

ACTUALIDAD INFORMATIVA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y LOS VIAJES

Gaceta del Turismo

La Gaceta Semanal de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

ENTREVISTA CON

**TONI PÉREZ, ALCALDE
DE BENIDORM**

**“LA INTELIGENCIA
TURÍSTICA HA SUPUESTO UN PUNTO
DE INFLEXIÓN EN LA PROMOCIÓN DE
BENIDORM COMO DESTINO”**

**Casi 200 mil personas han visitado
ya “The Champions Burger”
en el cesp   de Mestalla**

**Intermundial presenta la solución
definitiva para la contratación de
seguros de viaje**

**Renfe ofrece 2,3 millones de plazas
para viajar este verano en sus
trenes de alta Velocidad y Larga
Distancia con origen y destino
Comunitat Valenciana**



ENTREVISTA | TONI PÉREZ

ALCALDE DE BENIDORM Y PRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN PROVINCIAL DE ALICANTE

«La inteligencia turística ha supuesto un punto de inflexión en la promoción de Benidorm como destino»



El alcalde de Benidorm y presidente de la Diputación Provincial de Alicante, pasa sus vacaciones en su ciudad y sigue defendiendo el modelo sol y playa como principal reclamo del destino Benidorm, aunque dice practicar “la escucha activa” para potenciar el resto de la oferta complementaria como atractivo. Afirma que la inteligencia turística ha supuesto “un antes y un después” en la gestión de los destinos turísticos y, como presidente de la Diputación, alaba la oferta de turismo de interior de la provincia de Alicante.

Estamos a punto de comenzar la temporada alta, aunque Benidorm es un destino bastante desestacionalizado. ¿Cómo se presenta?

Totalmente desestacionalizado en realidad. Las expectativas para esta temporada alta son máximas. Estamos ante un año de mucha actividad en el que todo indica que vamos a superar perfectamente los datos de la mejor serie histórica y también los registros de 2019, ejercicio previo a la pandemia y que se saldó con

algunos indicadores récord. En estos momentos ya se están rebasando las previsiones que teníamos a principios de año, algo que prácticamente ha ido sucediendo quincena tras quincena desde que arrancó 2024. Y algo que es sumamente importante: esa intensa actividad turística está teniendo su reflejo en la generación de empleo, con cifras de contrataciones en valores máximos en Benidorm. Esta circunstancia viene a confirmar lo que siempre hemos defendido: el turismo es un gran motor de generación de empleo y distribución de riqueza.

Benidorm es un Destino Turístico Inteligente certificado. ¿Cómo se ha traducido eso en la realización de campañas promocionales y desarrollo de estrategias para captar turistas?

La inteligencia turística en la gestión y promoción del destino ha supuesto, sin duda, un punto de inflexión, un antes y un después. Recopilar el dato, analizarlo y aterrizarlo nos ha permitido disponer de una visión global de lo que está ocurriendo a nuestro alrededor, anticiparnos a posibles situaciones, tanto adversas como favorables, y detectar oportunidades.

La crisis sanitaria de la COVID-19 es el paradigma de la importancia de la gestión inteligente de la ciudad y también turística, porque fue clave para gestionar los primeros compases de la pandemia y para pilotar la reactivación de la actividad en Benidorm. Fuimos el primer destino en devolver a sus lugares de origen a todas las personas alojadas en nuestra ciudad cuando se anunció el estado de alarma y fuimos módicos en la gestión de nuestras playas cuando se levantó.

Superada esa situación, la inteligencia turística sigue marcando nuestro día a día. Gracias a ella, por ejemplo, sabemos de forma certera en qué mercados centrar nuestros esfuerzos de promoción en cada momento para ser mucho más eficientes, igual que podemos saber que espera cada segmento turístico de sus vacaciones para focalizar en ese aspecto de nuestra oferta para cada nicho concreto de mercado.

¿Siguen eligiendo los turistas Benidorm por el sol y playa? ¿Qué otros atractivos están ganando fuerza como polo de atracción de visitantes?

Obviamente el sol y la playa siguen siendo los dos grandes reclamos de Benidorm en el imaginario colectivo y, como decíamos, durante todo el año, aunque es igual de cierto que cada vez se valoran más otros muchos aspectos de nuestra oferta. Gracias a la escucha activa podemos confirmar que efectivamente lo que más interesa es el sol y playa, seguido de la gastronomía, de todo lo vinculado a la vida activa y al deporte, de la oferta cultural y del ocio nocturno. Esos indicadores son el resultado de un trabajo concienzudo de posicionamiento por parte de Visit Benidorm y de políticas activas por parte de la administración local y del tejido productivo que impulsan y refuerzan esa oferta.

Y gracias a esa escucha activa que le comentaba sabemos además que una vez que han compartido sus vacaciones con nosotros, lo que más valoran quienes nos visitan es la percepción de seguridad, con un índice de satisfacción superior al 95%. También muy elevada, por encima del 90%, es la valoración que dan a nuestro clima, que invita a disfrutar de la ciudad en cualquier momento y estación del año.

Sugiéranos un plan para una visita de un día para alguien que no conozca la ciudad...

El plan ideal pasa por descubrir y vivir nuestro Benidorm azul, el de nuestras playas, y el Benidorm verde, el que configuran nuestros parques urbanos y periurbanos y nuestros parajes naturales, con el parc natural de la Serra Gelada a la cabeza. Ambas opciones se pueden disfrutar andando o practicando diferentes modalidades deportivas. Parada obligatoria para paladear nuestra gastronomía: un buen arroz es siempre sinónimo de éxito en la mesa y más si va acompañado de lo mejor que nos ofrece nuestro mar y la huerta alicantina. Y una vez se han repuesto fuerzas, nada mejor que pasear por nuestro casco antiguo, conocer nuestro patrimonio histórico y ver el atardecer desde el mirador de La Creu, El Castell, El Tossal o una 'roof terrace'.

¿Pasa usted sus vacaciones en Benidorm o elige visitar otros paisajes?

Hace ya 9 años que no disfruto de unas vacaciones en el sentido estricto de la palabra, únicamente he dispuesto de días sueltos en los que Benidorm y el resto de la provincia de Alicante siempre han sido la primera opción. En la ciudad y en la provincia lo tenemos todo.

Como presidente de la Diputación Provincial, ¿qué atractivos tiene la provincia de Alicante en cuanto a turismo de interior?

Siempre digo que Alicante es sol, tanto en la playa como en el interior. Algunas personas no saben que la provincia de Alicante es una de las más montañosas de España. Atesoramos un rico interior con espacios naturales y enclaves

únicos en los que la naturaleza manifiesta todo su potencial. Conscientes de este patrimonio ambiental, desde la Diputación protegemos y difundimos toda la gran oferta de turismo activo que atesoran nuestros municipios. Elevadas montañas y picos como el de Aitana, a 1.550 metros, o el Puig Campana, a 1.436, vegetación autóctona y única en nuestro país, bosques protegidos y escasos en Europa, como el de tillos de la Sierra Mariola, que alberga plantas aromáticas y medicinales que no se encuentran en ningún otro lugar, o la Serra del Maigmo, con una de las vistas más espectaculares de nuestra costa, conforman un tapiz verde de incalculable valor ambiental.

Además, nuestra provincia también es rica en hermosas hondonadas de impactantes paisajes como el de La Vall d'Alcalá, Vall d'Ebo, Vall de Gallinera, el Valle del Vinalopó, que nos deleita con su uva de mesa, o La Vall de Laguar, donde se encuentra el abrupto Barranc de l'Infern, mientras que el sur, con otra tipología, nos regala una huerta plagada de extraordinarios alimentos que nutren nuestras mesas y las de buena parte del continente.

Para los amantes del turismo más activo, tenemos la Gran Ruta Costa Blanca de Interior, una travesía lineal de 432 km, dividida en 20 etapas, a través de la cual se puede conocer toda la provincia. Se trata de una propuesta innovadora que invita a contemplar los contrastes paisajísticos y culturales de nuestra tierra y que permite visitar vestigios históricos, descubrir mitos y leyendas, acercarse a tradiciones, costumbres y arquitectura singulares o disfrutar de una gastronomía y una artesanía inigualables. Nueve parques naturales jalonan la Costa Blanca de norte a sur, configurando un paisaje único, particular y variado. Tenemos una gran variedad de hábitats con una elevada biodiversidad, así como una flora y fauna espectaculares. Prueba de ello son las Lagunas de la Mata y Torrevieja o las Salinas de Santa Pola y el Fondo. O el Marjal Pego-Oliva, el Peñón de Ifach, la Serra de Mariola, la Serra Gelada, el Montgó y la Font Roja.

Sin duda, tenemos mucho que ofrecer en cuestión de turismo de interior, propuestas que se complementan a la perfección con nuestra magnífica costa, con playas y calas cuya calidad es reconocida año tras año, como una de las provincias con mayor número de banderas azules.

¿Qué tipología de turistas elige la montaña de Alicante para pasar sus vacaciones?

Una de las bondades de nuestra provincia más valorada por los turistas es la cercanía que existe entre la costa y el interior. Las distancias

son relativamente cortas y nuestras extraordinarias infraestructuras permiten en poco menos de una hora estar en una playa y, poco después, en uno de nuestros parques naturales. En la Costa Blanca no hay que elegir, porque se puede disfrutar de toda nuestra oferta, aunque si bien es cierto que los visitantes que eligen el interior para hospedarse en casas rurales, campings u hoteles son aquellos que buscan más tranquilidad y contacto directo con la naturaleza, son más activos y aventureros y, normalmente, comparten estos espacios con familia o amigos, es importante destacar también la afluencia de miles de amantes del montañismo o el ciclismo en todas sus modalidades, tanto amateurs como profesionales, que eligiendo la costa para su estancia disfrutan del interior en sus entrenamientos, visitas o excursiones.

Alicante es una plaza importante para el turismo de cruceros, ¿Qué previsiones tienen para la temporada?

Según las estimaciones, se prevé para 2024 la llegada al Puerto de Alicante de más de 90 cruceros que transportarán 230.000 pasajeros y para 2025 se espera superar el centenar de escalas programadas y alcanzar los 250.000 pasajeros.

Este año se calcula, además, un impacto económico de 60 millones de euros, una cifra que dejará grandes beneficios en sectores como la hostelería o el ocio.

Estas cifras constatan que Alicante se posiciona como destino de cruceros, cada vez con una mayor atención a las demandas del crucerista, para hacer de su estancia en nuestra provincia una experiencia única.

Usted recibe periódicamente las publicaciones de La Gaceta del Turismo. ¿Qué opina de nuestro medio?

España es líder mundial en Turismo y el Turismo es una de las grandes industrias de este país, con una aportación al PIB que se cifra en 178.000 millones de euros anuales. Por ello, es indispensable y altamente gratificante contar con medios de comunicación especializado en esta industria, que aborden con una visión analítica la realidad del Turismo, su alcance y sus retos, y que al mismo tiempo trasladen información actualizada sobre todo lo que acontece en torno a esta actividad.

Un deseo para este verano....

Que todos aquellos que nos visiten encuentren en Benidorm la felicidad, porque esa es siempre nuestra máxima aspiración, y que tanto la ciudad como la provincia de Alicante superen con creces los objetivos marcados para la temporada alta 2024.

Casi 200 mil personas han visitado ya “The Champions Burger” en el césped de Mestalla

Ya son más de 180.000 personas, sobre todo jóvenes, quienes han visitado la 5.ª edición de “The Champions Burger” en el césped del estadio de Mestalla en Valencia, para disfrutar del carnívoro festival

gastronómico de la hamburguesa, que permanecerá en Valencia hasta el próximo 7 de julio a diario.

La entrada es libre y son más de 25 las hamburgueserías, con una representación de varias valencianas, que durante los 26 días anunciados ofrecen sus mejores productos gourmet a 12.50 euros la pieza, patatas y bebidas aparte. Todas ellas se venden en food trucks y Premium, compiten por ser las mejores de la ciudad y representar a Valencia en la final española con la «Mejor hamburguesa de España» y representar a nuestro país en el certamen europeo el próximo otoño.

Es el público quien elige su hamburguesa favorita votando a través de un código QR. Las dos propuestas con mayor puntuación competirán en la final de The Champions Burger 2024.

El campeonato, que se ha consolidado como el comenzó el pasado mes de febrero y hasta noviembre visitará 16 ciudades españolas. Después de Valencia, y tras haber estado en Murcia, Córdoba, Alicante, Zaragoza, Madrid, Barcelona y Sevilla, The Champions Burger viajará a Valladolid, San Sebastián y Bilbao, entre otros municipios.

The Champions Burger se ha consolidado, según la organización, en el mayor evento gastronómico de España, que reúne en el mismo recinto a las mejores hamburgueserías para que los consumidores pueden probar las mejores marcas y calidades en un mismo recinto, sin tener que desplazarse a cada uno de los restaurantes repartidos por diversas ciudades y regiones.



Intermundial presenta la solución definitiva para la contratación de seguros de viaje



La compañía líder en distribución de seguros de viajes y gadgets Intermundial ha activado la versión más avanzada de su plataforma de gestión de seguros Safer. Esta actualización de la herramienta permite obtener una gestión integral y simplificada, centralizando todas las operaciones relacionadas con los seguros de viaje en un solo canal. Gracias a esta nueva versión, la plataforma de gestión 360 líder en el mercado ofrecerá un servicio más flexible, ágil, y completo a los distribuidores, ayudándoles a aumentar su productividad, y optimizar su día a día.

Plataforma centralizada en un solo canal. Gracias a su actualización, Safer se ha convertido en un aliado estratégico para los agentes de viajes, ya que les permite asumir el control completo de su negocio. De esta forma, Safer permite realizar la declaración de siniestros y tener un seguimiento en tiempo real del avance de cada caso, ofreciendo en todo momento la posibilidad de contactar directamente con un

tramitador de Intermundial. La plataforma permite además consultar las pólizas con un solo clic, generar presupuestos, contratación rápida de seguros, y modificación sencilla de las reservas. Herramientas innovadoras. La plataforma ha introducido en 2024 innovadoras herramientas como los Filtros Avanzados y la función de Favoritos, que permiten a los usuarios localizar rápidamente la información necesaria, y acceder instantáneamente a los seguros más utilizados. Además, Safer ha ampliado el plazo de modificación de las pólizas de 24 a 72 horas, brindando una flexibilidad sin igual en el mercado. Esta renovada herramienta se ha mejorado para facilitar las transacciones con múltiples formas de pago, incluyendo el novedoso Enlace Pago Cliente con domiciliación SEPA, lo que permite simplificar aún más el proceso de venta y gestión.

Según asegura Manuel López, CEO de Intermundial "El objetivo del lanzamiento de esta nueva versión es simplificar toda la operativa para que los profesionales

puedan centrarse exclusivamente en hacer crecer su negocio. Safer ofrece a los agentes una experiencia para la contratación de seguros de viajes sin precedentes en comodidad y eficacia".

La actualización de Safer es solo una de las mejoras que está implementando la compañía en los últimos meses. La empresa especializada forma parte del hub turístico Travelance como proveedor preferente de seguros, con el objetivo de crear colaboraciones para ofrecer el mejor servicio a los distribuidores. Esta alianza, conformada por los turoperadores independientes de reconocido prestigio: Europamundo, Luxotour, Soltour, y Coming2, como partners principales, TUI, y Guest Incoming como afiliados, permite a la compañía crear sinergias sólidas con los operadores turísticos para aportar un producto más completo a las agencias de viajes.

Para más información sobre la herramienta visitar esta web, visite <https://www.travelance.club/> o el perfil de Travelance en LinkedIn o YouTube.

Renfe ofrece 2,3 millones de plazas para viajar este verano en sus trenes de alta Velocidad y Larga Distancia con origen y destino Comunitat Valenciana

La Comunitat Valenciana es uno de los destinos más demandados. La apuesta de Renfe por el ahorro medioambiental y el gran número de frecuencias y destinos que ofrece se traduce en un aumento progresivo de la demanda



Renfe ofrece más de 2,3 millones de plazas entre todos sus trenes de Alta Velocidad y Larga Distancia para viajar este verano con origen y destino la Comunitat Valenciana, desde el 1 de julio al 15 de septiembre. Con una oferta de 7.000 trenes en circulación, la compañía garantiza la movilidad de los ciudadanos durante estas fechas ante el aumento de la demanda por las vacaciones de verano. La Comunitat Valenciana es uno de los destinos más demandados.

Renfe, como empresa líder del sector ferroviario en España, vertebró todo el territorio acercando a miles de viajeros a sus destinos cada verano, multiplica las conexiones, ofrece más frecuencias que nadie, acorta las distancias y mejora la fiabilidad global del sistema de movilidad.

Renfe y su lucha contra el cambio climático

Renfe lidera el camino hacia la sostenibilidad ambiental. Todos sus trenes eléctricos de viajeros y mercancías cuentan con la certificación Carbono Neutro. De hecho, su huella de carbono es hasta 20 y 30

veces menor que las emisiones procedentes de coches o aviones. La circulación diaria de todos los trenes de la compañía evita al año la emisión de 4,7 millones de toneladas de CO₂ y supone un ahorro energético equivalente a cerca de 1,3 millones de toneladas equivalentes de petróleo.

El horizonte de Renfe es llegar a cero emisiones de carbono en 2050. Además, forma parte de la iniciativa europea para reducir las emisiones de CO₂ en al menos un 55 % en 2030 (objetivo cumplido con antelación).

Soltour firma un acuerdo con Egyptian State Tourist Office para promocionar Egipto en España

El turoperador y la Egyptian State Tourist Office, responsable de la promoción y el desarrollo del turismo en el país, tienen el objetivo de recuperar los viajes al destino mediante actividades que den a conocer la impresionante historia y cultura egipcia



Soltour, turoperador independiente líder en España y Portugal, ha firmado un acuerdo con la Egyptian State Tourist Office, la entidad gubernamental

de Egipto responsable de la promoción y el desarrollo del turismo en el país. Con este convenio, el turoperador se propone promocionar el destino mediante acciones que sorprenderán a quienes viajen a la tierra de los faraones, ofreciéndoles la oportunidad de descubrir sus monumentos más fascinantes. Asimismo, este acuerdo se realiza para apoyar a las agencias en sus ventas, proporcionándoles herramientas y recursos adicionales para atraer a más viajeros. “La alianza con la Egyptian State Tourist Office representa un paso adelante para nosotros, ya que juntos promocionaremos el país transmitiendo la seguridad del destino y los grandes atractivos culturales del país que no dejarán a nadie indiferente”, destaca Luis Santos, directo comercial de Soltour para España y Portugal.

En su apuesta por el destino, Soltour ha diseñado una emocionante operativa a Egipto desde cuatro ciudades españolas. Así, el turoperador ofrece vuelos directos todos los lunes desde Barcelona, Bilbao, Valencia,

Málaga, Sevilla y Madrid hasta el 30 de septiembre. Desde la capital, también habrá vuelos directos todos los sábados hasta el 31 de diciembre de este año. Esta nueva ruta directa será una experiencia mágica e inolvidable, donde los viajeros podrán disfrutar de un exclusivo crucero por el Nilo y de la vibrante capital, El Cairo, además de otros lugares que han sido seleccionados cuidadosamente para ofrecer una inmersión en la historia y cultura egipcia.

“En Soltour nos comprometemos a ofrecer las mejores experiencias de viaje posibles, por ello, contamos con un paquete centrado en el fascinante Egipto. Nuestro objetivo de llevar viajeros de toda España a descubrir otros destinos del mundo, nos ha llevado a ofrecer esta operativa con ruta directa desde Madrid, Barcelona, Bilbao y León”, concluye Luis Santos.

Una de las bases del acuerdo de Soltour consiste en promocionar de manera especial el destino, para mostrar, entre otros aspectos, la seguridad que éste ofrece. Para ello, el turoperador ha organizado un viaje del 1 al 8 de julio con reconocidos creadores de contenido españoles, que descubrirán el país de la mano de Soltour y podrán compartir con sus seguidores todas sus aventuras y

experiencias durante una ruta de 8 días: 4 días de crucero por el Nilo y 3 días en la capital, El Cairo.

El grupo comenzará su viaje desde Madrid con un vuelo directo a Luxor, donde serán trasladados a un crucero por el Nilo. Visitarán los Colosos de Memnón, el Valle de los Reyes, y los templos de Karnak y Luxor. Continuarán explorando Egipto con paradas en el Templo de Edfu y el Templo de Kom Ombo, antes de llegar a Asuán y realizar una excursión a Abu Simbel. En Asuán, visitarán el Templo de Philae y disfrutarán de un paseo en faluca. Finalmente, pasarán tres días en El Cairo, visitando las Pirámides de Giza, la Esfinge, la necrópolis de Saqqara, la Ciudadela de Saladino, entre otros, culminando con una noche en la histórica calle Al-Muizz.

La operativa se ha diseñado para proporcionar a las agencias soluciones para sus clientes. Una oportunidad única que incluye vuelos y alojamiento para visitar una de las maravillas más impresionantes del mundo: Egipto. Los paquetes de viajes pueden adquirirse a través de agencias de viajes y preguntando por el viaje a Egipto de Soltour, ofreciendo así una experiencia completa y bien organizada para explorar los tesoros históricos y culturales de este fascinante destino.

Room Mate Hotels adquiere el grupo hotelero Staying Valencia



Según publica Hosteltur Room Mate Hotels acaba de cerrar la compra de Staying Valencia, un grupo de hoteles boutique y apartoteles con presencia en Valencia. Tras la operación, la cadena incorpora 10 activos a su cartera: seis hoteles y cuatro edificios de apartamentos. Kike Sarasola, fundador y presidente de la compañía, ha dicho a HOSTELTUR que se trata de activos “que se acoplan perfectamente a nuestra filosofía de atención al cliente, localizaciones dentro de las ciudades y decoraciones muy bonitas”. La intención es renovar las propiedades e integrarlas

progresivamente a la marca Room Mate. Esta operación marca un hito para la expansión de la compañía adquirida en 2022 por TPG Angelo Gordon y Westmont Hospitality, ya que alcanza los 32 establecimientos y aproximadamente 2.200 llaves bajo gestión en 5 países y 14 ciudades.

Clifford Chance (Legal), Perez Llorca (Tax & Structuring), Jones Lang LaSalle (Commercial), PwC (Financial) y Arcadis (Technical) han ejercido como asesores de Room Mate Hotels en la transacción. JLL, liderado por Javier de Miguel, ha ejercido como asesor financiero y legal de Staying Valencia.

Los seis hoteles de Staying Valencia alcanzan las 356 habitaciones y los cuatro edificios tienen en total 138 apartamentos, han confirmado a este diario. Con esta adquisición las compañías llegarán a un Ebitda combinado de 40 millones de euros

Gracias a esta operación, la cadena vuelve a Valencia, la tercera ciudad más grande del país. “Creo que la ciudad tiene un potencial buenísimo y en los últimos tiempos ha mejorado: está limpia, dinámica, con muchas ganas y apostamos por ella”, ha dicho Sarasola, destacando también la reputación de los hoteles que se suman al portfolio.

NEXOTUR y Ángel Juan Pascual, premiados con los Distintivos Turísticos de CEAV

La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) entregará sus Distintivos Turísticos 'Matilde Torres' y 'Vicente Blasco' de 2024 el próximo 10 de octubre en Madrid. El XII Distintivo 'Matilde Torres' ha sido concedido a Ángel Juan Pascual, por su dilatada y exitosa trayectoria, mientras que la VIII edición del Distintivo 'Vicente Blasco' ha sido otorgado por unanimidad a NEXOTUR en reconocimiento a la dilatada labor informativa que ha realizado durante 35 años, divulgando al sector la actualidad turística desde un compromiso constante con el asociacionismo sectorial.

XII Distintivo 'Matilde Torres'
CEAV reconoce con este distintivo a Ángel Juan Pascual, consejero delegado de diversas empresas relacionadas con el Turismo y el Transporte de viajeros, como Autocares Rico, Autos Rico Rent a Car, Autocares Moreno, Transportes Cela, Viajes Rico, Socibus S.A. y Secorbus S. Ingeniero de Caminos, Canales y Puertos por la Universidad Politécnica de Madrid y diplomado en Alta Dirección en Dirección y Administración de Empresas por el Instituto Internacional de San Telmo de Sevilla, ha dedicado su trayectoria profesional al sector. Actualmente es, además presidente de la Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Cádiz (desde 1994), presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Cádiz (desde 1998) y vicepresidente de la Autoridad Portuaria del Puerto de la Bahía de Cádiz. Es el decimosegundo año que CEAV concede este galardón, que se creó en honor a Matilde Torres, con el objetivo de reconocer su aportación al Sector, quien 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, siendo vicepresidenta de CEAV y

miembro fundador de la Sociedad Geográfica Española. VIII Distintivo 'Vicente Blasco'
Con la concesión de este galardón, dirigido a reconocer a empresas e instituciones, CEAV rinde homenaje a NEXOTUR por su labor informativa durante 35 años, al cumplirse el 25º aniversario de la Plataforma Digital de Información Turística NEXOTUR.com

En 1988, Eugenio de Quesada y Carlos Ortiz fundaron Nexo Editores, empresa matriz del Grupo NEXO, creando una veintena de periódicos, tres plataformas digitales, ferias y salones, o grandes eventos como CIMET y Futuralia, que han ido conformando un grupo en el que destaca NEXOTUR, que nació hace 35 años como Directorio Profesional del Agente de Viajes. Tras un cuarto de siglo de publicación semanal del Periódico NEXOTUR, en 1999 se convirtió en el primer diario digital del sector turístico. En 2025, NEXOTUR.com, decano de la prensa sectorial en Internet, cumple su 25º aniversario. 25 años en los que ha superado 8.000 ediciones diarias, con 200.000 noticias y medio millón de imágenes, siempre con su artífice y director Eugenio de Quesada al frente. 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, quien desarrolló toda su carrera profesional en el ámbito turístico. Presidente y fundador de la agencia valenciana Europa Travel, desarrolló una dilatada trayectoria merecedora



de diversos reconocimientos, entre los que destaca la Medalla de Oro al Mérito Turístico del Gobierno de España, que recibió en 2009. Además de ostentar diversos cargos en Asociaciones de agencias de viajes, fue patrono de Honor de la Fundación Turismo Valencia, presidente de la Comisión de Turismo de la Cámara de Comercio de Valencia, vicepresidente del Consejo Permanente de Turismo Valencia, presidente del Skat Club y presidente de la Asociación Valenciana de Fomento de Turismo.

El Puerto de Almería recibirá diez escalas del crucero boutique Ocean Victory en 2025

La Autoridad Portuaria de Almería (APA) y Alma Cruceros ponen en común los detalles de las diez escalas que el Ocean Victory hará en el Puerto de Almería en 2025. “Agradecemos a la naviera española la apuesta decidida que hace por nuestro puerto. Las diez escalas de su crucero Ocean Victory suponen el 10% de las previstas en Almería para 2025 y refuerzan nuestra estrategia por impulsar el segmento premium en el turismo de cruceros”,



explica la presidenta de la APA, Rosario Soto. La primera de las visitas del Ocean Victory al Puerto de Almería será el 3 de mayo de 2025; durante dicho mes serán cinco las escalas que realice en total el crucero boutique; otra será en junio, tres más en septiembre y la última de ellas prevista para octubre.

El hotel Meridional celebra su 50 aniversario



El Hotel Meridional en Guardamar del Segura ha celebrado su 50 aniversario con un evento especial para reconocer la dedicación de la familia Rodríguez y el equipo de profesionales que han trabajado arduamente a lo largo de los años.

El evento, al que asistieron familiares, autoridades y amigos, estuvo lleno de sorpresas y momentos emotivos. Se destacó el esfuerzo y compromiso del equipo que ha sido parte de este icónico hotel de Guardamar durante cinco décadas.

Importantes figuras del sector turístico y autoridades estuvieron presentes para conmemorar este hito, donde se repasaron los inicios y la historia del hotel, entre ellas se encontraron Nuria Montes, consellera de Turismo; Agustín Almodóvar Barceló, senador por Alicante y portavoz de turismo del PP en el Senado; Emiliano García Domenech, propietario de la emblemática bodega y restaurante Casa Montaña de Valencia; Fede Fuster, presidente de HOSBEC; Antonio Crespo, director del CDT de Alicante; y José Luis Sáez, alcalde de Guardamar del Segura.

Tourmundial lanza las últimas plazas para el nuevo vuelo directo a Orlando



Tourmundial lanza las últimas plazas para viajar a Orlando con vuelo directo desde Madrid y acercamientos desde diversas ciudades españolas.

El tuoperador ofrece salidas que comprenden desde el 30 de junio hasta el 1 de septiembre de 2024 para viajar a Walt Disney World y disfrutar de su múltiple oferta de Parques.

Se trata de salidas especiales de verano desde Madrid y con acercamiento desde otros orígenes de la geografía española como Málaga, Vigo, Coruña, Bilbao o Palma de Mallorca. Las estancias, de 7 noches, con salida y regreso los domingos, incluyen 4 días de entradas a los parques temáticos

de Florida, traslados, seguro incluido, y también permiten la posibilidad de incluir planes de comidas.

De esta forma, Tourmundial permite viajar a Orlando de la forma más cómoda, sin escalas habituales como Miami o Nueva York, lo que llega a reducir hasta 4 o 5 horas el tiempo de vuelo.

Tourmundial está realizando formaciones y webinar para dar a conocer este nuevo vuelo, que actualmente cuenta con precios muy competitivos, con hasta un 30% de descuento en respecto a los precios habituales.

ESTE VERANO, VÍVELO EN HOTELES SANTOS



Hoteles Santos, cadena hotelera líder en España, destaca como uno de los principales anfitriones para este verano, con presencia en los destinos de playa más importantes del país: Mallorca, Málaga, Murcia, Valencia y Santander. Hotel Nixe Palace (5*), Palma de Mallorca
Gran Hotel Miramar (5* GL), Málaga
Hotel Nelva (4*), Murcia
Hotel Las Arenas Balneario Resort (5* GL), Valencia
Hotel Santemar (4*), Santander

San Miguel lleva el atrevimiento del New York Yacht Club American Magic a Valencia en el camino hacia la Copa América de Vela



Inspirada en aquellos que buscan experiencias extraordinarias, San Miguel se une al New York Yacht Club American Magic Challenger en la trigésimo séptima Copa América, para promover una actitud de atrevimiento, personificada por la tripulación del equipo, con quienes comparten la inquietud de explorar lo desconocido y alcanzar nuevos horizontes.

Para dar a conocer tanto la competición como el equipo a todos los públicos, la marca ha creado una serie de experiencias en distintos puntos de España que vinculan el mundo de la vela con la tradición cervecera y que se reflejará en el "Seekers Boat", una instalación única que recorrerá tres ciudades de la costa mediterránea: Málaga, Valencia y Barcelona. Este recorrido llevará la emoción de la Copa América a comunidades locales de gran relevancia para San Miguel antes del gran evento.

El "Seekers Boat" se instalará en el recinto de eventos de la Marina Norte de Valencia del 14 al 20 de julio. Dentro de la instalación, los visitantes podrán disfrutar de contenidos sobre la cerveza que les descubrirán la historia y la innovación detrás de San Miguel. También habrá una sección dedicada al New York Yacht Club American Magic, donde se podrá conocer todo lo que hay detrás del equipo y su tecnología de vanguardia. Para transmitirlo, la marca ha creado experiencias inmersivas,

como un simulador de navegación en el que los participantes tendrán que pedalear con el objetivo de levantar el foil. La experiencia del "Seekers Boat" culminará con una cata de las distintas cervezas San Miguel a la que se puede acudir con reserva de cita previa en: sanmiguel.com.

Más allá del espacio de la exposición, el "Seekers Boat" contará con una terraza para relajarse y disfrutar tomando una cerveza maridada con productos locales, y un espacio photo opportunity para capturar momentos únicos. Además, durante la noche, se podrá disfrutar de una proyección con imágenes del New York Yacht Club American Magic en el exterior de la instalación del barco en dos pases, el primero a las 22:30 y el segundo a las 23:00.

Esta acción está inspirada en aquellos que buscan experiencias extraordinarias y que tienen la inquietud como motor para ir siempre un paso más allá. A través del patrocinio del New York Yacht Club American Magic, Cervezas San Miguel, con su liderazgo internacional, acerca una competición de índole mundial a lugares que normalmente no hubiesen podido disfrutar de todo lo que ofrece la Copa América. Y lo hace creando experiencias únicas inspiradas en el New York Yacht Club American Magic y en la tradición cervecera, que buscan despertar la inquietud de las personas y enriquecer sus vidas.

World2Fly celebra el vuelo inaugural de su ruta directa que une Madrid con Zanzíbar y pone al servicio de los viajeros los billetes para su nueva ruta a Cali



El pasado 28 de junio tuvo lugar el vuelo inaugural de la ruta de World2Fly que une de manera directa Madrid con Zanzíbar en Tanzania.

La puesta en marcha de esta ruta supone una operación regular exclusiva en el mercado español que refuerza la posición de World2Fly en el sector. Así, a partir del viernes 28 de junio y hasta el 30 de agosto, la aerolínea del Grupo World2Meet operará con un vuelo semanal con salida los viernes desde Madrid a Zanzíbar. Además, gracias a la interlinea que la compañía aérea mantiene con Iberia, los pasajeros podrán conectar el vuelo a Zanzíbar desde Madrid, a través de los vuelos de Iberia desde diferentes aeropuertos de España así como desde Lisboa y Oporto, incluyéndose la facturación del equipaje hasta el destino final.

Los vuelos están disponibles a través de los canales habituales de World2Fly y como parte de los paquetes turísticos de Newblue, una de las marcas de viajes del Grupo World2Meet, paquetes que están disponibles en todas las agencias de viajes. En este aspecto, se pondrán a disposición de los clientes cerca de 4.000 plazas y hasta la fecha se están registrando muy buenas cifras de aceptación. En palabras de Guillermo González Vallina, director General de Distribución en W2M: “Estamos muy orgullosos de comenzar a operar esta nueva ruta a Zanzíbar, que refleja nuestra dedicación a la excelencia y a

la diversificación de destinos. Además, gracias a nuestra alianza de interlínea con Iberia, contribuimos a mejorar la conectividad y el acceso a este destino paradisíaco para un mayor número de pasajeros”.

Para Mudrick Ramadhan Soraga, Ministro de Turismo y Patrimonio del Gobierno de Zanzíbar “Estamos muy emocionados y encantados de dar la bienvenida al vuelo de World2Fly, que conectará de manera directa tanto a Madrid con Zanzíbar, como a los turistas españoles con un destino único y exótico como el nuestro. Las maravillas de Zanzíbar entre las que destacan las playas de arena blanca y aguas tranquilas y cristalinas, la Ciudad de Piedra – Patrimonio de la Humanidad – y una cultura cosmopolita, serán las encargadas de dar la bienvenida a los turistas que lleguen de España y del resto del mundo. Gracias a esta nueva ruta reducimos significativamente el tiempo de viaje, lo que amplía el tiempo de vacaciones de nuestros huéspedes”

La imparable apuesta de World2Fly por diversificar y ampliar destinos Al destino de Zanzíbar se le suma a la reciente incorporación de la ruta directa desde Madrid a Cali que estará disponible a partir del próximo 1 de diciembre y que será operada todos los miércoles y domingos con salida desde Madrid en un A350 de última generación.

Iberia celebra el 75 aniversario de su primer vuelo a París

Un día como hoy hace 75 años, un avión de Iberia despegaba dirección París por primera vez. Este vuelo histórico marcó un hito significativo en la aviación comercial



española al establecer una conexión crucial entre Madrid y la capital francesa.

El 1 de julio de 1949 Iberia realizó su primer vuelo entre las capitales de España y Francia a bordo de un DC-4.

Con motivo del aniversario, la aerolínea ofrece a los clientes de Iberia Plus el doble de Avios en cualquier vuelo reservado entre el 1 y el 31 de julio para volar a París y además sortea dos entradas para Disneyland Paris.

Desde Italia a Tenerife, pasando por Portugal: El verano perfecto en los Beach Clubs de Tivoli Hotels & Resorts



Con la llegada del verano, Tivoli Hotels&Resorts invita a los viajeros a sumergirse en una experiencia de lujo y relajación en sus exclusivos Beach Clubs, situados en algunos de los destinos más paradisíacos de Europa. Desde las pintorescas playas de Italia, pasando por las exuberantes Islas Canarias, hasta la sofisticada costa portuguesa, los hoteles Tivoli ofrecen una combinación perfecta de ubicación privilegiada, servicios de cinco estrellas y un ambiente vibrante y relajado que promete unas vacaciones inolvidables.

Tivoli Marina Vilamoura Algarve Resort: Una joya en la costa portuguesa

Tivoli Portopiccio Sistiana Wellness Resort & Spa: El encanto de la costa italiana

Tivoli La Caleta Tenerife Resort: El toque tropical de la Costa Adeje

Cinco Estrellas Club y Egipto ponen en marcha una campaña de promoción conjunta del destino

La mayorista Cinco Estrellas Club, especializada en viajes y circuitos de alto contenido cultural a destinos de media y larga distancia, y el Ministerio de Turismo y Antigüedades de Egipto, han puesto en marcha una impactante campaña de co-promoción que destaca el atractivo de Egipto como destino vacacional y las experiencias únicas que ofrece al turista español.

La nueva campaña promocional impulsada por la mayorista y el destino destaca por su fuerte componente audiovisual, con presencia en televisión, exteriores -sobre pantallas gigantes y monopostes en ubicaciones seleccionadas por su elevado tráfico- y en redes sociales (Instagram, Facebook y Youtube). Los vídeos y creatividades promocionales reflejan la impresionante riqueza de la cultura del Antiguo Egipto a través de sus principales

iconos turísticos, desde las Pirámides de Guiza a los templos de Luxor, con el río Nilo como presencia atemporal que identifica una civilización tan asombrosa como cautivadora. También se muestra el Egipto más actual y se incide en su propuesta de diversión para los más jóvenes.

La campaña está teniendo un fuerte posicionamiento en el mercado de Madrid, con spots televisivos que se pasarán en canales autonómicos de la Comunidad y un vídeo promocional que se exhibirá en los principales intercambiadores de la capital, incluyendo los de Avenida de América, Plaza de Castilla, Méndez Álvaro y Príncipe Pío. Asimismo, la campaña alcanzará también otras importantes ciudades españolas como Barcelona, Valencia, Córdoba, Sevilla y Málaga.

“Egipto es un destino único en el



mundo y como tal queremos presentárselo a los turistas españoles, inspirándoles el deseo de descubrirlo. Gracias a esta campaña confiamos en contribuir a aumentar significativamente la afluencia de visitantes durante los próximos meses, con una propuesta de paquetes turísticos que están ya disponibles para su reserva a través de las agencias de viajes”, comenta Virginia Blasco, socia y CEO de Cinco Estrellas Club. La mayorista confirma que la demanda hacia Egipto se ha recuperado sensiblemente en los últimos meses y que las previsiones son muy favorables, en especial, de cara al otoño, cuando se espera una recuperación total de la afluencia al destino, posicionado de nuevo como top of mind del viajero interesado por la cultura.

Starbucks® inaugura un nuevo local en Alicante y llega a las 8 tiendas en la ciudad

. Starbucks®, primer distribuidor y tostador de café del mundo y marca operada por Alsea en España desde 2018, estrena un nuevo local en la ciudad de Alicante. Concretamente, en el Centro Comercial Plaza Mar 2 (Avinguda de Dénia, s/n). De esta forma, la compañía inaugura su local número 8 en la ciudad y el 202 en Iberia. “La compañía cuenta con 8 tiendas en Alicante y nuestro objetivo es seguir creciendo para ofrecer nuestro mejor café y todas nuestras deliciosas bebidas a los ciudadanos y turistas que a diario visitan la ciudad alicantina. Un espacio de encuentro para relajarse y disfrutar de toda nuestra carta”, afirma Antonio Romero, director general de Starbucks Iberia. El local dispone de 139 m2 donde los clientes podrán disfrutar y sentarse en sus 35 puestos disponibles. Esta nueva apertura ha dado trabajo a un total de 14 personas, que se incorporan al equipo de Starbucks® y que pasan a ser partners de la marca.



Soltour afronta el verano con un 25% más de reservas de hotel en julio



El producto 'Solo Hotel', con ofertas en todo el mundo, se ha vendido un 20% más con respecto al año anterior

El gasto por pasajero también aumenta en más de un 30% en comparación a 2023

Los clientes de Soltour pueden disfrutar de este exclusivo producto en más de 3.500 destinos en todo el mundo

El verano ya está aquí y las previsiones de viajes parecen reforzar la tendencia al alza de los últimos meses. Según los datos de Soltour, el turoperador independiente líder en España y Portugal ha experimentado un aumento del 25% las reservas de hotel para el mes de julio en comparación con el mismo periodo de 2023. Así mismo, las ventas han aumentado un 20,2%, reflejando un 30,4% más en el gasto por pasajero. El turoperador continúa ampliando su oferta de paquetes vacacionales, así como la disponibilidad de su producto exclusivo 'Solo Hotel' con alojamientos en hoteles de tres y cuatro estrellas a precios

especiales, con un total de 186.000 hoteles repartidos por todo el mundo en 3.697 destinos de todo el mundo.

"Este producto es un paso más en nuestro esfuerzo por ampliar la oferta de viaje a las agencias, proporcionando la opción exclusiva 'Solo Hotel' a precios imbatibles con condiciones únicas, adaptándonos a las necesidades de los clientes", explica Luis Santos, director comercial de Soltour para España y Portugal. Este nuevo enfoque de Soltour subraya su compromiso de proporcionar soluciones flexibles y personalizadas para todos los viajeros, asegurando que cada cliente encuentre la opción perfecta para sus vacaciones.

Nuevos destinos

Entre los destinos ofertados, Soltour amplía sus opciones a Estados Unidos y Asia, además de las capitales europeas de Roma, Londres, París y Berlín. Además, también ofrece precios competitivos a Grecia y Chipre para disfrutar de la esencia del Mediterráneo durante todo el verano.

Las nuevas tendencias del Business Travel en 2024: bleisure, digitalización y control

El 82% de los trabajadores quieren compaginar trabajo y ocio por el creciente deseo de tener un mejor equilibrio entre la vida laboral y la personal. Los viajes de negocios han resurgido con más fuerza que nunca, pero lo han hecho acompañados de nuevas tendencias y requisitos marcados por la empresa y por el viajero de negocios en la experiencia de viaje. Así lo confirman los datos registrados por Consultia Business Travel, compañía



española especializada en la gestión integral de viajes de negocios, que ofrece una radiografía de los viajes de negocios que revela nuevas necesidades por parte de la empresa y preferencias en la experiencia de viaje por parte del usuario.

TIS2024 convertirá a Sevilla en el epicentro del 'traveltech' reuniendo a la industria tecnológica y turística mundial



TIS – Tourism Innovation Summit 2024 vuelve un año más a Sevilla para definir los retos más urgentes de la industria turística y dibujar una hoja de ruta que ayude a todos los actores del sector a seguir creciendo. Por ello, desde el 23 al 25 de octubre, el recinto ferial FIBES de la capital andaluza reunirá a más de 7.000 profesionales del sector turístico de todo el mundo que buscan conocer casos prácticos para aplicar las últimas tecnologías en IA, Business Intelligence, analítica de datos, ciberseguridad, conectividad, 5G y realidad aumentada o virtual, entre otras, para evolucionar sus negocios de forma sostenible. Durante su primer Consejo Asesor, que ha reunido a directivos de la industria turística y tecnológica, así como a representantes institucionales, la Secretaria General para el Turismo de la Junta de Andalucía, Yolanda Aguilar, ha apuntado que "a pesar de que el sector turístico está dando pasos agigantados en su transformación hacia una industria más sostenible e innovadora, todavía queda camino por recorrer. TIS representa claramente el futuro del turismo, proporcionando soluciones y casos de éxito para mejorar su competitividad".

TUI impulsa la oferta de tours y actividades para las marcas de lastminute.com como socio preferente

TUI Group, una de las principales empresas turísticas del mundo, continúa con el fuerte crecimiento de su división Tours & Activities como socio preferente de lastminute.com, líder europeo de tecnología de viajes en paquetes vacacionales dinámicos, que ayuda a millones de clientes cada año. TUI proporcionará a lastminute.com, y a una selección de sus marcas como Bravofly, Rumbo, Volagratis, y Weg.de, una nueva plataforma con miles de experiencias



en destinos de escapadas urbanas y playa, en más de 100 países de todo el mundo. Un variado catálogo, ya disponible, que incluye miles de excursiones, actividades y entradas para atracciones turísticas. La plataforma de TUI, con experiencias en más de 100 países, se integra con los actuales canales y puntos de contacto de lastminute.com

El histórico sindicalista de CCOO Gonzalo Fuentes se jubila: “El turismo debe conciliar mejor; la gente quiere trabajar y vivir”



El histórico sindicalista malagueño Gonzalo Fuentes, que lleva más de 45 años en CCOO luchando por los derechos de los trabajadores del sector turístico se jubila. Fuentes, de 66 años, deja este mes su actual responsabilidad de secretario sectorial de Hostelería y Turismo de la Federación estatal de CCCO y todas las responsabilidades que se derivan de su cargo. Nacido en la localidad malagueña de Teba, Gonzalo Fuentes tiene una trayectoria como trabajador de la hostelería de 52 años, de los que 48 han estado vinculadas al hotel AC Málaga Palacio. Hace unas semanas, recibió un homenaje del sindicato de Servicios de CCOO Málaga con motivo de su jubilación como trabajador. Fuentes ha sido secretario general de Hostelería y Turismo de esta central sindical tanto a nivel provincial como andaluz y, actualmente, era responsable nacional de esta rama.

Meliá Hotels International amplía su presencia en la costa albanesa con la apertura de un hotel en Velipoja



Meliá Hotels International continúa con su plan de crecimiento en Albania, donde celebra la incorporación del hotel Velipoja Grand Europa Resort Affiliated by Meliá a su portfolio. Con esta nueva incorporación, la hotelera española afianza su fortaleza en los destinos del mediterráneo, así como su liderazgo en el desarrollo turístico de Albania, que se ha posicionado como uno de los actuales destinos turísticos de mayor potencial. Velipoja Grand Europa Resort Affiliated by Meliá cuenta con una ubicación privilegiada junto al mar en uno de los destinos costeros más populares del país, que con sus largas y amplias playas resulta perfecto para disfrutar de unas vacaciones en el mediterráneo. Las instalaciones de este resort lo convierten, además, en un espacio único del que destacan su acceso directo a la playa o sus zonas exteriores

pensadas para el disfrute de toda la familia. Asimismo, las diferentes tipologías que ofrecen sus 110 habitaciones se adaptan perfectamente a cada tipo de viajero. En Velipoja Grand Europa Resort Affiliated by Meliá lo clientes cuentan con diferentes piscinas y también con un parque acuático en el que la diversión está asegurada, además el hotel también tiene un amplio gimnasio e instalaciones wellness que incluyen un completo spa con piscina interior climatizada. En cuanto a la oferta gastronómica, el hotel destaca por sus dos propuestas de restaurantes a la carta, en los que los huéspedes pueden disfrutar de la mejor cocina internacional y una selección de bebidas y cocteles. A pie de playa, el hotel cuenta también con un Beach Club en el que la gastronomía se combina con las vistas al mar.

Airmet en colaboración con Expedia TAAP Facilitan Mayor Capacidad de Reserva para Agentes del Grupo



En Airmet nos complace anunciar nuestra colaboración con Expedia Group en su campaña de ofertas de último minuto para este verano a través de Expedia TAAP (Programa de afiliación para agentes de viajes). Esta campaña permitirá a los asesores de viajes en España acceder a importantes descuentos para sus clientes. Esta oferta por tiempo limitado ofrece un descuento mínimo del 25% en miles de hoteles en destinos globales populares.

Periodo de reservas: 18 de Junio – 14 de Julio, 2024

Periodo de viajes: Válida para viajes hasta el 30 de octubre de 2024.

La oferta de verano de último minuto de Expedia TAAP es la oportunidad ideal para que los asesores de viajes:

- Impulsen las reservas: Al poder aprovechar la temporada alta de viajes con ofertas atractivas.
- Aumenten los ingresos: Al maximizar el potencial de comisiones a través de atractivos descuentos.
- Mejoren la satisfacción del cliente: Al poder ofrecer un valor excepcional y escapadas de verano de ensueño a los clientes.

Además de esta oferta de verano de última hora, Expedia TAAP, en colaboración con Airmet, también

permite a todos sus agentes de viajes en España acceder a tarifas de paquete preferenciales con grupos hoteleros relevantes como Marriott, IHG o Radisson. Los agentes pueden acceder a tarifas de paquete con un descuento medio del 20% en más de 350.000 propiedades en todo el mundo.

Por último, los agentes que utilizan Expedia TAAP también tienen la opción de realizar sus reservas con la nueva facilidad de pago diferido. Esta opción permite a los agentes pagar por las reservas en una fecha posterior, mejorando así la liquidez y la gestión financiera de la agencia.

Expedia TAAP trabaja con más de 140.000 asesores de viajes en todo el mundo y ofrece un amplio inventario que incluye más de 3 millones de propiedades, 220.000 actividades, 120 alquileres de automóviles y 500 aerolíneas. Los asesores de viajes se benefician de un conjunto de tecnologías y herramientas de Expedia Group, como un agente virtual para gestionar rápidamente sus reservas, la opción de generar reportes con acceso a información detallada de sus reservas, así como el Live Agent Chat o agente virtual, que los conecta con agentes experimentados para asistencia detallada y soporte adicional.

El ICTES presenta la Declaración de Jerez, hoja de ruta consensuada por el sector turístico español para los próximos años

Miguel Mirones, presidente del ICTES: “La Declaración de Jerez es la hoja de ruta consensuada por el sector turístico español para los próximos años y recoge las conclusiones en relación

a todos los temas relevantes, porque no hemos querido eludir ningún debate”.

M^a José García Pelayo, alcaldesa de Jerez: “El plan de Turismo de nuestra ciudad recogerá todos y cada uno de los puntos de la declaración de Jerez; Calidad y Sostenibilidad son la ecuación perfecta”.

Yolanda Aguilar, Secretaria General de Turismo de la



Junta de Andalucía: “La Junta asume el compromiso con la Declaración de Jerez y estamos convencidos que a través de la sostenibilidad, la calidad y un modelo de gestión que aplique inteligencia al turismo, seremos capaces de lograr una Andalucía que crezca económicamente, en amor al turismo, empleo, diversidad y riqueza cultural”.

AVIAREPS presenta sus Roadshows 2024 en Europa y Medio Oriente



AVIAREPS, el líder global en representación de turismo, aviación y hospitalidad con 70 oficinas en 65 países alrededor del mundo recientemente lanzó su calendario de roadshows para la segunda mitad de 2024. El evento anual Middle East Travel Caravan de AVIAREPS atrajo a más de 130 socios de la industria en 2023 y es un evento único en la región. Los roadshows anuales de AVIAREPS, organizados por expertos locales en eventos de AVIAREPS, ofrecen la plataforma perfecta para que los profesionales del turismo y socios de los medios se conecten con representantes de la aviación, destinos y hospitalidad, y reciban las últimas novedades de productos de una amplia selección de clientes de AVIAREPS, todo en un solo lugar. Los roadshows de AVIAREPS son un excelente lugar para establecer contactos, fomentar conexiones existentes y crear nuevas, a través de sesiones de networking informales, así como reuniones 1:1 pre-agendadas con socios selectos de la industria. Para la segunda mitad de 2024, AVIAREPS ha anunciado roadshows en varios países europeos y del Medio Oriente, incluyendo mercados populares como España, Suecia, Países Bajos, Alemania y los Emiratos Árabes Unidos. La lista completa de los roadshows de AVIAREPS se puede encontrar en el sitio web: <https://www.aviareps.com/events>

Vueling estrena las conexiones a Estambul y Tromsø desde Barcelona este invierno

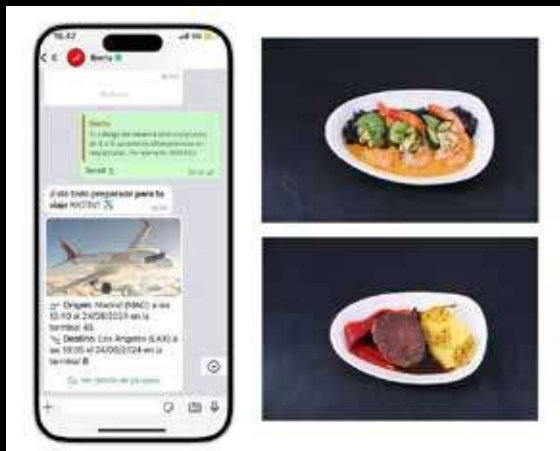
Vueling, compañía perteneciente al grupo IAG, presenta dos nuevas rutas para la temporada de invierno desde el Aeropuerto Barcelona-El Prat: Estambul (Turquía) y Tromsø (Noruega).

Con estos lanzamientos, la compañía se convierte en la única aerolínea española en ofrecer una conexión directa con Estambul, y la primera aerolínea en conectar Barcelona con Tromsø, su destino más al norte y con el que expande su oferta de medio radio en el círculo polar ártico.



Estas nuevas conexiones se suman a las recientemente presentadas por la aerolínea, como la ruta Barcelona-Rovaniemi y Bilbao-Budapest. Ambas rutas refuerzan la oferta de Vueling en los territorios clave, facilitando así más opciones para sus pasajeros durante las próximas Navidades.

Emitir la tarjeta de embarque a través del whatsapp y nuevos menús a bordo, entre las novedades de Iberia para este verano



Iberia pone en marcha este verano importantes novedades en la experiencia de viaje de sus clientes para hacer los desplazamientos más cómodos y atractivos. Estas mejoras incluyen nuevas funcionalidades en los canales de atención al cliente, en los menús a bordo y en las salas VIP, entre otras. Se han ampliado funcionalidades y servicios en el canal de WhatsApp (34 676 67 60 04), a través del cual se puede ya facturar y obtener la tarjeta de embarque para varios destinos -nacionales, europeos Schengen, Reino Unido, Irlanda, Chile, Perú y Uruguay-; revisar los detalles de la reserva y recibir notificaciones sobre el estado de vuelos. Además, próximamente se podrán realizar pagos por este canal para determinados servicios, entre ellos, la compra de maletas adicionales. Asimismo se ha abierto un canal de Whatsapp exclusivo para los clientes Iberia Plus Platino, Infinita e Infinita Prime.

Turismo de Canarias lanza una campaña rompedora dirigida al turista sostenible



La Consejería de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias, a través de la empresa pública Turismo de Canarias, ha optado por una innovadora campaña de verano en la península, en la que se dirige a un turista que sea responsable y respetuoso con el medio ambiente y la identidad de las islas, empleando para ello mensajes con un claro carácter concienciador y que cumplen el objetivo de impactar de una manera transgresora.

En esta ocasión, la campaña quiere generar notoriedad en los viajeros nacionales que visitan las islas para que, a través de un tono amable y pedagógico, reflexionen sobre la necesidad de cuidar los entornos naturales y valorar la identidad del archipiélago.

Esta iniciativa promocional disruptiva y valiente, que se centra en la prevención de comportamientos incívicos, pone al destino Islas Canarias a la altura de las presentes circunstancias, en las que la ciudadanía canaria reclama seguir trabajando en la mejora del modelo turístico actual, que sitúa al residente canario en el centro.

Jessica de León, consejera de Turismo y Empleo del Gobierno de Canarias, subraya que la acción se enmarca “en el cambio de paradigma que emprendimos en la Consejería desde el comienzo de la legislatura, con

el objetivo de situar al residente en el centro de las políticas turísticas, entendiendo que el turismo es una herramienta para mejorar la vida de los canarios y tiene un reto importante que cumplir: la sostenibilidad”.

Por eso, apunta, “con esta campaña buscamos explicar, a través de un tono amable y pedagógico, que Canarias cuenta con una biodiversidad única y extremadamente sensible, y que serán bienvenidos todos los visitantes que se comprometan a respetar nuestro entorno”, explica la responsable autonómica, quien ha agregado que “la intención es que el turista reflexione sobre la importancia de cuidar de nuestros espacios naturales, ya que constituyen un tesoro tanto para los canarios como para el mundo”.

Para alcanzar de manera impactante a los potenciales turistas, se ha desplegado una enorme lona que cubre 3 fachadas de un edificio ubicado en la céntrica Puerta del Sol, en Madrid, con el mensaje ‘Islas no aptas para todos los públicos’ e imágenes pixeladas de distintos puntos del archipiélago. A este eslogan principal se le suman otros mensajes como ‘Si eres de los que disfruta la playa sin dejar huella, bienvenido a Islas Canarias’ o ‘Si eres de los que sabe lo importante que es seguir un sendero, bienvenido a Islas Canarias’.