente y consejero delegado de CESCE (2016-2017) y secretario de estado de Comercio de España (2011-2016), la Sra. María Carmen Oñate, Cónsul General de México, la Sra. Ligia Maria Scherer, Cónsul General de Brasil y el Sr. Saul

Mercado, Cónsul para Asuntos Políticos, Administrativos y de Seguridad de EE.UU. Jaime García-Legaz realizó un profundo análisis del escenario mundial actual, y muy especialmente de la pujante influencia comercial de China, que está dibujando un nuevo equilibrio de fuerzas en el ámbito global y sobre todo en la relación con Estados Unidos. Los representantes de México, Brasil y Estados Unidos expusieron los planes de expansión en materia turística y el potencial evidente para el sector en nuestro país. Todos coincidieron en la importancia de disponer de buenas conexiones aéreas directas sin escalas como factor clave para impulsar las sinergias entre ambos países. La segunda sesión se dedicó a analizar el estado actual de las infraestructuras





en España y su papel en el desarrollo de la industria turística. Contó con la participación del Sr. Félix Martín Merino, Director de Área de nuevos productos y operaciones internacionales de viajeros RENFE, Sr. Javier Marín San Andrés, director General de Aeropuertos de AENA y el Sr. Manuel Arana Burgos, subdirector de Infraestructuras de Puertos del Estado y presidente de la Asociación Técnica de Puertos y Costas de España.

Javier Marín comentó que "España tiene una posición de privilegio con respecto

lo fueran "tendrían que aumentar las tasas".

Una desfocalización del turismo La periodista Pepa Bueno y la exalcaldesa de Madrid, Manuela Carmena, cerraron el XIX Foro de Acave con una charla sobre La realidad económica y social en las ciudades turísticas. Carmena se mostró partidaria de "hacer una desfocalización del turismo" para que las ciudades no pierdan sentido y definió la actividad turística como "esencial para el desarrollo de Madrid". "El Ayuntamiento de una ciudad tiene que valorar y planificar el turismo. En los

turismo puesto que no ha habido cancelaciones, pero alertó de que "si no se ataja como se está haciendo sí que podría repercutir de cara al año 2020". Para el presidente de Acave la prueba de ello es que están viniendo congresos a la ciudad y que hay refuerzos policiales para dar respuesta a los delitos y agresiones que se cometen, aunque manifestó que se tendría que haber hecho con anterioridad.

"Se está trabajando en buena dirección tanto desde el Ayuntamiento de Barcelona como la Generalitat con los Mossos d'Esquadra, y la prueba es que es-



a las infraestructuras aeroportuarias" y celebró que "el transporte aéreo va a seguir creciendo" en los próximos años. Por su parte, Martín Merino se refirió a la inminente liberalización del mercado de la alta velocidad y indicó que "Renfe está preparada como compañía para un escenario de competencia". Por último, Manuel Arana afirmó que "los cruceros son relevantes para el desarrollo de la infraestructura portuaria, pero los cruceristas no son rentables". En su opinión, para que estos últimos

últimos cuatro años ha aumentado muchísimo en Madrid. En 2016 eran más nacionales que internacionales. Ahora los turistas internacionales superan los nacionales", concluyó Carmena. Para finalizar Martí Sarrate, Presidente de ACAVe, sostuvo que las agencias de viajes llevan años "haciendo los deberes" y "han sabido adaptar su modelo de negocio a la innovación". Asimismo, Sarrate manifestó que las informaciones sobre la falta de seguridad en Barcelona no han afectado al

tán dando datos y resultados y creo que este es el camino a seguir", añadió. Por otro lado, Martí Sarrate, lamentó las "constantes huelgas" que afectan cada verano a aeropuertos y trenes en España y ha pedido que la normativa garantice derechos básicos de los ciudadanos, como la movilidad. La clausura final estuvo a cargo de Michel de Blust Secretario General de ECTAA.

### PRESENTACIÓN TOUR OPERADORES ACAVe, 2 de Octubre en Son Termes, Palma de Mallorca

El pasado 2 de Octubre, tuvo lugar la Presentación de Tour Operadores de ACAVe, que en esta ocasión se celebró en el Restaurante Son Termes de Palma de Mallorca asistiendo más 40 agentes de viajes. Durante la cena tuvieron lugar las presentaciones de los Tour Operadores de ACAVe que expusieron a los agentes de viajes invitados sus productos y destinos más destacados para esta temporada: Tandem Luxury Travel, MSC Cruceros, Southern Cross, Luxotour, Mapa Tours. Desde ACAVe queremos agradecer la asistencia de todos los invitados a dicho evento así como a los Tour Operadores que participaron en la misma.



### FORMACIONES MIEMBROS ADHERIDOS ACAVe 2019

Durante los meses de Junio a Octubre ACAVe ha dado continuidad a sus acciones formativas, destacando:

- El 18 de Junio Estació del Nord realizó una visita a la Estación de Autobuses de Barcelona Nord para agencias de ACAVe, dando a conocer sus productos y servicios.
- El 3 de Octubre tuvo lugar una presentación-desayuno de Sercotel Travel Benefits, en esta ocasión en el Hotel Sercotel Àmster Art Hotel de Barcelona a cargo de Carolina Domínguez,

Responsable Regional de Ventas Sur. La cadena está dedicada a la operación hotelera y al branding internacional. Tiene un total de 154 hoteles distribuidos por España, Andorra, Portugal, Italia, Colombia, Ecuador, Panamá y México y cuenta con 14.219 habitaciones en 104 destinos.

- El 17 de Octubre Banc Sabadell, presentación sobre Seguridad en Operaciones Internacionales, en operaciones con tarjetas y E-commerce". Soluciones y seguridad en cobro mediante tarjetas (venta presencial, e-commerce) y como minimizar el fraude, a cargo de Toni Ramírez, Director de Negocio TPV'S y E-Commerce y Pagos internacionales de la mano de Carlos Huerta, Director de Negocio Internacio-

nal. (Riesgos en las operaciones de internacional, como minimizarlos).

- El 22 de Octubre presentación de producto Hard Rock Café, historia, valores y producto de la mano de Víctor Julià, Sales & Marketing Manager.
- El 29 Octubre United Airlines en colaboración con la Oficina NYC & Company, desayuno/presentación: sobre novedades de la compañía en cuanto a rutas, flota, ventajas de la alianza Atlántico Norte con Air Canada y Lufthansa Group de la mano de Víctor Andrés, International Sales Manager-Barcelona, y por parte de NYC & Co, últimas novedades y actualizaciones de la ciudad, de la mano de Angels Garcia, representante en Barcelona.

**CURSOS Y TALLERES DE FORMACIÓN TECNOLÓGICA ACAVe**

El manejo de las redes sociales es fundamental en la era digital. Las técnicas de Marketing Online más efectivas son aquellas que dan cuenta de esta nueva realidad y que acudan a las redes sociales para conectar con nuestro público objetivo. En esta etapa la meta es identificar, a partir de nuestro tarjet, qué redes sociales vamos a utilizar para informar y socializar, con el objeto de maximizar su efectividad. Con este objetivo se lanzaron tres cursos Formativos, a cargo del profesor Jaume Quer, enfocados a aportar a nuestros asociados un conocimiento especializado.

- 9 Octubre 2019: Taller INSTAGRAM Su papel en la estrategia digital
- 16 Octubre Taller LINKEDIn. Descubre sus posibilidades para su empresa
- 23 Octubre. Taller WHATSAPP. Descubre para que puede servir en tu negocio, técnica de Marketing

**ACAVe Travel Market 2020**

Como bien saben nuestra Asociación lleva más de 20 años organizando los ACAVe Workshops en los que participan empresas y entidades del sector presentado las nuevas programaciones, productos y servicios a las agencias de viajes. Llega el 2020 y con el ánimo de ofrecer mejores servicios a nuestros asociados y colaboradores, hemos querido innovar y presentar un nuevo formato de los tradicionales Workshops. Nos complace presentarles los ACAVe TRAVEL MARKET, un nuevo concepto de workshop que, para este próximo año 2020, estrenaremos en Barcelona, implantándolos en futuros años en el resto de las ciudades visitadas. Las ciudades y fechas previstas para los ACAVe TRAVEL MARKET (ATM 2020) son:

- San Sebastián - 5 de Marzo 2020
- Barcelona - 18 de Marzo 2020
- Sevilla - 26 de Marzo 2020

**ACAVe, EN FERIAS DE TURISMO**



Un año más, 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 22 al 26 de enero 2020, atendiendo a sus asociados y medios de comunicación en el Stand DF02A. El stand de ACAVe se trata de un espacio de encuentro de los asociados y de networking, dando visibilidad a la importante labor asociativa que ACAVe realiza durante todo el año.

**WORLD TRAVEL MARKET LONDON del 4 al 6 Noviembre 2019**



Como cada año, ACAVe participará en la nueva edición de la World Travel Market de London que se celebrará del 4 al 6 de Noviembre del 2019. Las agencias de viajes receptoras que así lo soliciten conjuntamente con ACAVe, estarán presentes en dicha feria dentro del Stand EU400 compartido de la Agencia Catalana de Turisme (ACT). Para tener información de cómo participar con un espacio en el Stand ponerse en contacto con Maria Pla: maria-pla@acave.travel



**PREMIO SKAL CLUB D'ANDORRA**

El pasado 27 de septiembre, coincidiendo con el Día Mundial del Turismo, ACAVe recibió por parte de Skal Club d'Andorra, Associació de professionals del turisme el premio a la Mejor Organización Empresarial Extranjera. Este premio se otorga a aquellas entidades merecedoras del mismo por su contribución a la promoción y al desarrollo turístico del Principado. La entrega del premio la realizó la Ministra de Turismo del Govern d'Andorra, la Sra. Verónica Canals y fue recogido por nuestro Presidente, el Sr. Martín Sarrate. Para ACAVe es motivo de orgullo y satisfacción recibir dicho galardón que reconoce la trayectoria y trabajo realizado por nuestra asociación.

**VIAJE DE ACAVe a DOHA 30 de Oct - 3 Nov. 2019**

Del 30 de octubre al 3 de noviembre 2019, ACAVe celebrará su viaje a Doha, Qatar. Se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer lo más significativo del país y su cosmopolita capital Doha: la historia y tradición de los caballos árabes mediante el Centro Ecuestre Al Shaqab, el corazón histórico y neurálgico de Doha, el Souq Waqif con los Msheirib Museums, el Museo del Arte Islámico MIA, Katara Cultural Village y la singular isla artificial con forma de perla, The Pearl. Disfrutaremos de una cena al caer el sol con vistas al skyline de la ciudad en la embarcación típica qatarí, los Dhow Boat. Por último, nos adentraremos al corazón del desierto, para disfrutar de sus dunas en un safari, finalizando en uno de los tres únicos lugares en el mundo donde el desierto desemboca en el agua. Pasaremos la noche en un desert camp. Contaremos con la colaboración de Qatar Airways y Discover Qatar.

**Viaje de ACAVe a PANAMÁ del 7 al 16 de Febrero 2020**

Del 7 al 16 de febrero de 2020, ACAVe celebrará su viaje en esta ocasión para conocer el destino de PANAMÁ. PANAMÁ, será nuestro país anfitrión y se ha confeccionado un atractivo y completo programa que nos permitirá conocer este fascinante país, sus paisajes, su fauna y su naturaleza exuberante. Contaremos con la inestimable colaboración de AVENTURAS 2000 e IBERIA. Durante la estancia, visitaremos Ciudad de Panamá, el Lago Gatún donde conoceremos la tribu indígena Emberá Nepuno Purú, tendremos la oportunidad de realizar un interesante tránsito parcial por el Canal de Panamá, viajaremos a Bocas del Toro, el Caribe que siempre



hemos imaginado, visitando Cayo Zapattilla, Cayo Coral y Bahía de los Delfines y de vuelta a Ciudad de Panamá donde disfrutaremos de la noche panameña

con la cena-visita del Soy del Casco Night Tour. Para más información contacte con maria-pla@acave.travel

**AVANCE de los PRÓXIMOS EVENTOS y FORMACIONES ACAVe:**

- 6 de Noviembre Famtrip Colonia Güell
- 7 de Noviembre Webinar de Turismo de Croacia
- 18 de Noviembre Presentación de Turismo de Cádiz
- 28 de Noviembre Jornada Técnica de Seguros en Madrid
- 20 de Febrero 2020 Jornada Tecnológica de ACAVe en el Hotel NH Constanza Barcelona

Artículo de opinión Tomas Cook de Catiana Tur Gerente ACAVe

## Reflexiones sobre los cambios que supone la quiebra de Thomas Cook

Estos días se ha escrito mucho sobre la quiebra de Thomas Cook, sobre el porqué y sobre sus consecuencias más directas. Algunos han dicho que el paquete vacacional está muerto o que tiene que reformularse y otros que es la desaparición del canal offline, considerando que la irrupción de las nuevas tecnologías y el cambio de modelo de negocio son unas de las principales causas de la quiebra. Pero no debemos olvidar que el sobredimensionamiento de la compañía ha sido una de las principales causas de la desaparición de Thomas Cook.

Sin lugar a dudas, la quiebra de Thomas Cook es una muy triste noticia para todos los que integramos el sector turístico y probablemente conllevará cambios para todos, pero bajo ningún supuesto supondrá la desaparición de la venta offline o del paquete vacacional.

En España, el cambio de modelo ya se inició en el 2007 con el inicio de la crisis que conllevó la quiebra de grandes grupos verticales, como eran Marsans u Orizonia. Fruto de esta crisis las agencias de viajes españolas emprendieron un fuerte proceso de reestructuración, que reforzó al sector. Según el estudio ACAVe-Amadeus, en el 2018 el sector de agencias de viajes español estaba integrado por 4.500 agencias de viajes, que representaban 9.500 puntos de venta, y de las cuales un 71% de agencias se declaraban agencias físicas, frente a un 21% on line y un 8% de agencias mixtas.

Estas agencias de viajes, vendan offline u online, se han especializado, han innovado, han buscado nuevas fórmulas para ofrecer valor añadido al viajero y han personalizado sus servicios.

Sin embargo, el modelo Thomas Cook se fundamentaba principalmente en la "standarización" del turismo vacacional en la "cookorización", basándose en un modelo nacido en los años 70 y que ha funcionado hasta ahora, y que seguro que continuará teniendo su nicho en determinados mercados. Sin embargo, ésta ya no era la realidad para muchas de las agencias de viajes y touroperadores españoles, ni de muchos otros mercados europeos. Y prueba de ello es que en el

2018 entró en vigor en Europa una nueva normativa de viajes combinados y de servicios de viajes vinculados. Esta nueva normativa intentaba dar respuesta a las nuevas formas de contratación que habían aparecido en el mercado, modificando la definición de viaje combinado, para introducir nuevas fórmulas de contratación on line, pero también nuevas fórmulas de contratación off line.

Por ello, es importante significar que no sólo el modelo on line ha evolucionado, sino que también lo ha hecho el offline, adaptándose a las nuevas tendencias y a las necesidades y requerimientos de los viajeros.

Las agencias viajes físicas se han especializado y han innovado, integrando la tecnología y la digitalización como un elemento esencial de su modelo de negocio para la optimización de los procesos y la mejora de los servicios prestados. Asimismo han sabido evolucionar hacia la especialización y la personalización de sus servicios, evitando la "standarización" o la "cookorización". Ésta ha sido precisamente la clave del éxito de gran parte de las agencias de viajes físicas, saber diferenciarse y ofrecer un trato personalizado a su cliente, ofreciéndole garantía y valor añadido.

Estos mismos valores se han trasladado a los nuevos paquetes vacacionales, los cuales han evolucionado, diseñándose a la medida del viajero y adaptándose a sus requerimientos. Prueba de ello es que hoy en día muchos de los paquetes que se comercializan en el mercado son operados en vuelos regulares, sin requerir un mínimo de personas, con diferentes fechas de salidas y de llegadas, teniendo el viajero capacidad para decidir sobre servicios incluidos o no... las cosas hace tiempo que han cambiado y los paquetes vacacionales están en continua evolución.

Por ello, los paquetes vacacionales continuarán comercializándose y evolucionando, tal como lo han hecho hasta ahora, consolidándose la personalización de los servicios, sin que ello suponga bajo ningún concepto la desaparición de la venta off line, sino todo lo contrario, la refuerza, pues el viajero busca el valor añadido y el servicio personalizado que le ofrece una agencia de viajes.

BUDAPEST

Spice of Europe

## BUDAPEST, CIUDAD DE MARAVILLAS INVERNAL

Budapest es animada y bonita durante todo el año, pero presenta un encanto especial en invierno, sobre todo durante las fiestas navideñas. En esa época, las calles se visten de luces y el delicioso aroma de las castañas asadas, de la canela del bizcocho tradicional y del vino caliente invaden el ambiente. Los habitantes de Budapest salen de casa en busca de la magia de los mercados, de eventos culturales, de las aguas termales calientes que ofrecen los históricos baños, de patinar y de muchos otros atractivos de la ciudad.

Los puestos de venta de los mercados navideños atraen a los visitantes con sus simpáticas estructuras de madera y una amplia gama de productos húngaros pintorescos y artesanales. En los puestos de comida se venden productos recién salidos de la parrilla o del horno, por lo que son una gran oportunidad para probar los bizcochos tradicionales de forma chimenea u otras especialidades húngaras que no le dejarán indiferente, como la sopa de gulash o las salchichas picantes.

El mercado navideño más popular se instala en la plaza Vörösmarty que ofrece conciertos, funciones de títeres y talleres para el disfrute de toda la familia, mientras que en el mercado situado junto a la basílica de San Esteban se imparten lecciones de patinaje para niños y hay música en directo, y se ofrece de una gran variedad de objetos artesanales. Esta feria también cuenta con uno de los mayores espectáculos de pintura de luz en 3D de Europa Central, con espectaculares animaciones, escenas festivas y religiosas proyectadas en la fachada de la Basílica. Situado al pie de la colina en cuya cima se encuentra el castillo de Buda, el Várkert Bazaar alberga un encantador mercado con velas de Adviento gigantes, talleres de artesanía y otras actividades divertidas. No deje de visitar el mercado de la plaza Erzsébet al lado de la plaza Deák Ferenc, donde hay un precioso árbol de Navidad. Allí se encuentra también el Ojo de Budapest, una noria gigantesca dispuesta a hipnotizar a quienes se atreven a montar y disfrutar de las espectaculares vistas sobre la ciudad en luces.

WWW.SPICEOFEUROPE.COM

Instagram icon spiceofeurope

Facebook icon Spice of Europe

AEVISE nos informa...



**I FORODE VIAJES DE SEVILLA**  
19 y 20 de octubre de 2019

El I Foro y Salón de Viajes de Sevilla, "La herencia de Magallanes y Elcano", dio comienzo el sábado a las 10:30 h con el acto de apertura, en el que intervino D. José Manuel Lastra, Presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), y D. Antonio Jiménez, Director Gerente de Turismo en Sevilla.

Destacó en primer lugar los esfuerzos llevados a cabo por AEVISE para la celebración de este foro de viajes, que además guarda una estrecha vinculación con el V Centenario de la Primera Circunnavegación a la tierra de Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano, pues supuso un hito clave en la historia de la ciudad con el que según D. José Manuel Lastra, "se dio comienzo a la globalización del mundo,



Jose Manuel Lastra, Presidente de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes (AEVISE) en el acto de apertura del I Foro de Viajes de Sevilla.

convirtiendo a Sevilla en la milla cero de la Tierra". Por su parte el gerente de Turismo de Sevilla, Antonio Jiménez, señaló que, aunque la ciudad se encuentra "en un momento dulce para el turismo", no es casualidad que ahora se estén recogiendo los frutos de muchos años de esfuerzo de todas las administraciones y de la sintonía entre estas y con el sector privado. Esta capacidad ha conseguido que la ciudad haya avanzado fuertemente en la conectividad y, como consecuencia, en la diversificación de emisores.

**Mesa redonda 1**

La primera mesa redonda del fin de semana, 'Sevilla, una ciudad conectada con el mundo', dio comienzo el sábado a las 11:15. En ella participaron como ponentes D. Jesús Caballero,

Director del aeropuerto de Sevilla; D. Amable Esparza, director comercial del puerto de la ciudad; D. Ricardo Palazuelos, delegado comercial de Iberia en Andalucía, Extremadura y Canarias; D<sup>a</sup> Mercedes Tejero, Gerente de la Confederación Española de Agencias de Viajes, y D. Antonio Jiménez, Director Gerente de Turismo de Sevilla, que actuó como moderador de la mesa.

**Mesa redonda 2**

La segunda mesa redonda, 'El legado de Magallanes y Elcano; las otras vueltas al mundo', contó con la participación como ponentes de D. José Clemente, escritor, pintor, aviador e historiador aeronáutico; D<sup>a</sup> Alicia Domínguez Núñez, jefa de servicio del ayuntamiento de Sevilla y viajera, y D. José Luis Feliú, escritor, fotógrafo y viajero.



De izquierda a derecha: Amable Esparza, Mercedes Tejero, Ricardo Palazuelos, Jesús Caballero y Antonio Jiménez



De izquierda a derecha: Jose Manuel Lastra, Jesús Rojas y Manuel Pino

La mesa estuvo moderada por D. Alfredo Sánchez Monteseirín, alcalde de Sevilla entre 1999 y 2011, y actual Delegado Especial del Estado para la Zona Franca de Sevilla.

**Mesa redonda 3**

La sesión de tarde del sábado se inició con la mesa redonda 'Europa a través de sus ríos', una charla en la que participaron como ponentes D. José Da Rosa, presentador, navegante y armador de barcos; D. Carlos Ruiz, Director Adjunto de Politours, y D<sup>a</sup> Montserrat Salvatierra, Delegada de Andalucía Occidental y Badajoz de Catai. D. Xavier Mirambel, CEO de ITravel Sevilla moderó la mesa.

**Mesa redonda 4**

Una de las mesas redondas más destacadas del fin de semana fue 'Marruecos, el exotismo cercano'. En esta sesión participaron como ponentes D. Azzeddine Bijjou, responsable en Andalucía de la Oficina Nacional Marroquí de Turismo; D. Alfredo Guardia, periodista de Cadena Ser; D. Ali Lakhssassi, CEO de Argania Travel, y D<sup>a</sup> Sara de la Peña Pérez, periodista y técnica de comunicación en el Ayuntamiento de Sevilla.

**Mesa redonda 5**

'Turismo fotográfico: el mundo por objetivo' fue otra de las mesas destacadas de este I Foro de Viajes de Sevilla. D. Manuel Cornax, presidente de la

Asociación de Hoteles de Sevilla y Provincia, y el fotógrafo D. Jesús García Botaro, fueron los ponentes en el último encuentro de la jornada del sábado, que estuvo moderado por D<sup>a</sup> Sheila Barrera Expósito, Gerente de Travelquinto.

**Mesa redonda 6**

La jornada del domingo se inició con la mesa 'Sostenibilidad y accesibilidad: valores al alza en la industria del viaje', a la que asistieron como ponentes D<sup>a</sup> Auxiliadora Comendador, investigadora, docente y doctorada en turismo; D. Leonardo Díaz, responsable de La Felechosa; D<sup>a</sup> María Prieto, Técnica de Ocio de la Confederación de Salud Mental España; D. Antonio José Vega, Director de Servicios de la Fundación TAS, y D<sup>a</sup> Rocío Pérez, Presidenta de Andalucía Inclusiva COCEMFE. D. Kino Míguez, técnico en turismo accesible de Viajes Triana se encargó de moderar.

**Mesa redonda 7**

La última mesa redonda de esta primera edición del Foro de Viajes de Sevilla, 'El viajar hace familia', contó con la participación como ponentes de D<sup>a</sup> Rocío Durán, Delegada Comercial del grupo Ávoris Travel; D<sup>a</sup> Inmaculada Izquierdo, periodista y fundadora de 'Sevilla con los Peques'; D. Antonio Puente, escritor y guía turístico; y D<sup>a</sup> Montserrat Salvatierra, Delegada de Catai de Andalucía Occidental y Badajoz. El Gerente de

CAC Travel, D. Eduardo Julio Lavrador, actuó como moderador de la mesa.

**Acto de clausura**

En el acto de clausura intervinieron D. Jesús Rojas, Director Gerente de Fibes; D. Manuel Pino, vicepresidente de la Asociación Española de Agencias de Viajes (AEVISE) y D. José Manuel Lastra, presidente de AEVISE. Se comenzó haciendo un breve repaso de los temas tratados en las diferentes mesas redondas a lo largo del fin de semana, sobre las que se destacó la calidad a nivel de conocimiento y experiencia por parte de los más de 30 ponentes que intervinieron. Se subrayó la importancia de celebrar eventos de este tipo que consiguen agrupar a diferentes agentes y empresas del sector turístico para poner en común los avances y mejoras de sus diferentes campos y fomentar así la cooperación. Además, se valoró positivamente la asistencia y participación del público así como la actividad que se registró en los stands que se ubicaron en la plaza de la Encarnación durante el fin de semana. Por último, se animó a continuar apostando por las agencias de viaje como las principales promotoras de producto y como la mejor fórmula para completar un viaje organizado y a la medida de lo que busca el viajero, sin olvidar la firme apuesta que se realiza a todos los niveles dentro del sector para continuar haciendo del turismo una actividad de primer orden para la ciudad de Sevilla.



Empresas del sector turístico de Getxo junto con agencias receptoras de ATRAE en una jornada similar celebrada en 2018

## ATRAE nos informa...



### ATRAE ORGANIZA UNA JORNADA DE PROFESIONALIZACIÓN Y PROMOCIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO DE GETXO A TRAVÉS DE SUS AGENCIAS RECEPTIVAS

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi (ATRAE), con la colaboración del área de promoción económica del Ayuntamiento de Getxo, organizó en Getxo Elkartegia una jornada de profesionalización para sus agencias socias y las empresas dedicadas al turismo de Getxo

La jornada se celebró el 23 de octubre en Getxo Elkartegia con un triple objeti-

vo: estrechar lazos entre las agencias y empresas del sector, recibir formación sobre la Nueva Ley de Viajes Combinados y, a través de un ambiente de debate, generar propuestas que sirvan para desarrollar nuevos productos turísticos de calidad a partir de los recursos disponibles en el destino. Todo ello para mejorar la competitividad de Getxo como destino turístico y tratar de ofrecer al turista lo que realmente espera de su visita. Para lograr todos los objetivos propuestos, se programaron distintas actividades. Primero fue el turno de la formación, para más tarde dar paso a las visitas a diferentes empresas locales. No fue ésta una jornada clásica de formación 'pasiva', ya que lo que se buscaba era el intercambio de experiencias y conocimientos, que el y la participante aportarían sus vivencias al aprendizaje. En el extenso programa destacaron acciones como:

1. Sesión de formación para agencias de viajes receptoras en relación con la nueva Normativa de Viajes Combinados (impartida por Deiurem Abogados), que incluyó la revisión de la información precontractual y la documentación que hay que entregar al viajero. También el régimen de responsabilidades y garantías

de la agencia de viajes frente al viajero. 2. Formación teórica y taller participativo de creación de productos turísticos, en el que participaron tanto las empresas de Getxo como las agencias de ATRAE (impartido y dinamizado por Turiskopio). Mediante este taller se buscó que las empresas locales de Getxo trataran de dar respuesta a varios retos reales para la creación de nuevas experiencias, que fueron planteados por las agencias receptoras de ATRAE, con el fin de servir para atraer a los turistas gastronómicos, las familias y los amantes de la naturaleza y el turismo activo. También se trabajó en comprobar si las empresas locales estaban preparadas para comercializar dichas experiencias a través de las agencias receptoras.

Tras la formación, se realizó un cocktail networking entre los y las asistentes, que sirvió para reforzar las sinergias creadas durante la mañana. La jornada finalizó con varias visitas técnicas a alojamientos del municipio y empresas de servicios náuticos, de forma que las agencias pudieran conocer de primera mano los espacios e interactuar con el personal de estos establecimientos.

### ATRAE ABRE LA CONVOCATORIA PARA LA II EDICIÓN DEL PREMIO ATRAE A LA COMERCIALIZACIÓN TURÍSTICA EN EUSKADI

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi (ATRAE) lanza las bases de la edición de este año que, como novedad, será abierta a todo el público y no sólo dirigida a las agencias asociadas.

La Asociación de Agencias Turísticas Receptoras de Euskadi ha abierto el plazo para la convocatoria de la II Edición del Premio ATRAE a la Comercialización Turística en Euskadi. Fiel a su objetivo desde su creación en 2014 -ATRAE trabaja desde entonces por la promoción y desarrollo de Euskadi como destino turístico de calidad para viajes organizados-, el colectivo prevé reeditar el éxito de los galardones del pasado año añadiendo una novedad y lanza unas bases abiertas a todo el público y no sólo dirigidas a sus agencias asociadas.

La convocatoria, abierta desde el 1 de octubre y hasta el 3 de noviembre, permite presentar su candidatura a toda aquella organización, empresa o persona del sector turístico vasco que lo desee. Tanto las bases de la convocatoria como el formulario de solicitud para presentar la candidatura están disponibles en su página web [www.atrae.eu](http://www.atrae.eu). Serán las agencias asociadas a ATRAE quienes, tras una votación interna, decidan quién merece recibir dicho premio, pudiendo otorgar también hasta dos menciones especiales. Algunos de los criterios que se tendrán en cuenta a la hora de tomar esta decisión serán:

- Las iniciativas que fomenten la cooperación y la comercialización.
- La contribución a la puesta en valor del trabajo realizado por las agencias



Entrega del I Premio ATRAE en 2018. En la foto miembros de ATRAE y los ganadores del galardón: Bilbao Turismo y Troka Abentura. De izquierda a derecha: Kepa Olabarrieta, Director del Bilbao Convention Bureau; Gentzane Lopez, Gerente de ATRAE; Erika Marquinez (Alavita), anterior secretaria de ATRAE; Jabier Fuertes, Gerente y propietario de Troka Abentura; Lorea Uranga (Basque Destination), Vicepresidenta de ATRAE; Silvia Tellechea (Hagoos), miembro de ATRAE e Iñigo García-Valenzuela (Go Basquing), miembro de ATRAE.

receptoras vascas.

- La trayectoria profesional en el ámbito de la comercialización turística.
- Las actividades y eventos organizados que contribuyan al desarrollo y promoción turística de Euskadi.
- Y otras acciones desarrolladas con el objetivo de contrarrestar la estacionalidad, impulsar la sostenibilidad y el turismo responsable y/o la innovación, entre otras.

La entrega del Premio ATRAE a la Comercialización Turística en Euskadi se realizará el miércoles 27 de noviembre en el Hotel Puerta de Bilbao, coincidiendo con la celebración del workshop anual entre agencias socias de ATRAE y proveedores turísticos de Euskadi. Desde ATRAE estamos seguros de que el reconocimiento público que estos premios comporta servirá de recom-

pena y acicate para las personas, empresas u organizaciones premiadas, así como para visibilizar y poner en valor la importante contribución de las agencias receptoras de ATRAE a la industria turística de Euskadi.

El I Premio Atrae en 2018 recayó en Bilbao Turismo, entidad distinguida en base a la labor que realizó captando y llevando grandes eventos internacionales a Bilbao, consiguiendo así una mayor promoción para toda Euskadi. La Mención Especial fue para Troka Abentura, como distinción a sus valores de profesionalidad, transparencia y respeto por el entorno y por tratar siempre de crear sinergias y colaborar con los distintos agentes turísticos, ya sean receptivos, agentes locales y de otros municipios vascos o empresas potencialmente competidoras.

AVIBA nos informa...



MULET, ASUME LA PRESIDENCIA DE AVIBA CON ILUSIÓN Y GANAS

Por votación y mano alzada la Asamblea General de AVIBA eligió, el pasado mes de junio, a Xisco Mulet, de Viatges Massanella, presidente de la Agrupación. Mulet, es co-propietario de la empresa



Viatges Massanella, S.A. desde sus inicios en el año 1982. Actualmente cuenta con cuatro agencias, dos en Inca, una en el Puerto de Alcudia y una en Binissalem. Con más de 37 años de experiencia en el sector, Mulet afronta este reto con gran ilusión y su línea será continuista, según comentó él mismo

nada más salir elegido. Mulet tiene experiencia en el liderazgo de equipos. Además de contar con 12 empleados, ha formado parte en diversos periodos como miembro de la junta del Grupo AVA desde sus inicios en el año 1996. Entre 2016 y 2017 fue presidente de este grupo de gestión.

LOS PIRATAS INVADEN LA COSTA MALLORQUINA EN LA NOCHE MÁS VIVA DE AVIBA

Un año más, la Agrupación Empresarial de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA), celebraba el encuentro más esperado por los agentes de viaje. Esta vez, Sa Nit d'AVIBA se daba cita en un barco bajo la temática de los piratas y el fascinante mundo de los mares.

A las 20:30 horas empezaban a llegar los primeros invitados. Unos lo hacían preparados para la ocasión, con vestimenta marinera y pirata, otros menos atrevidos, aprovechaban el photocall para customizarse con los atuendos adquiridos antes de embarcar. El barco zarpó pasadas las 9 de la noche amenizado por una disc jockey que iba entonando la noche a ritmo de la música que impulsaba a los asistentes a bailar mientras el barco ponía rumbo a Palmanova.



Como cada año, el momento más esperado de la noche fue cuando se dio paso a los sorteos. Los patrocinadores Premium; Amadeus, TravelPlan, Iberia, Costa Cruceros y Tramuntana, mostraron sus videos promocionales para la nueva temporada. Muchos billetes de avión para destinos en los que opera Vueling y Air Nostrum, un viaje a Boston operado por Norwegian y el más que deseado vuelo a Shangái de Iberia. Además de ello, noches de hotel, de CN

Travel y ONA Hotels, hasta 15 entradas a las Cuevas del Drach, 4 pasajes más vehículo en cualquier línea de Trasmediterránea, 2 bonos de 2.000 millas de Teldar y un cheque regalo de 120 euros en productos BedsOnline completaron los sorteos. La música continuó hasta bien entrada la noche. Pasadas las 12, el barco atracaba de nuevo en el puerto de Palma y los asistentes se despedían confirmando que sin duda había sido la mejor edición de Sa Nit d'Aviba.

destinos donde ya ha estado previamente el equipo que trabaja en la agencia. Ofertan viajes para todo tipo de viajero. Desde el que lo quiere todo hecho hasta el intrépido que solo quiere el expertise de Judith y Daniel, propietarios de AndTraveller. Os invitamos a entrar en su página web <https://andtraveller.com/> y empezar a soñar con ese destino tan

deseado y que con tanto mimo prepara AndTraveller desde Ibiza. Con estas nueva incorporación AVIBA cuenta ya con 120 centrales y con aproximadamente 200 puntos de venta.



AVIBA SE REÚNE CON EL ALCALDE DE PALMA PARA EXPONERLE LAS PREOCUPACIONES DEL SECTOR

El presidente de la Agrupación de Agencias de Viajes de las Islas Baleares (AVIBA), Xisco Mulet, acompañado del Vicepresidente de la Agrupación, Pedro Iriando, se han reunido a principios de otoño con el alcalde de Palma, José Hila. El motivo de la reunión fue exponerle a la máxima autoridad de la capital balear una serie de hitos necesarios para mejorar la imagen de la ciudad. Entre estas acciones, y una vez explicado lo que representa AVIBA para el conjunto de las agencias de viajes, Mulet enumeró y detalló las preocupaciones; el Paseo Marítimo, el alquiler turístico, la promoción cultural y artística, el turismo de cruceros, las mejoras de la Playa de Palma, el turismo de borrachera y turismo de calidad y, finalmente, tendió la mano al alcalde para desarrollar proyectos conjuntos entre AVIBA y el consistorio.

Tal y como expresó Mulet, "esta reunión ha significado un paso importante porque hemos visto muy buena predisposición con el alcalde y ganas de hacernos partícipes en las decisiones que tienen que ver con nuestro turismo". Las agencias de viaje forman un eslabón más dentro de la cadena de nuestro motor económico y, según palabras del propio Mulet, "tenemos que poder dar voz a las preocupaciones que presenta nuestro sector".

En referencia al Paseo Marítimo, Mulet ha comentado que desde AVIBA hay apoyo total a la propuesta que llevaba el partido que gobierna sobre la reforma. Un Paseo que está obsoleto y tendría que haber sido una prioridad hace años. La propuesta de la Agrupación pasa por crear una comisión en la que estén representados diferentes estamentos sociales (Ayuntamiento, Govern y Agrupaciones que, directa o indirectamente, están vinculadas a él), que vele por los intereses de todos y que contribuya en la mejora de la primera impresión que se llevan nuestros turistas que



vienen por vía marítima. Un Paseo que sea agradable y útil para los palmeños, con oferta de ocio acorde a nuestra forma de vida mediterránea. En cuanto al alquiler vacacional, AVIBA propuso estudiar la oferta respetando las distinciones propuestas expuestas; viviendas plurifamiliares y unifamiliares, temporada alta y baja y zonas saturadas y no saturadas, porque benefician a la calidad de vida del residente y a toda la oferta complementaria. En promoción cultural, la propuesta de AVIBA se centró en ofertar una serie de actuaciones vinculadas a la promoción turística desde la perspectiva cultural. "Promocionar a nuestros artistas fuera de la isla pero que también sirva de efecto llamada a turistas, especialmente en temporada baja y potenciar acciones ya consolidadas como la Nit de l'Art englobándolas en paquetes turísticos y de promoción" enfatizó Mulet.

Respecto al turismo de cruceros, desde AVIBA creemos que es necesario la protección, tanto de la actividad económica como de los puestos de trabajo que pueden peligrar si se limita la llegada de cruceros. En palabras del propio Mulet, "Queremos que una empresa independiente realice un estudio exhaustivo sobre el impacto de la actividad crucerística y, en función del resultado, tomar decisiones que mejoren el futuro turístico de Palma. Queremos que se gestione de manera ordenada pero no que se limite ni que se creen debates estériles que demonicen este tipo de turismo". Para la Playa de Palma, es importante recuperar el consorcio que se creó en el 2006 con la participación de todos

los partidos y agentes implicados para que su continuidad no dependa de vaivenes políticos y poner las bases para potenciar un plan especial para un distrito como es el de la Playa de Palma, diferenciándolo de las poblaciones urbanas de Palma y Lluçmajor. En cuanto al turismo de borrachera, que tan mala imagen nos da al conjunto del archipiélago, desde AVIBA se insistió en controlar el producto y eliminar este tipo de turismo apostando por otro tipo de turismo, joven pero desde un punto de vista saludable. "Queremos ocio pero no a costa de perjudicar la imagen de la ciudad. Para ello, proponemos clausurar todos los locales que promuevan la venta de alcohol incontrolada" aseveró el presidente de AVIBA.

Poner fin a los grafitis y multar de manera contundente a quien los hace. Acabar con las mafias que están detrás de los top manta, que tanto perjudica a la imagen de quien nos visita, y mejorar la limpieza de toda la ciudad y llevar Palma a todos los rincones del mundo con una promoción directa como destino cultural, gastronómico o deportivo potenciando la temporada baja y el turismo de fin de semana en los meses de menor afluencia turística fueron las propuestas para darle a la ciudad una vuelta en cuanto al turismo de calidad. Finalmente, la Junta de AVIBA solicitó al alcalde Hila participar de manera activa en todas aquellas acciones destinadas a mejorar la promoción de la ciudad. Para ello, "ponemos a disposición del Ayuntamiento nuestras más de 100 agencias de viaje asociadas a AVIBA para llevar a la ciudad de Palma al lugar que se merece" concluyó Mulet.

GEBTA nos informa...



LA EVOLUCIÓN DEL TEJIDO EMPRESARIAL ESPAÑOL, DETERMINANTE PARA EL CRECIMIENTO DE LOS VIAJES DE EMPRESA Y DEL PIB

Según los datos del estudio 2025, una mirada al futuro de los viajes de negocio realizado por GEBTA y BRAINTRUST, las variaciones que se van a producir en el tejido empresarial español, tanto en número de compañías existentes y empleados por compañía, como en su manera de operar, van a determinar la fisonomía y el tamaño del sector de los viajes de negocios en los próximos años.

Se crean más empresas pero más pequeñas  
En 2010 el número de empresas en España se situaba en 3,3 millones. Influida por la crisis económica el tejido empresarial español comenzó a descender a partir de ese momento hasta alcanzar su cifra mínima en 2014, con un total de 3,1. Aunque a partir de ese mismo ejercicio el número de compañías en España inició su recuperación y se ha situado de nuevo en los 3,3 millones en 2018, el tamaño medio de las empresas pasada la crisis es inferior al de 2010. El universo real de empresas que impactan actualmente en el mercado del Business Travel está excesivamente acotado. El 83% del gasto total de viajes se concentra en las empresas con más de 20 empleados (el 18% del total), mien-

tras que las empresas con menos de 10 empleados (el 72%), la gran mayoría de nuestro mercado, sólo son responsables del 11% del gasto total.

El sector del Business Travel se enfrentará a un nuevo perfil de responsables o gestores de cuentas de viajes mucho más acostumbrado a lo digital y a la presión permanente en búsqueda de la eficiencia, se indica en el mencionado estudio de GEBTA y BRAINTRUST.

Las agencias de viaje, en constante evolución, tendrán como misión ayudar a las empresas a gestionar de forma óptima sus desplazamientos, y por tanto a ser más competitivas, apoyándose en su eficacia y productividad, contribuyendo de este modo a hacer crecer sus negocios y mejorar sus márgenes, a través de programas de optimización del gasto en viajes, procesos eficientes e integrados y adopción de herramientas tecnológicas de última generación.

La tendencia apunta a que en 2.025 el sector del Business Travel -continúa indicando el estudio- estará conformado por un conjunto de procesos integrados muy apoyados en la tecnología, con flujos absolutamente automatizados donde las necesidades se vincularán a la mejora del negocio y a la rentabilidad. Si las compañías turísticas toman el liderazgo de este cambio podrán hacerse no solo con la ventaja que da el ser el promotor del cambio sino con la capacidad de dirigir esta transformación hacia los estándares que considere más adecuados para su negocio, ayudando en su misión, a la digitalización del tejido empresarial español, y con ello a su competitividad en un mercado cada vez más abierto, difícil y complejo.

La gestión de los viajes de negocio en España por parte de las empresas tiene todavía recorrido para madurar. Una buena gestión del viaje de empresa es fundamental para el crecimiento del ne-

gocio de las compañías, y por extensión de la economía en su conjunto.

Para el adecuado progreso de maduración de los viajes de empresa en España, GEBTA destaca las siguientes recomendaciones básicas:

■ Con independencia de la evolución del escenario global, las empresas españolas deben prepararse para poder competir en los mercados internacionales en condiciones óptimas. El tamaño medio de las compañías en España sugiere la conveniencia de impulsar políticas adecuadas, que promuevan el crecimiento medio de las pymes. Una mayor dimensión de las estructuras de las pequeñas y medianas agencias constituye un requisito básico para poder afrontar y mantener procesos de internacionalización del negocio.

■ La digitalización es un elemento clave para la optimización de la partida de viajes, que supone de media la segunda mayor partida de gasto indirecto. De modo generalizado las empresas españolas necesitan apoyarse en la tecnología para hacer más eficientes sus procesos, gestionar de modo adecuado la información, y mejorar su competitividad. Sin la tecnología adecuada no sólo se pierde eficiencia, sino que las empresas corren el riesgo de perder el acceso a las mejores tarifas disponibles.

■ Para impulsar los procesos de digitalización y eficiencia de los procesos asociados al viaje es recomendable que las empresas se asesoren en agencias de viajes especializadas. La externalización de la gestión es un elemento fundamental para la contención del gasto y la optimización de las inversiones, pero también para una adecuada gestión de la seguridad y prevención de los viajes y desplazamientos.

# Reserva ya con la plataforma líder en excursiones y visitas guiadas en español.

  
Plataforma simple e intuitiva

  
Paridad de precios

  
Atención 24/7 para agencias



  
20.000 actividades

  
850 destinos en 100 países

  
Descuento directo a las agencias

¡Regístrate ya y comienza a llenar el viaje de tus clientes!

[civitatis.com/agencias](https://civitatis.com/agencias)



UNAV nos informa...



DIT GESTIÓN SE INCORPORA AL CUADRO DE SOCIOS DE UNAV

Con esta adhesión, se reforzarán los servicios a las agencias a nivel institucional, sumando las ventajas que ambas entidades aportan tanto a sus socios como al colectivo sectorial

Tras esta incorporación, UNAV integra ya a 121 miembros y representa a nivel institucional a un total de 3.670 puntos de venta

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) y DIT Gestión han firmado un acuerdo de colaboración por el cual el grupo de gestión creado en San Sebastián hace 11 años se incor-

pora al cuadro de socios de la entidad decana de las agencias de viajes en España. Esta adhesión permitirá reforzar los servicios a las agencias de viajes a nivel institucional, sumando las ventajas que ambas instituciones aportan tanto a sus socios como al colectivo sectorial. DIT Gestión es uno de los principales grupos de referencia nacionales, que agrupa a un total de 890 agencias de viajes independientes, que dan empleo en conjunto a 2.800 trabajadores. Entre otros servicios, ofrece a sus asociados asesoramiento legal y administrativo, marketing y contenidos formativos. DIT Gestión, además, dispone de un sistema tecnológico propio, que permite la personalización de las páginas web, y motores de búsqueda exclusivos (hoteles, coches, aéreos, cruceros, circuitos, ferrys, larga distancia, entradas, tickets...). En la actualidad, DIT Gestión agrupa bajo su marca a cinco empresas: Dostirec (agencia mayorista que opera bajo la marca Haiku Travel), Haiku Vuelos (consolidar aéreo), VPK Solutions (empresa tecnológica adscrita al grupo), DIT Canarias y Arriaga Viajens. El grupo, que emplea a 42 personas, está presidido por Jon Arriaga. UNAV, por su parte, es la organización

deca de las agencias de viajes en España e integra a 121 miembros y representa a un total de 3.670 puntos de venta (tras la incorporación de este grupo); las compañías agrupadas en torno a UNAV dan empleo a cerca de 5.000 trabajadores y facturan anualmente una cifra próxima a los 6.000 millones de euros. En opinión de Jon Arriaga, presidente de DIT Gestión, "la incorporación a UNAV es un gran paso para las agencias independientes agrupadas en torno a nuestro grupo, pues nos permitirá fortalecer nuestra representatividad y ganar peso en nuestras reivindicaciones ante la Administración, además de beneficiarios de todos los servicios que presta UNAV a sus asociados". Según Carlos Garrido, presidente de UNAV, "la adhesión de DIT Gestión es una excelente noticia, que consolida nuestro liderazgo en materia asociativa y refrenda nuestro posicionamiento ante las instituciones. Este acuerdo, además, no indica que estamos en la buena dirección y que hemos de continuar con nuestra línea de trabajo, orientada a lograr la máxima representatividad en todo el territorio nacional".

UNAV ELABORA EL LIBRO BLANCO DE LA SOSTENIBILIDAD EN LAS AGENCIAS DE VIAJES

Con esta iniciativa busca sensibilizar al conjunto de las agencias en asuntos de sostenibilidad, profundizar en el estado actual de la situación, reconocer las buenas prácticas empresariales y proponer medidas de futuro

El proyecto, pionero en España, cuenta con el patrocinio de Amadeus, ERGO Seguros de Viaje, Iberia y Movelia y la dirección técnica de ObservaTUR. El medio ambiente y la sostenibilidad son temas que cada vez tienen una mayor importancia y alcance social entre la opinión pública, que a diario se muestra más sensible y concienciada hacia estas materias, como demuestran distintos estudios dados a conocer en las últimas fechas.

Conscientes de ese sentir, la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV), integrada por 121 miembros y un total de 3.670 puntos de venta, anuncia hoy la puesta en marcha del Libro Blanco de la Sostenibilidad de las Agencias de Viajes, una iniciativa pionera, primera de la industria del turismo y los viajes, que busca sensibilizar al conjunto de las agencias en asuntos de sostenibilidad, profundizar en el estado actual de la situación en su ámbito, reconocer las buenas prácticas empresariales y proponer medidas de futuro de cara a reducir la huella digital que conlleva la actividad en la que opera. Hay que recordar, en este sentido, que la industria del turismo y los viajes es causante del 5 por ciento de las emisiones de CO2 del planeta y que tres de los 17 objetivos de desarrollo sostenible mencionan de manera explícita al turismo.



Según ha manifestado el presidente de UNAV, Carlos Garrido, "nuestro deseo -el deseo de todos cuantos conformamos el sector de las agencias de viajes- es que los destinos turísticos lo sigan siendo con el transcurso de los años para nuestros hijos y para que las generaciones venideras puedan disfrutarlos en las mismas condiciones de calidad, armonía y bienestar en que nos fueron legados". A este proyecto se han sumado diversas instituciones del sector del turismo y los viajes, como son Amadeus, ERGO Seguros de Viaje, Iberia y Movelia, firmas cuyas estrategias corporativas mantienen un compromiso continuado con la sostenibilidad. El acto del anuncio se ha efectuado en la sede de CEIM, cuyo presidente, Miguel Garrido, ha dado también la bienvenida a la iniciativa. El Libro Blanco de la Sostenibilidad en el Sector de las Agencias de Viajes supondrá el punto de partida de toda una serie de actuaciones que en estos momentos ya se están diseñando y que

gradualmente se irán anunciando, con el fin de proseguir de forma continuada con la sensibilización del sector en calidad desde su papel de prescriptores de opinión. En opinión de Garrido, "en UNAV queremos dar un paso adelante y poner de manifiesto nuestro compromiso con el medio ambiente y la sostenibilidad, aportando, en la medida de nuestras posibilidades, soluciones que puedan contribuir a minimizar el impacto de la cultura de los viajes en nuestro entorno. Es necesario promover un turismo responsable, que proteja el entorno y al mismo tiempo sea capaz de seguir contribuyendo al desarrollo de las regiones y países y al empleo". UNAV, que este mismo año ha puesto en marcha la primera edición de su Concurso de Iniciativas de Sostenibilidad en Agencias de Viajes -ganado por la agencia SANANDER-, llevará a cabo el Libro Blanco con la colaboración de ObservaTUR y de las firmas ReintiaT y Task ONE.

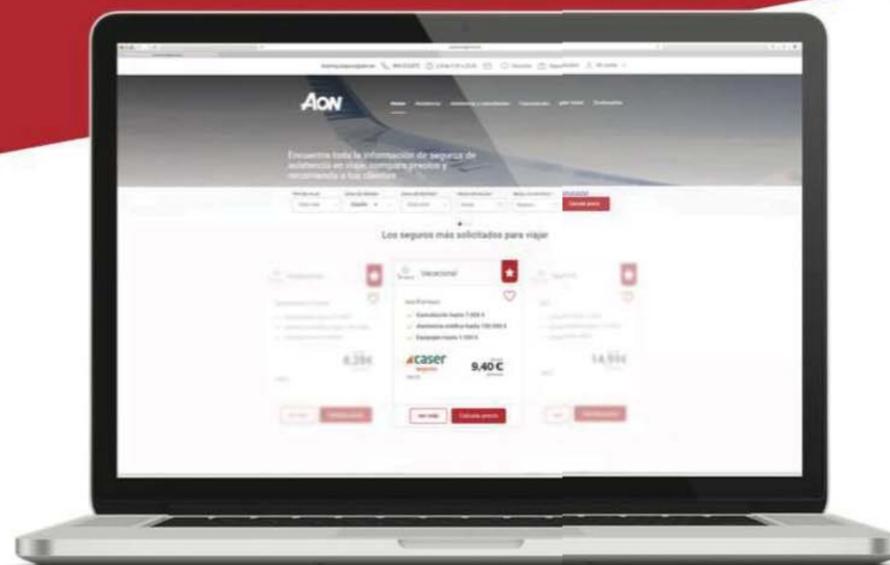
Creemos que hay dos maneras de encontrar  
el mejor seguro de viaje para tus clientes



Una difícil



Y una fácil



## ¿Estás preparado?

Aon te lo pone fácil

Encuentra el seguro de viaje  
perfecto para cada cliente en

**www.aonagencias.es**

## Y para los clientes más exigentes... Te presentamos Aon Premium

Las mayores coberturas para unas  
vacaciones sin sorpresas

En **aonagencias.es** te lo ponemos fácil para que tus clientes disfruten de unas vacaciones sin sorpresas. Descubre el nuevo producto de **asistencia & anulación** con las mayores coberturas.

Aon Premium incluye la garantía de **anulación por causa de fuerza mayor\***. Así, tus clientes podrán cancelar sus viajes por motivos, que no cubren otros seguros, como, por ejemplo, quiebra de proveedores, catástrofes naturales, huelgas o actos de terrorismo.

### CASER - AON PREMIUM

<b>Anulación</b> por causa de fuerza mayor	Hasta <b>7.000 €</b>
<b>Gastos médicos</b> en el extranjero	Hasta <b>100.000 €</b>
<b>Vacaciones no disfrutadas</b>	Hasta <b>3.000 €</b>
Cobertura de <b>equipajes</b>	Hasta <b>1.500 €</b>

- Incluye la **anulación de todos los acompañantes**.
- Incluye la cancelación por cambio justificado e imprevisto de vacaciones.
- Seguro **válido para cruceros sin coste adicional**.

Este seguro **se puede contratar en cualquier momento** con una carencia de 72 horas desde la fecha de la contratación.

Como nos gusta ponértelo fácil, lo tendrás disponible en la sección de **productos destacados**. ★

No olvides marcarlo como **favorito** ♥ para tenerlo siempre a mano.

Con la garantía de Caser.

Entra en:  
**www.aonagencias.es**

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

\*Consultar condiciones. Aon Gil y Carvajal S.A.U. Correduría de Seguros, con domicilio social en Madrid, Edificio Torre Ríoja, calle Rosario Pino, nº14-16, C.P. 28020. C.I.F. A-28109247. Inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 15.321, Folio 133, M-19.857. Inscrita en el Registro Especial de Mediadores de Seguros y Corredores de Reaseguros de la Dirección General de Seguros con la clave J-107 (Correduría de Seguros) y RJ-0033 (Correduría de Reaseguros). Capacidad financiera y Seguro de Responsabilidad Civil concertado según lo previsto en la Ley 26/2006, de 17 de Julio.

**AON**  
Empower Results®



“Dos construcciones conocidas mundialmente dominan la bahía: la Sydney Opera House (la Ópera de Sídney) y el puente de Sydney Harbour Bridge.”

paseo por la bahía o para llevar a la gente a distintos distritos de la ciudad llamada *The Rocks*. Lo que antaño fue primer asentamiento hoy es una zona turística por excelencia. Magníficos restaurantes, bares, galerías del arte, el paseo que bordea la bahía, todo un conjunto de recursos turísticos y de ocio que añaden un atractivo muy especial a este lugar de relax y diversión. En todo momento y desde cualquier punto tenemos presentes tanto el puente como el edificio de la ópera. Muy cerca tenemos la zona de *Darling Harbour*. Hoy zona peatonal cuenta para disfrute de los habitantes y visitantes con un fantástico acuario, un monorraíl que nos lleva por encima de las calles al centro de la ciudad, el Museo Marítimo, la pantalla gigante más grande del mundo, el bufé más largo y un sin fin de atracciones (unos 700 eventos al año se celebran ahí).

Unos apartes merecen las playas de Sídney, aunque son más de 50 la palma se la llevan las famosas playas de Bondi y Manly. Son un auténtico espectáculo.

## Sydney, ¡espectacular!

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

La ciudad más grande de Australia, capital del estado de Nueva Gales del Sur, el primer asentamiento en el continente australiano, es sin duda de las más bonitas del mundo. Situada a orillas de la Bahía de Jackson y habitada por 5 millones de personas es a su vez considerada también como una de las más cosmopolitas. Y si hablamos de la zona del CBD (Distrito Central de Negocios) y del puer-

to, creo que no tiene ninguna competencia, salvo quizás la ciudad de San Francisco. Dos construcciones conocidas mundialmente dominan la bahía: la Sydney Opera House (la Ópera de Sídney) y el puente de Sydney Harbour Bridge. Ambas son inconfundibles y por muchas veces que se las ve, uno nunca se cansa de admirarlas de nuevo. Cada día, en cada época del año, a cada ho-

ra, se presentan de diferente manera y ya ni os cuento como son durante la celebración de la noche vieja. Seguramente no hay ningún espectáculo de fin de año como el de Sídney.

No quisiera aburriros con los detalles de la historia de la ciudad que cada uno puede encontrar en cualquier enciclopedia, Wikipedia, internet etc., así que voy a recomendar algunos sitios de interés y os anticipo que para ver la ciudad se necesitan al menos 4-5 días. Para empezar a hacerse una idea aproximada de la misma hay que subir a la Torre de Sídney (Sydney Tower) también conocida como la Torre de AMP. Tiene una altura total de 305 metros y antes

de llegar arriba del todo, a 250 metros del suelo, encontramos un mirador espectacular que cuenta, para los más atrevidos, con una plataforma llamada *Skywalk* (paseo celestial) colgada sobre el vacío. Las vistas son inolvidables y en un día despejado se puede divisar el horizonte hasta 80 kilómetros a la redonda. Para los que no se atreven a salir a la plataforma, con mucha más tranquilidad se puede reservar una mesa en el restaurante giratorio y así tendremos un viaje de 360° alrededor de la ciudad durante el almuerzo o la cena. Otro lugar donde uno vuelve cada día cuando está en Sídney es la zona portuaria, lugar del que salen los ferris de



Para los australianos las playas son indispensables y casi todo el tiempo libre del que disponen en verano lo pasan en ellas. Podemos decir que existe una cultura específica de la playa y todos quieren presumir en ellas, pero nadie puede competir con los mundialmente reconocidos salvavidas. Es un grupo muy selecto, entrenados al máximo nivel y envidia de la mayoría de los chavales y es que... donde se pone uno de ellos, no hay nada que hacer. En algún restaurante de la zona hay que probar obligatoriamente las mejores ostras que se pueden saborear en cualquier parte del mundo. No hay ostras como las de la bahía y si además te las sirven fresquitas con un buenísimo vino blanco de

Barrosa Valley, enfrente de la maravillosa playa y contemplando la puesta del sol ... que os voy a decir.

Para terminar, me gustaría recomendaros una visita a las **Blue Mountains** (Montañas Azules). El viaje es de aproximadamente una hora en coche. Una enorme extensión de bosques de eucaliptos que desde la distancia adquieren un color azulado por la evaporación del aceite desde las hojas del árbol y que con los rayos del sol, que se reflejan en las minúsculas gotitas del dichoso aceite, provocan este efecto. Hay un funicular con unas vistas espléndidas, un trenecito de mina *Katoomba Scenic Railway* con una increíble inclinación (el de Indiana

---

“Podemos decir que existe una cultura específica de la playa y todos quieren presumir de ellas, pero nadie puede competir con los mundialmente conocidos salvavidas”

---

Jones a su lado es un juguete), la flora y la fauna, el maravilloso bosque lluvioso, el santuario de los koalas, etc. Y para regresar se puede coger un *ferry* que nos llevará hasta el mismo centro de la ciudad navegando por el río Parramatta, contemplando por el camino unas vistas y paisajes fantásticos.





“No hay en el mundo ciudades como ésta y donde nada más llegar, uno se siente como en su propia casa.”

Resumiendo: Si queréis ver algo único, algo especial, algo que se quede grabado en la retina para siempre, Sídney es el lugar. Como el resto del país es un lugar muy seguro, con muy buenos servicios, hoteles de calidad y un sin fin de cosas para ver, hacer y degustar ya

que se come mucho, muy bien y ajustado de precio, además en unos lugares preciosos. No hay en el mundo muchas ciudades como ésta y donde nada más llegar, uno se siente como en su propia casa.



# BALEARIA

Nueva experiencia a bordo:  
**SMART SHIP** by Baleària

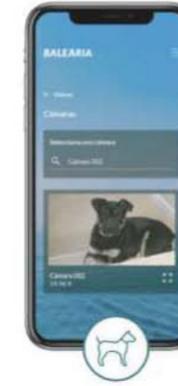
Entretenimiento digital **GRATIS**



Elige entre una amplia variedad de **JUEGOS**



**TV Y CINE** a la carta



Sigue el viaje de tu **MASCOTA** a través de las cámaras

**WHATAPP:** disfruta del servicio de envío de mensajes de texto incluso cuando no tienes cobertura.

**INTERNET:** navega durante toda la travesía.

**SIN COLAS:** accede al camarote desde el móvil a través de un **QR** enviado por sms.

# (Fitur)

SOCIO FITUR

Imagine your **Korea**



# SOMOS TURISMO

MADRID, 22 - 26 ENERO 2020

40 AÑOS FITUR



IFEMA  
Feria de  
Madrid

[fitur.com](http://fitur.com)



MEMBRO AFINADO

TRANSPORTISTA OFICIAL