

ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO VIAJES Y EL MICE

Gacetadelturismo

La Revista de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

FEBRERO-MARZO

MONTURISTA
TRAVEL

ENTREVISTA CON

AHMED SABER CEO MONTURISTA TRAVEL

**“SOMOS EL TOUROPERADOR ESPAÑOL
LÍDER EN VIAJES A ORIENTE MEDIO,
CON MÁS DE 16 AÑOS DE EXPERIENCIA”**




Entrevista Matteo della Vella
Chief Commercial Officer
de Grandi Navi Veloci GNV



Entrevista Martí Sarrate
Presidente del Salón B-Travel
Feria de Barcelona



**Los Agentes de Viajes
Andaluces** abren inscripciones
para su Convención en Marruecos



*Verte aquí.
Verte, así.*

VERTE EN VALENCIA NOS ALEGRA EL CORAZÓN



EDICIÓN DIARIA Y SEMANAL DE ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL VIAJE Y EL TURISMO PARA LOS AGENTES DE VIAJES DE ESPAÑA.
www.gacetadelturismo.com

Edita

Rafael Miñana Sevilla
CIF 19.881450C
Avenida de Francia, 161, 1º puerta 9
46024 Valencia
C/ Escalinata, 2, (Plaza Ópera)
28013 Madrid
Tel. 34 627 944 344
www.gacetadelturismo.com
Email: redaccion@gacetadelturismo.com

ADMINISTRACIÓN

administracion@gacetadelturismo.com

REDES SOCIALES

Lucía Miñana
Luciamaria1987@hotmail.com

COLABORADORES

Madrid - Isabel Trillo Amores
Barcelona - Manel Antoli
Bilbao - Iñaki Eguía
Sevilla - Cristina Fernández
Benidorm - Julio Marín
Denia - Sergio G. Rodríguez

SECCIONES

Ocio y Cultura - Salvador Soria
Gastronomía - Pedro G. Mocholi
Empresas y Viajes - Rafa Miñana
Transporte - Esteban Gonzalo

Imprenta

La Imprenta CG

Diseño y Maquetación

Juanca P. Romero

Carta del Director

RAFAEL MIÑANA SEVILLA

EDITOR Y DIRECTOR DE GACETA DEL TURISMO

MIEMBRO DE LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA

PREMIO A LA DIFUSIÓN DEL TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

Carta a M^a José Catalá, alcaldesa de Valencia sobre la Marina de nuestra ciudad y su futuro

No es nada nuevo que desde hace muchos años la Autoridad Portuaria de Valencia, así como las empresas con concesiones privadas dentro del recinto, siempre ha apostado por la limpieza y la pulcritud de sus instalaciones con amplios espacios verdes.

Personalmente me atrevería a decir que es quizás uno de los puertos más limpios y bien cuidados de España, incluso antes de que en la mayoría de ellos se apostara por el tráfico de cruceros, ya que a partir de ahí, fueron muchos los que sí emplearon más medios económicos en dignificar sus desgastadas instalaciones, en ocasiones llenas de suciedad por el trasiego de mercancías. Dicho esto, en nuestra redacción hemos recibido una buena noticia, pues Autoridad Portuaria de Valencia junto con el Ayuntamiento de la ciudad han tomado la iniciativa de invertir 14 millones de euros en la mejora de las instalaciones públicas en la Marina de Valencia, que hoy por hoy está gestionada por ambas entidades.

Y es muy buena noticia porque desafortunadamente, no se había renovado de forma notable desde la celebración de las dos ediciones de la America's Cup en 2007 y 2010... más de una decena de años abandonada por diferencias políticas entre el estado y el gobierno local.

Desde esta redacción somos de sumar y apoyar todo lo que sea invertir en mejoras para el ciudadano y su disfrute, y nos parece fenomenal esta nueva iniciativa, sin embargo, también me gustaría hacer un inciso para invitar a que ambas partes hagan un repaso a lo que consideramos una necesidad prioritaria dentro del puerto.

Como bien sabemos, la infraestructura portuaria es la primera toma de contacto con la ciudad de miles de personas que llegan o salen de Valencia por mar, ya sea en cruceros o en los ferry que nos unen con las queridas Baleares, y desde mi humilde opinión, creo que los ciudadanos, y todos esos visitantes que eligen Valencia para

sus periplos marineros, necesitan mucho más una entrada/salida de las terminales marítimas debidamente acondicionada, pues la que tenemos actualmente, deja muchísimo que desear.

Yo he sufrido personalmente la falta total de estructuras que nos protejan del mal tiempo o del intenso sol del verano, y la ausencia de un camino bien delimitado y acondicionado para los peatones que tenemos que recorrer un largo trecho para poder llegar hasta la parada más cercana del autobús urbano o turístico, mientras nos acompaña la triste visión de los tinglados 3 y 4 que llevan años en reparación e inutilizados.

Esta descuidada imagen impacta muy negativamente en la impresión que deja uno de los puertos y ciudades más importantes de España, y donde sigue pareciendo cierta la tan comentada frase de que Valencia vive de espaldas al mar...

Ya es hora de que la capital europea verde y sostenible se quite de encima esa tara y sea la que nunca dejó de ser...

¡Valencia la mar de bonita!



GACETA DEL TURISMO

SUMARIO

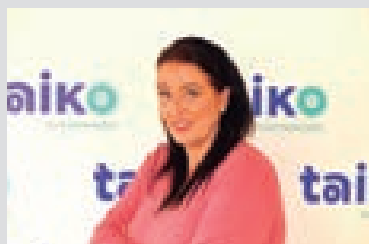
PORTADA

SITGES CAPITAL ESPAÑOLA DEL TURISMO CON LA CELEBRACIÓN DEL 27º CONGRESO DE AVASA TRAVEL GROUP



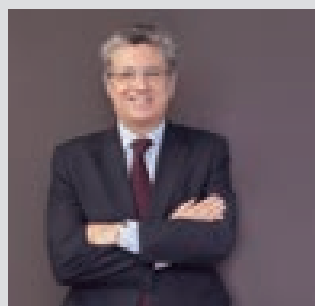
MATTEO DELLE VELLA

CHIEF COMMERCIAL
OFFICER DE GNV



EUGENIA MARIÑAS

RESPONSABLE TAIKO KYRIOS



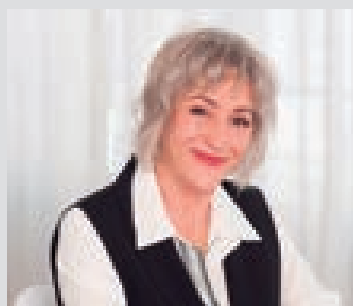
MARTÍ SARRATE

PRESIDENTE SALÓN
B-TRAVEL



TERESA GARCÍA

PRESIDENTA DE ASEET



ELISABET DÍAZ

CEO DE TERRAHUT



PARQUE WARNER Y PARQUE DE ATRACCIONES DE MADRID DAN COMIENZO A SU NUEVA TEMPORADA



ACHM HOTELS BY MARRIOTT

REÚNE A SUS EQUIPOS EN VALENCIA PARA ALINEAR LA ESTRATEGIA DE 2025

MARIANO RODRÍGUEZ,
PRESIDENTE DE AVEVA

JOAO MURIAS, DIRECTOR
DE OPERACIONES Y SENIOR
AERTICKET ESPAÑA

JOSÉ OLIVER, DIRECTOR
GENERAL AERTICKET ESPAÑA

**LOGITRAVEL LANZA 'EXPLORA
EL MUNDO' PARA VIAJAR CON
GRANDES DESCUENTOS Y
VENTAJAS EXCLUSIVAS**

**TUI LANZA PAQUETES
EXCLUSIVOS PARA EL BAUTIZO
DEL MEIN SCHIFF RELAX CON
ROBBIE WILLIAMS EN MÁLAGA,
EL 9 DE ABRIL**

**LA GENERALITAT APUESTA POR
LA PROMOCIÓN TURÍSTICA EN
ORIENTE MEDIO Y TRABAJA EN
UN VUELO DIRECTO A DUBÁI**

**MAZÓN: "ACTIVAMOS
UN NUEVO PLAN DE 120,8
MILLONES DE EUROS PARA
APOYAR LA RECUPERACIÓN
DE LA INDUSTRIA, EL COMERCIO
Y LA HOSTELERÍA"**

**AVEVA AWARDS ANUNCIA LOS
GANADORES DE SU SEGUNDA
EDICIÓN EN UNA GALA LLENA
DE SORPRESAS Y ESTÉTICA
OCHENTERA**

**LA GASTRONOMÍA HOTELERA
CONQUISTA LA CIUDAD:
ESTIMAR LLEVA SU SABOR
A LAS CALLES**

**VIAJES EL CORTE INGLÉS LANZA
LA VENTA ANTICIPADA PARA
RESERVAR LAS VACACIONES
DE VERANO**

**B-TRAVEL 2025 ANIMARÁ A
DISFRUTAR DE UNAS
VACACIONES MÁS SOSTENIBLES
Y EXPERIENCIALES**

**VALÈNCIA ACOGE EL IV
CONGRESO INTERNACIONAL
DE TURISMO ACCESIBLE Y
PRESENTA SU PLAN DE
ACCESIBILIDAD 2024-28**

**SECRETS BAHÍA REAL ESTRENA
2025 CON IMPORTANTES
PREMIOS INTERNACIONALES**

**FRANCISCO SERRANO, NUEVO
PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN
HOTELERA DE PALMA DE
MALLORCA**

Pueblos del interior
VALENCIA



Imagínate aquí.

En un pequeño pueblo de interior.

Donde parece que no pasa nada.

Y de repente, pasa. En tu interior.

Por una calle. Por un paisaje.

Por las personas, que aquí viven.

TE MERECEES VALENCIA.



‘El Transcantábrico Gran Lujo’ de Renfe comienza la temporada 2025 en Oviedo

El 8 de marzo inició los recorridos largos de ocho días y siete noches entre San Sebastián y Santiago, en ambos sentidos. Las salidas programadas de los meses de marzo y abril incluyen un 10% de descuento



Renfe inaugura la nueva temporada de los Trenes Turísticos con la primera salida de ‘El Transcantábrico Gran Lujo’ desde Oviedo. Mañana, 5 de marzo, inició su recorrido de la temporada 2025 con un microviaje de cuatro días y tres noches rumbo a San Sebastián. Desde esta ciudad comenzará las salidas programadas de ocho días y siete noches, el próximo 8 de marzo, con la ruta habitual desde San Sebastián rumbo a Santiago de Compostela, con regreso el 15 de marzo.

El primer microviaje parte mañana desde la estación de Oviedo para recorrer durante cuatro jornadas (tres noches a bordo del tren de lujo) Gijón, Llanes, Picos de Europa, Cabezón de la Sal, Santilla del Mar, Santander y Bilbao, hasta el final de viaje en San Sebastián.

Desde San Sebastián volverá para retomar los viajes largos (ocho días, siete noches) y recorrer los enclaves más fascinantes de la Cornisa Cantábrica hasta su destino final, Santiago de Compostela.

Como novedad este año, destacar que las salidas de los meses de marzo y abril de ‘El Transcantábrico Gran Lujo’, incluyen un 10% de descuento hasta fin de plazas.

Todos los servicios incluidos

La experiencia de estos viajes de lujo sobre raíles incluye todos los servicios para los viajeros. Desde el alojamiento en el tren, que estaciona por las noches para facilitar el descanso de los viajeros, hasta el personal a disposición permanente de los clientes, guías turísticos y de acompañamiento, y todos los desplazamientos en autobús a las localidades e instituciones culturales previstas en cada itinerario.

La oferta gastronómica, diseñada según el interés y el nivel culinario de establecimientos y autores, se realiza tanto a bordo del tren, que cuenta con cocina propia, como en los restaurantes de las ciudades que se visitan. Los desayunos, uno de los momentos preferidos del viaje por la calidad de su magnífico buffet, se sirven en los coches salón.

La temporada 2025 introduce una renovación en la oferta lúdica y de restaura-

ción, con el fin de elevar significativamente la experiencia global de los clientes y de asegurar que cada momento a bordo del Transcantábrico Gran Lujo sea especial y memorable.

Primer tren turístico de lujo

El Transcantábrico empezó a circular en julio de 1983 entre León y Matallana de Torío. Fue el primer tren turístico de España, y el primero de ancho métrico del mundo. Su creación supuso un reto en el panorama ferroviario español, ya que apostaba por recrear el ambiente evocador de los trenes de la Belle Époque.

A lo largo de más de cuarenta años de servicio, interrumpidos únicamente por la pandemia, se ha consolidado como uno de los trenes más reconocidos del turismo ferroviario internacional de alto nivel.

Los Trenes Turísticos de Lujo de Renfe suman ‘El Transcantábrico Gran Lujo’, ‘Tren Al Ándalus’, el ‘Costa Verde Express’ y ‘El Expreso de La Robla’. La experiencia acumulada y la calidad de los servicios prestados han permitido que se sitúen como referente mundial en el sector de los trenes de lujo.



Somos el grupo de agencias
de viajes que colabora de
persona a persona para
hacerte la vida más fácil.

¡Acompáñanos!

www.grupoairmet.com
informacion@grupoairmet.com
915 229 677



Binter lanza una promoción para volar a cualquier isla de Canarias con servicio premium desde 95 euros

Los billetes pueden adquirirse hasta el 17 de marzo para viajar entre el 23 de abril y el 14 de junio de 2025. Los pasajeros disfrutarán del servicio premium de la aerolínea que incluye aperitivo gourmet de cortesía y equipaje de mano a bordo, entre otras ventajas



Binter ha lanzado una nueva promoción que permite adquirir, hasta el 17 de marzo, billetes a precios reducidos para viajar esta primavera en 'modo canario' de Murcia a cualquiera de los aeropuertos de las islas entre el 23 de abril y el 14 de junio de 2025.

A través de esta iniciativa se pueden adquirir billetes desde 95 euros el trayecto, cuando el pasajero compra ida y vuelta, para volar hasta cualquier aeropuerto de Canarias con el servicio diferencial de Binter.

Los pasajeros de estos vuelos disfrutarán de las ventajas diferenciales que ofrece la aerolínea canaria: el confort de sus aviones Embraer E195-E2 -el reactor de pasillo único más silencioso, limpio y eficiente de su clase, con una configuración que permite más espacio entre filas y la comodidad de no tener asiento de en medio-, a lo que se suma un servicio a bordo de alta gama,

con amplias prestaciones para todos los pasajeros como un aperitivo gourmet de cortesía, y equipaje de mano siempre a bordo, entre otras.

Seis frecuencias semanales y conexiones gratuitas con el resto de Canarias

Binter ofrece vuelos entre Murcia (RMU) y Gran Canaria (LPA) cuatro días de la semana: los lunes, miércoles, viernes y sábados. A partir de abril de 2025, la compañía también volará a Tenerife Norte (TFN) dos veces en semana, los martes y jueves.

Además, la aerolínea mantiene en esta ruta una de sus características diferenciales, que permite a sus pasajeros llegar por el mismo precio a cualquiera de las islas canarias al ofrecer gratis los vuelos en conexión, aprovechando los 210 trayectos inte-



rinsulares diarios que la aerolínea realiza en el Archipiélago.

Las personas que deseen aprovechar esta promoción pueden adquirir los billetes a través de los distintos canales de venta de la compañía: binter.com, la app de Binter, el teléfono 922/928 32 77 00 y las agencias de viajes, donde podrán consultarse las condiciones y precios de los distintos destinos.



iryo

La velocidad
tranquila.

Si cuando te piden
un hotelito,
ofreces un hotelazo
con vistas al mar;
cuando te piden
alta velocidad,
ofreces iryo.



Special Tours refuerza su compromiso con la excelencia en su convención anual de guías en Sevilla

190 guías se reúnen en Sevilla para una formación innovadora y colaborativa. La inteligencia artificial y la Ávoris School Academy, protagonistas del evento



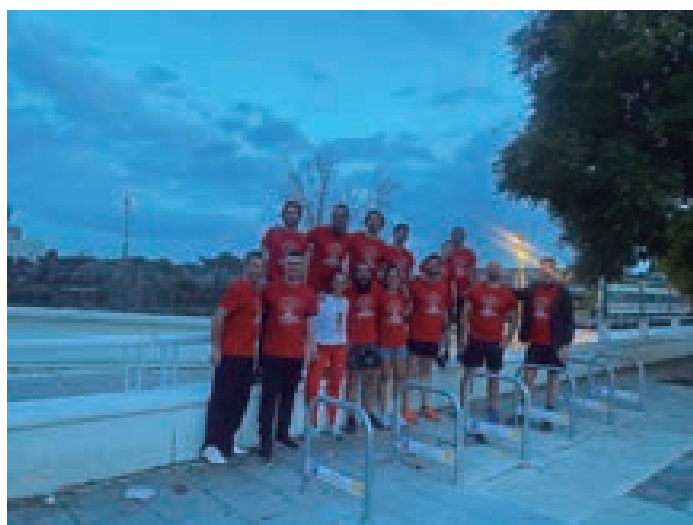
Special Tours, turoperador especializado de Ávoris Corporación Empresarial, celebró en Sevilla entre el 26 y el 28 de febrero pasados su reunión anual de guías. El evento reunió con gran éxito a 190 guías provenientes de diversas partes del mundo, quienes participaron en una serie de actividades diseñadas para fortalecer el compañerismo y mejorar la calidad del servicio.

Durante la convención, se destacó el balance positivo de la temporada pasada, subrayando el gran impacto que todos los guías han tenido en la calidad del servicio ofrecido por Special Tours. “Nuestros guías son el alma de nuestra empresa. Su dedicación y profesionalismo se reflejan en la satisfacción de nuestros clientes, y esta reunión es un reconocimiento a su valioso trabajo”, afirmó Adrián Garzón, Brand Manager de Special Tours.

El evento incluyó dinámicas de grupo orienta-

das a fomentar el compañerismo y la cohesión entre los guías, así como una ponencia sobre inteligencia artificial, que proporcionó a los asistentes herramientas innovadoras para mejorar su desempeño. Además, se presentó el proyecto Ávoris School Academy, una iniciativa de formación continua que busca equipar a los guías con los conocimientos y habilidades necesarios para enfrentar los desafíos del sector turístico.

El concepto de la convención giró en torno a la figura de los guías como embajadores de Spe-



cial Tours, representando los valores y la misión de la empresa en su día a día. “Queremos que nuestros guías se sientan orgullosos de ser los embajadores de nuestra marca, ya que ellos son quienes llevan nuestra esencia a cada rincón de Europa”, añadió Garzón.

ENTREVISTA | MATTEO DELLA VELLA

CHIEF COMMERCIAL OFFICER DE GNV

“España es ya, sin duda, el segundo mercado para la compañía GNV”



En el marco de la política de expansión de nuevas conexiones, la naviera GNV hizo extensiva en 2021 su oferta de servicios y líneas a las islas Baleares.

Transcurridos ya más de tres años desde la puesta en marcha de la ruta comercial entre la península, desde los puertos de Barcelona y Valencia, y las islas Baleares,

¿Puede hablarnos sobre la importancia de Baleares para GNV? ¿Qué significa este mercado para su empresa?

Las líneas Baleares siempre han representado un importante desafío para GNV. Se trata de un mercado que ha adquirido un papel clave en la estrategia de crecimiento de la compañía desde que se inauguraron las rutas que conectan las islas del archipiélago con los puertos de Barcelona y Valencia en 2021. La capacidad de GNV de facilitar un transporte de pasajeros y carga puntual y eficiente en una región con una alta demanda estacional ha permitido a GNV consolidarse en un sector altamente competitivo. A día de hoy, España ya es el segundo mercado de la compañía, lo que representa no solo una oportunidad de negocio, sino también un compromiso con la conectividad y la movilidad de residentes y visitantes.

2: En cuanto a la flota, habiendo destinado a operar en la nueva ruta a las dos últimas incorporaciones de la compañía, como el GNV Bridge, un ferry entonces de nueva construcción, equipado con una depuradora de última generación con la capacidad de minimizar las emisiones a la atmósfera, sabemos que su empresa está en proceso de incorporar otros nuevos buques hasta 2026, como el nuevo modelo buque Polaris, que ya opera en la ruta entre Génova y Sicilia.

¿Cómo afectará esta renovación a las rutas hacia Baleares y qué mejoras pueden aportar la incorporación de estas nuevas naves para los pasajeros y los residentes?

La incorporación de nuevos buques, como el GNV Polaris, forma parte de la estrategia de modernización de la flota, con el objetivo de mejorar la experiencia de los pasajeros y la eficiencia operativa. Aunque actualmente el GNV Polaris opera en la ruta Génova-Sicilia, la renovación de la flota, que prevé la entrada de otras tres naves (Orion, Virgo y Aurora) hasta 2026 permitirá optimizar la gestión de los buques en todas las rutas, incluidas las conexiones con Baleares. Entre las mejoras que

aportan estas nuevas incorporaciones destacan la reducción del impacto ambiental, mayor comodidad para los pasajeros y servicios innovadores a bordo, como espacios gastronómicos mejorados, cabinas pet-friendly y tecnología avanzada para la conectividad. Insistiendo en la idea de sostenibilidad de la flota, los nuevos modelos están diseñados con tecnología más sostenible, que permite reducir la huella de carbono.

¿Están invirtiendo en sistemas de gestión energética más eficientes y en la reducción de las emisiones de CO2??

GNV está realizando una fuerte inversión en sostenibilidad, con el objetivo de reducir su huella de carbono y mejorar la eficiencia energética de su flota. La incorporación de nuevos buques, como el GNV Polaris, supone un paso importante en esta dirección, ya que tanto este barco como el buque Orion, que empezará a operar antes del próximo verano, están diseñados para reducir un 30% las emisiones de CO2 en comparación con los modelos anteriores. Además, en 2026, GNV incorporará los primeros buques propulsados por GNL (gas natural licuado), como el GNV Virgo y el GNV Aurora, lo que supondrá una reducción aún mayor de las emisiones contaminantes, del 50%.

¿Qué papel juega el mercado de Baleares en las estrategias medioambientales de la naviera, y qué iniciativas están implementando en este sentido?

Al ser un destino turístico de gran valor natural y ecológico, Baleares desempeña un papel clave en la estrategia medioambiental de GNV. Por eso, la compañía está implementando medidas para optimizar el consumo energético, reducir las emisiones y mejorar la eficiencia de sus operaciones en la región, asegurando un transporte marítimo más sostenible.

¿Qué iniciativas está tomando GNV para facilitar el desplazamiento de los residentes de Baleares? ¿Existen ofertas especiales o descuentos para ellos?

GNV ha lanzado diversas iniciativas para facilitar los desplazamientos de los residentes de Baleares. En el marco de FITUR 2025, la compañía anunció una serie de ofertas promocionales, como tarifas especiales que se suman al descuento habitual del 75% en los billetes para quienes viven en el archipiélago. Entre ellas destacan opciones como las del menú a bordo por 1€ y conexión Wi-Fi gratuita

en determinadas fechas.

También, como parte del Grupo MSC, GNV ha lanzado, una promoción exclusiva para los clientes de las rutas hacia las islas Baleares. Esta iniciativa ofrece un 10% de descuento en viajes a bordo de los barcos de MSC Cruceros para quienes compran billetes con GNV en las líneas que conectan Barcelona y Valencia con el archipiélago balear. La promoción estará activa para compras realizadas con GNV hasta el 30 de junio de 2025.

En cuanto al futuro de las rutas, ¿qué planes tiene la naviera para impulsar aún más las conexiones con Baleares? ¿Hay algún proyecto o estrategia que estén desarrollando para atraer más pasajeros y mejorar la experiencia general de viaje?

GNV sigue apostando por Baleares como un mercado estratégico y nuestro objetivo es seguir consolidando y mejorando nuestras conexiones y servicios en la región a lo largo de este año y los siguientes. En este sentido, la incorporación de nuevos buques y la remodelación de la flota en su conjunto permitirá ampliar la capacidad de transporte y mejorar la experiencia de los pasajeros a bordo. Además, la compañía seguirá lanzando promociones y optimizando su oferta para atraer a más viajeros.

Uno de los ejes clave será la digitalización y modernización de la experiencia a bordo, con mejoras en la conectividad, nuevos espacios gastronómicos y más comodidades para familias, niños y personas con movilidad reducida.

¿Qué mensaje le gustaría transmitir a los residentes de Baleares y a los viajeros que eligen su naviera para sus desplazamientos?

El mensaje de GNV para los residentes de Baleares y los viajeros que eligen la compañía es claro: el compromiso con la calidad, la sostenibilidad y la accesibilidad sigue siendo una prioridad. La naviera quiere seguir ofreciendo conexiones eficientes y cómodas entre las islas y la península, garantizando un servicio adaptado a las necesidades de los pasajeros, con precios competitivos y una experiencia de viaje mejorada.

La apuesta por la sostenibilidad y la innovación es clave para el futuro de GNV, y los nuevos buques que se incorporarán a la flota representan un paso adelante en esta visión. La compañía seguirá trabajando para ofrecer más ventajas a residentes y turistas, asegurando una conexión fiable y de calidad con Baleares.

ENTREVISTA | EUGENIA MARIÑAS

RESPONSABLE TAIKO KYRIOS

“La principal novedad será nuestro asesor de viajes virtual EugynIA, nuestra visión virtual de la formación”

Taiko celebra su tercer aniversario con varias novedades en producto, tecnología y más contenido en su departamento de formación Kyrios. Hablamos con Eugenia

Mariñas, su responsable:

El departamento KYRIOS nació hace un año para aglutinar todas las actividades de formación de la compañía ¿Qué balance hacéis en Taiko de este primer año?

Pues no puede ser más satisfactorio, la verdad, en este año hemos interactuado con cerca de mil agentes de viajes, entre nuestros Kyrios Live, que nos han llevado a muchas ciudades de España; nuestros Kyrios viajeros en los que hemos podido dar la oportunidad de conocer destinos como India, Sri Lanka, Costa Rica, Maldivas, Tailandia y Kenia a alrededor del 100 asesores de viajes y nuestros Kyrios online donde conseguimos más alcance, llegando a centenares de asesores de viajes en webinars con un formato muy interesante, acompañados de nuestros mejores partners.

¿Qué tenéis previsto este año 2025 para este departamento?

Pues el balance del año 2024 ha sido tan bueno que la idea de la compañía es que el departamento Kyrios tenga cada vez más contenido. Por tanto, este año va a ser todavía más intenso, con Kyrios live en más de 20 ciudades de toda España, este año tendremos también presencia en Las Fallas con un balcón en una mascletá y por primera vez, tendremos presencia en La Feria de Sevilla, con un día especial reservado para nuestros mejores clientes. También contamos ya con 8 destinos confirmados, que iremos publicando próximamente de nuestros Kyrios viajeros. Por supuesto iremos haciendo distintos Kyrios online a lo largo del año.

Además de celebrar el primer aniversario de Kyrios, la compañía celebra su tercer aniversario ¿Qué tenéis planeado para este tercer aniversario en el sector?

Vamos a lanzar durante la semana del 17 al 21 de febrero una campaña de descuentos de hasta 200 € en más de 30 programas de nuestro pro-

ducto además incluimos nuestro ya famoso triptick en todas las reservas.

¿Qué novedades tenéis previstas para este año?

La principal novedad será nuestro asesor de viajes virtual EugynIA, nuestra versión virtual de la formación. Ella viene a ser mi “alter ego” tecnológico y creemos que revolucionará la experiencia formativa de Taiko. EugynIA ha llegado para optimizar la atención al cliente, ofreciendo respuestas rápidas y precisas a consultas sobre destinos, reservas y servicios que ofrece nuestra web. EugynIA no viene a sustituir al personal humano de Taiko, sino que complementará las formas habituales de comunicación con el booking que ya conocen y valoran las agencias, como el teléfono y el correo electrónico, que van a seguir estando a su disposición, ahora reforzadas con una capa adicional de soporte diseñada para mejorar la experiencia del usuario. Ahora mismo se encuentra en periodo de entrenamiento, pero esperamos que en un corto plazo de tiempo esté ayudando a las agencias de viajes. Este avance tecnológico, financiado por los fondos del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia del Ministerio de Industria y Turismo.

¿Además de EugynIA, qué otras novedades tecnológicas tenéis previstas?

En Taiko estamos pensando continuamente en cómo podemos ayudar a las agencias de viajes, de hecho nuestra filosofía se resume en la frase “acercar tus necesidades a nuestra dedicación”. Este año, en apenas unas semanas vamos a dar la posibilidad de reservar todo nuestro producto de la web sin vuelos. Esta nueva funcionalidad busca proporcionar opciones flexibles y adaptadas a las necesidades de cada agencia de viajes. La idea es ser útiles a las agencias que buscan un paquete completo con un Touroperador y a aquellas que a través de sus acuerdos con compañías o su consolidador o grupo de gestión tienen tarifas aéreas especiales y buscan solo el terrestre para montar un paquete. Si lo hacen con Taiko, estas últimas también van a tener las ventajas de hacerlo a través nuestro, divisa



asegurada, sin costes de transferencias internacionales y por supuesto nuestro teléfono de emergencias 24 horas.

¿En cuanto a producto, qué novedades tenéis previstas para este año?

Quizá este año haya sido el que mayor esfuerzo de contratación hemos hecho para contar con una propuesta de producto mucho más amplia, no solo en destinos nuevos, sino también en dar más profundidad a los que ya teníamos.

Destinos nuevos: Filipinas, Omán, Chile, Brasil, Colombia, Guatemala, Ecuador, Bolivia, Bután, Laos, Camboya, Canadá Oeste.

Concretamente en Tailandia lanzamos dos programas exclusivos nuevos:

Thai-ko Comfort Experience un programa con concepto “slow life” para aquellos que quieren disfrutar del país de forma más tranquila.

Thai-ko Kids Experience, orientado a familias con descuentos especiales para niños hasta 15 años.

También vamos a lanzar salidas especiales con guía acompañante:

Bali: 20 de junio y 5 de septiembre.

Tailandia: 7 y 14 de septiembre.

India: 18 de octubre. Especial Diwali.

Por último, hemos programados una serie de salidas para el Puente de diciembre: Nueva York 7 de diciembre, Crucero por Danubio 7 de diciembre y Estambul 6 de diciembre.

W2M

WORLD2meet



Isla Mauricio

- Salidas los martes del 24 junio al 16 septiembre,
- Ofreceremos vuelo directo desde Madrid con W2FLY (Producto Essence y producto Quality).

Colombia

- Salidas los miércoles y domingos del 1 de diciembre del 2024 al 19 de marzo del 2025 desde Madrid.
- Tres circuitos visitando Cali + Cartagena de Indias y Cali + Zona Cafetera + Cartagena de Indias.

Madeira

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Oviedo, Vitoria, Valencia y Zaragoza) del 23 de junio al 22 de septiembre.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum.

y además...

Seguimos con las operaciones a Caribe (mayor frecuencia de vuelos), Zanzibar, Albania, Egipto y Cabo Verde.



Puglia

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Vitoria, Zaragoza y Valencia) del 23 de junio al 22 de septiembre a Bari.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum.

Madeira

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Oviedo, Vitoria, Valencia y Zaragoza) del 23 de junio al 22 de septiembre.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum

Eslovenia

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Badajoz, Málaga, Almería, Alicante, Albacete, Bilbao, La roruña, León, Oviedo, Pamplona y Zaragoza) del 7 de julio al 22 de septiembre.

Turquía

- Salidas los sábados del 14 de junio al 25 de octubre, en vuelo especial de Iberia desde Madrid.

y además...

Seguimos con las operaciones a Uzbekistán, Albania, Italia, y muchas más.

La gira CEAV Protour 2025 da comienzo en Madrid

Más de cien agentes de viajes participaron en el primer workshop del tour y tuvieron la oportunidad de conocer las últimas novedades de 40 expositores turísticos



La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha comenzado su gira CEAV Protour 2024 reuniendo a más de un centenar de profesionales turísticos en un workshop celebrado anoche en Madrid.

Con este evento, empieza la gira CEAV Profesional Tour 2025, una iniciativa de workshops presenciales en España y Portugal con agencias de viajes, destinos y empresas del sector que alcanza su cuarta edición y que tendrá citas en Valencia, Murcia, Vigo, Oporto, Valladolid, Gran Canaria, Tenerife, Sevilla y Málaga.

Más de cien agencias de viajes de la ciudad se reunieron con 40 expositores, que abarcan desde aseguradoras y cadenas hoteleras hasta aerolíneas y empresas de cruceros, así como destinos tanto nacionales como internacionales. Esta oportunidad les permitió crear contactos y fomentar nuevas oportunidades de negocio.

Como novedad destaca Marruecos, que continúa siendo el destino del año con CEAV, y la suma de Alemania y Andalucía como destinos europeo y

nacional Premium.

El encuentro contó con la presencia de Luis Martín Izquierdo, viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, y Almudena Maillo, concejala delegada de Turismo de Ayuntamiento de Madrid.

Martín Izquierdo hizo hincapié en los buenos datos turísticos que arroja Madrid, “la región más competitiva en turismo, la tercera comunidad con mayor número de profesionales del sector, con un mercado cada vez más diversificado y desestacionalizado y en el que el turista alarga cada vez más su estancia”. El viceconsejero recordó que el turismo constituye el 8,6% del PIB madrileño y señaló que esta evolución del sector turístico está íntimamente relacionada con “el papel de las agencias de viajes”.

Por su parte, Maillo, indicó que la capital es “el segundo destino urbano más atractivo del mundo” e hizo referencia a que hay que seguir trabajando con “la excelencia como hoja de ruta” y apostando por la “colaboración entre instituciones y empresas”.

Novedades CEAV Protour 2025

Otra de las novedades en la gira de este año, CEAV destaca la incorporación de inteligencia artificial a través de innovadores vídeos inmersivos. Esta experiencia permite a los asistentes sentirse como si estuvieran en un aeropuerto, preparándose para abordar un vuelo. Con esta tecnología de vanguardia se busca ofrecer una simulación realista que conecte a los participantes con el mundo del turismo de una manera completamente nueva.



travelplan

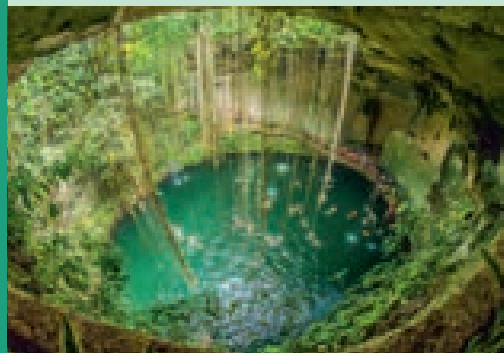
Caribe

República Dominicana · México · Cuba



ESTANCIAS, CIRCUITOS Y COMBINADOS

Programas adaptados para familias, parejas, amigos
Naturaleza, cultura, gastronomía y un sinfín de actividades acuáticas.



**Vuelos directos desde
Madrid y Barcelona**

Consulta la
operativa aérea
2025



iberojet

ENTREVISTA | MARIANO RODRÍGUEZ

PRESIDENTE DE AEVEA

“AEVEA lleva más de 10 años siendo el puntal o la punta de lanza de las agencias españolas”

Gaceta del Turismo estuvo en la segunda edición de los AEVEA AWARDS, premios convocados por Agencias de Eventos Españolas Asociadas (AEVEA); que reconocen y promueven la excelencia y las mejores prácticas en la organización de eventos en España durante 2024, y tuvo la oportunidad de entrevistas a Mariano Rodríguez, Presidente de AEVEA

¿Cómo analizas este año 2024?

“Estamos encantados de esta segunda edición, además está siendo un éxito de convocatoria, hemos tenido un 25% más de candidaturas a los premios, lo cual demuestra el interés por los premios y que en una sola edición hemos conseguido consolidar esta gala como el gran evento de las agencias y el gran evento de nuestro sector. Es un evento de celebración en el que nos juntamos todos para ce-

lebrar un año maravilloso, un año de proyectos espectaculares que vamos a ver luego en los premiados. Hay algunos proyectos increíbles y yo creo que no son más que un botón de muestra de lo que está siendo el crecimiento de este sector, que está en plena expansión; en un crecimiento brutal y que nos augura un gran futuro para las agencias.

Esta segunda edición también la habéis celebrado en Madrid, en el Teatro Príncipe Pío, no?

“Esta segunda edición también en Madrid, sí, pero bueno, la idea de AEVEA es que es una agencia española, con vocación española y no descartamos podernos desplazar a otras localidades y hacerlo en otros sitios en un futuro”.

¿Qué es lo que más se valora en estos premios?

“Hay unas bases y se optan a diferentes categorías. Se premia la creatividad, se premian los proyectos

de los más jóvenes, al marketing, a la innovación..., hay muchas categorías. Hay incluso una categoría para proyectos de bajo coste, hay una categoría para noveles que participan de jóvenes que hacen sus propuesta originales. Se premia, como siempre, un gran proyecto, un gran trabajo, una gran creatividad, que es lo que distingue a las agencias”.

¿Cuánto tiempo hace que nació AEVEA?

“AEVEA lleva más de 10 años siendo el puntal o la punta de lanza de las agencias españolas en su representatividad en el sector de los eventos y estamos trabajando todas las agencias y todos los socios en posicionar este sector donde se merece”.

¿Cuántos socios tiene en la actualidad AEVEA?

“Ahora mismo estamos en más de 70 socios y la idea este año es llegar rápidamente a los 100 y consolidar un nivel de representatividad, tanto por el

número de agencias que hay como por quiénes son las agencias que están representadas. Yo creo que es un grado de representatividad muy importante”

Premiados

La Gala, con una estética muy vintage en homenaje a la movida madrileña de los 80; reconoció como el Mejor Proyecto del Año a la America's Cup y Emirates Team New Zealand, para la America's Cup E-Series; realizado por las agencias Experientia, Burson y Teammate. El Premio de Honor recayó en manos de Eric Mottard, CEO del Grupo Eventoplus, “por su energía, su visión y por habernos enseñado que los eventos no son reuniones sino experiencias que transforman a las personas”, según destacó en su alocución Mariano Rodríguez, presidente de AEVEA, quien le entregó el premio. El Jurado, compuesto por 21 personalidades de reconocido prestigio del sector de la comunicación, el marketing y los eventos, destacaron la excepcional calidad de los trabajos presentados en una consolidada segunda edición que ha registrado una excelente acogida, con 175 proyectos presentados. Asimismo, el presidente del jurado ha sido Francisco Cantero, ex presidente de AEVEA y socio fundador de la agencia de marketing y comunicación Neozink.

Ganadores de los AEVEA AWARDS 2025:

Mejor Diseño

- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush para Turismo Andaluz.

Mejor Evento Deportivo

- Experientia, Burson y Teammate por America's Cup y Emirates Team New Zealand, para America's Cup E-Series.

Mejor Presencia en Feria

Premio ex aequo a:

- Sr. Goldwing y Experientia por Vincci Suite, para Vincci Hoteles.
- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush, para Turismo Andaluz.

Mejor Organización de Congreso

- Sr. Goldwing y Experientia por Ecoembes Circularity Day 2024, para Ecoembes.

Mejor Experiencia ESG

- El Baúl de las Piqué por No nueva colección de Moisés Nieto x Wallapop, para Wallapop.

Mejor Proyecto Jóvenes Promesas

- Bárbara Sogo Montero por Vibve Podcast. Un festival sobre la energía de la creación sonora. PODIMO, para la Universidad Europea Miguel De Cervantes.

Proyecto con Mayor Retorno y Eficacia

- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush,



para Turismo Andaluz.

Mejor Experiencia Bajo Coste

- beon.Worldwide por la presentación de “Los Pílares De La Tierra, el musical”, para beon.Entertainment.

Mejor Concepto Creativo

- GROW COMUNICACIÓN por Vacunarte. El arte de cuidar, para GSK.

Mejor Estrategia Experiencial

- CASANOVA por Comer con los ojos, para XIAOMI.

Mejor Evento Cultural

- AVANT EVENTS por el 550 Aniversario de la Proclamación de Isabel la Católica, para el Ayuntamiento de Segovia.

Mejor Trayectoria de Marca

- Interprofesional del Vino de España (OIVE), por las agencias Experientia y Binocular Room.

Premio de Honor

- Eric Mottard, CEO del Grupo Eventoplus.

Mejor Proyecto del Año

- Experientia, Burson y Teammate por America's Cup y Emirates Team New Zealand, para America's Cup E-Series

Ganadores de los AEVEA AWARDS 2025:

Mejor Diseño

- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush para Turismo Andaluz.

Mejor Evento Deportivo

- Experientia, Burson y Teammate por America's Cup y Emirates Team New Zealand, para America's Cup E-Series.

Mejor Presencia en Feria

Premio ex aequo a:

- Sr. Goldwing y Experientia por Vincci Suite, para Vincci Hoteles.
- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush,

para Turismo Andaluz.

Mejor Organización de Congreso

- Sr. Goldwing y Experientia por Ecoembes Circularity Day 2024, para Ecoembes.

Mejor Experiencia ESG

- El Baúl de las Piqué por No nueva colección de Moisés Nieto x Wallapop, para Wallapop.

Mejor Proyecto Jóvenes Promesas

- Bárbara Sogo Montero por Vibve Podcast. Un festival sobre la energía de la creación sonora. PODIMO, para la Universidad Europea Miguel De Cervantes.

Proyecto con Mayor Retorno y Eficacia

- Grupo Absolute y beon.Worldwide por Pabellón de Andalucía en Fitur 2024 - Andalusian Crush, para Turismo Andaluz.

Mejor Experiencia Bajo Coste

- beon.Worldwide por la presentación de “Los Pílares De La Tierra, el musical”, para beon.Entertainment.

Mejor Concepto Creativo

- GROW COMUNICACIÓN por Vacunarte. El arte de cuidar, para GSK.

Mejor Estrategia Experiencial

- CASANOVA por Comer con los ojos, para XIAOMI.

Mejor Evento Cultural

- AVANT EVENTS por el 550 Aniversario de la Proclamación de Isabel la Católica, para el Ayuntamiento de Segovia.

Mejor Trayectoria de Marca

- Interprofesional del Vino de España (OIVE), por las agencias Experientia y Binocular Room.

Premio de Honor

- Eric Mottard, CEO del Grupo Eventoplus.

Mejor Proyecto del Año

- Experientia, Burson y Teammate por America's Cup y Emirates Team New Zealand, para America's Cup E-Series

Logitravel lanza 'Explora el Mundo' para viajar con grandes descuentos y ventajas exclusivas



Logitravel, una de las agencias de viajes en línea líderes en el sector, lanza la campaña 'Explora el Mundo', diseñada para viajar a precios atractivos y con ventajas exclusivas. Desde el 18 de febrero hasta el 17 de marzo, los viajeros que reserven a través de la web de Logitravel, podrán disfrutar de descuentos de hasta 500 euros, según el valor de la reserva y un seguro de anulación gratuito para reservas superiores a los 2000 euros.

Para esta promoción especial, Logitravel ha seleccionado algunas de las experiencias más atractivas a nivel mundial, combinando cultura, naturaleza y relax. Entre los destinos más destacados se encuentra Japón, con un viaje combinado de 11 días desde 1.091 euros por persona, que permite descubrir las grandes metrópolis de Tokio, Osaka y Kioto, así como la belleza tradicional de Takayama, con la flexibilidad de elegir el número de noches en cada ciudad.

Quienes sueñan con un destino exótico y vibrante pueden optar por Tailandia, en un viaje

de 12 días desde 965 euros por persona, combinando la energía de Bangkok con las paradisíacas playas de Phuket, Phi Phi y Krabi, una propuesta ideal para quienes buscan la mezcla perfecta de aventura y descanso.

Para los amantes de la historia, Egipto es uno de los protagonistas de esta campaña. Con un circuito de 8 días desde 599 euros por persona, este viaje propone un recorrido por los lugares más emblemáticos del país, como Luxor, El Cairo y Abu Simbel, además de incluir un cruce por el mítico Nilo.

Los que prefieren el encanto europeo pueden embarcarse en un viaje a Praga y Budapest, dos de las capitales más hermosas de Centroeuropa. Con una propuesta de 7 días desde 375 euros por persona, los viajeros podrán sumergirse en la historia, la arquitectura y la cultura de ambas ciudades, organizando su estancia según sus preferencias.

Y para quienes disfrutan la libertad de recorrer a su propio ritmo, Logitravel propone una ruta en coche por los idílicos Lagos del Norte de Ita-

lia. Desde 284 euros por persona, este circuito de 6 días permite explorar con total autonomía la belleza de Milán, Verona y sus alrededores, atravesando paisajes de postal y pueblos con encanto.

Además de estas opciones, Logitravel amplía su oferta con experiencias únicas en otros destinos icónicos. Los viajeros podrán elegir circuitos por Vietnam y opciones de rutas en coche por escenarios impresionantes, como la Ruta del Hielo en Islandia, un viaje a los Fiordos Noruegos, con travesías entre impresionantes montañas y lagos cristalinos y la legendaria Ruta 66 de la Costa Oeste de Estados Unidos. Además, la campaña también cuenta con paquetes combinados a Nueva York y Punta Cana, una propuesta que fusiona la energía de la Gran Manzana con la relajación del Caribe.

Además de estos descuentos exclusivos, Logitravel garantiza una experiencia de viaje cómoda y segura, con reserva 100% online con confirmación inmediata, asistencia 24 horas y opciones de pago flexible.

Somos Regionales

CIRCUITOS POR EL MUNDO
SELECCIÓN ESPECIAL

VIAJES REGIONALES ÚNICOS



100%
GARANTIZADAS
SALIDAS



2025
2027

La 27ª Convención AVASA supera todas las expectativas al congregarse a más de 800 profesionales del sector

Bajo el lema “Conectando personas, transformando viajes”, Sitges cogió un fin de semana repleto de ponencias, experiencias de éxito y networking para impulsar el futuro de las agencias de viajes



La 27ª Convención de AVASA Travel Group congregó en el Hotel Meliá Sitges a más de 800 profesionales del sector turístico entre agentes, partners y colaboradores, superando las cifras de asistencia de ediciones anteriores. Bajo el lema “Conectando personas, transformando viajes”, el encuentro puso de manifiesto la apuesta de AVASA por la innovación, la colaboración y la formación continua de sus agencias asociadas.



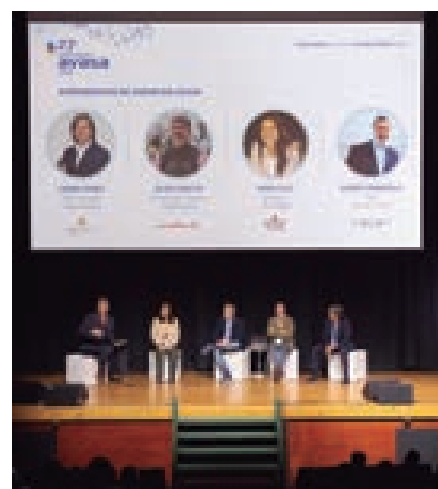


El primer día de la convención, con Sergi Grimau de maestro de ceremonias, arrancó con la intervención Ángel García Buitragueño y Elena García Donoso, que ofrecieron un enfoque orientado a la gestión emocional de los viajeros y a la transición de las agencias de viajes hacia la creación de nuevas experiencias. A continuación, se presentaron las Experiencias de agencias AVASA, un espacio que permitió a cuatro agencias asociadas compartir los cambios que han aplicado en sus negocios para adaptarse a las tendencias del mercado. Antes de la pausa del mediodía, Carlos López Bahillo, director general de AVASA Travel Group, expuso en una presentación global los resultados del último ejercicio, destacando los 1.057 millones de euros de facturación entre todas las agencias asociadas, y los objetivos para los próximos meses. Abilio Álvarez, presidente del Grupo, acompañado del consejo de administración, puso el punto y final a la mañana dando por inaugurada la convención.

Por la tarde, Maripaz Abad e Inés Aguinaliu abordaron las implicaciones normati-

vas más recientes, deteniéndose en el RD 933/2021 y la importancia de la seguridad jurídica. A continuación, Kike Fuentes ofreció pautas para reducir el estrés y aumentar la eficiencia en el entorno laboral mediante la gestión del tiempo, mientras que Inés Torremocha puso el auditorio patas arriba con su energía, destacando cómo la inteligencia comercial puede mejorar las habilidades de venta consultiva. La jornada finalizó dejando patente la necesidad de la innovación y la especialización como claves para el crecimiento de las agencias.

El segundo día estuvo protagonizado por el ya tradicional workshop de proveedores, con más de 100 empresas entre destinos y proveedores presentando sus novedades y reforzando relaciones con las agencias asociadas. Tras la foto de grupo, y bajo la presentación de Víctor Parrado, que condujo la sesión de tarde con su humor y dinamismo, fue el turno para Carlos López Bahillo, Marien Riera y Elisabet Carbó, que expusieron las nuevas herramientas que AVASA ha puesto a disposición de sus agencias asociadas en los últimos meses con el



objetivo de aumentar su productividad y maximizar sus beneficios.

La última intervención de la tarde fue para Néstor Guerra, experto en innovación, que volvió a sorprender a todos los presentes al mostrar lo que depara el futuro en el campo de la inteligencia artificial, y cómo las agencias pueden aprovecharlo para la personalización y la optimización de los servicios turísticos. Finalmente, el evento concluyó con una cena de gala y música en directo, en un ambiente propicio para reforzar lazos y compartir impresiones. Carlos López Bahillo, director general de AVASA Travel Group, valora muy positivamente el récord de asistencia de esta edición: "Con más de 800 profesionales reunidos, hemos constatado que 'Conectando personas, transformando viajes' va más allá de un simple lema. Este fin de semana ha dejado claro que, cuando se fomenta la cooperación y se comparte conocimiento, el sector crece con fuerza. Nuestras agencias han demostrado de nuevo su capacidad para transformar retos en oportunidades."

Bahillo quiso agradecer también a todos los participantes su apoyo en esta edición, así como a los partners del evento, que este año ha tenido como patrocinadores a Amadeus, AON, Ávoris, Enterprise Mobitliy, Iberia y Visit Nayarit.



ENTREVISTA | CARLOS LÓPEZ BAHÍLLO**DIRECTOR GENERAL AVASA TRAVEL GROUP**

“No podemos estar más satisfechos por el resultado extraordinario de la 27ª convención de AVASA Travel Group”

Carlos, ¿cuál es tu balance de la celebración del Congreso en su 27 edición?

No podemos estar más satisfechos por el resultado extraordinario de la 27ª convención de AVASA Travel Group.

¡Este año nos hemos superado!! La organización, la selección de los ponentes, el ritmo de los 2 días, la profesionalidad de todos los asistentes, la conexión perfecta de los más de 800 profesionales que han asistido, los servicios del hotel, el concierto de rock, el equilibrio perfecto entre ocio y trabajo... En esta ocasión, todo nos ha salido bien.



Y todo ello, gracias al gran trabajo realizado por todo el equipo.

Para que el sector os conozca mejor, ¿cuántos puntos de venta tenéis en España y dónde están ubicados?

Nuestro grupo no se caracteriza por tener un gran número de puntos de venta, sino por la calidad de sus agencias asociadas. En total tenemos 172 agencias asociadas con cerca de 250 puntos de venta, y aunque el nacimiento del grupo fue en Barcelona en el año 1980, hemos llevado a cabo una expansión muy selectiva por toda la península lo que nos lleva a estar presentes en Cataluña, Madrid, Comunidad Valenciana, Galicia, País Vasco, ambas Castillas, Andalucía, ...

¿Cuál ha sido vuestra facturación en el ejercicio anterior y aproximadamente cuántos pasajeros habéis movido?

Si no me equivoco, somos los líderes del mercado en cuanto al volumen de negocio de nuestras agencias asociadas, en el año 2024, nuestras agencias han alcanzado los 1.057 Millones de euros de facturación, siendo el primer grupo de agencias independientes que supera los 1.000 Millones de euros.

No manejamos el dato del número de pasajeros, pero sí el número de profesionales que trabaja en el conjunto de las agencias asociadas y asciende a los 1.833 trabajadores.

Que balance harías del año 2024

El año 2024 ha sido un año de récord, consiguiendo superar los 1.000 Millones de euros de facturación, repartiendo más de 2,3 Millones de euros en rappels, manteniendo el equilibrio perfecto de nuestras agencias entre el vacacional y el Business Travel y MICE, con la organización de más de 50 webinars, 12 tema buildings y almuerzos formativos, 11 famtrips, 3 encuentro del Club del Business Travel, 2 encuentros del AVASA Collection, y otros 2 del AVASA MICE. Además, hemos implementado nuevas herramientas tecnológicas que ayudan a nuestras agencias asociadas a incrementar su productividad.

Vuestra convención es de las más multitudinarias. ¿Cuál es vuestro secreto?

Una de las características principales de AVASA Travel Group es su tipología de agencias asociadas, que destacan por su alto grado de profesionalidad, especialización y colaboración y cooperación entre muchas de ellas. Nuestra convención anual es la más profesional de las convenciones del sector, destacando la calidad de los ponentes y las temáticas de interés de todos los profesionales de nuestras agencias. Además, es un encuentro puramente profesional, siendo el gran momento del año en el que todas las agencias tienen la oportunidad de encontrarse entre sí y con nuestros principales partners. Por otro lado, intentamos aportar una gran dosis de diversión al trabajo que realizamos durante estos días.

Todo este conjunto de factores, hace que sea una de las más multitudinarias, pero sobre todo, la más profesional.

Carlos, ¿son los grupos de gestión más necesarios que nunca?

Sin lugar a duda, los grupos comerciales de agencias de viajes son más necesarios que nunca. Estamos en un momento crítico para la distribución en nuestro mercado, en plena concentración y expansión de los grandes grupos verticales y ante un grave problema de falta de relevo generacional. Los grupos de gestión, más que nunca, deben aportar valor añadido a sus agencias asociadas, empezando por los propios servicios de central de compras, pero sin descuidar la central de servicios, proporcionando a las agencias independientes negociaciones a la altura de los grupos verticales y herramientas que les ayuden a incrementar su productividad.

¿Seguirá la concentración de empresas turísticas en el mercado español?

Desgraciadamente, seguirá la concentración de los grandes grupos verticales y creo que no es bueno porque, cuanto menor sea el número de actores en el mercado, más complicado lo tendrán las agen-



LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA DEBERÍA SER OBLIGATORIA PARA TODAS LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO

cias independientes para competir. Todo ello acentuado por la falta de relevo generacional.

Pienso que el futuro de las agencias independientes pasa por la especialización, diferenciándose de los grandes generalistas.

¿Qué línea sigue AVASA en el ámbito sostenible?

La Responsabilidad Social Corporativa debería ser obligatoria para todas las empresas del sector turístico. No olvidemos que nuestro producto es el mundo, y necesitamos cuidarlo...

Nosotros estamos actualmente inmersos en 2 proyectos que verán la luz en los próximos meses.

Por un lado, nos estamos certificando con el sello internacional de sostenibilidad de "Travelife", iniciativa líder en formación, gestión y certificación para empresas turísticas comprometidas con alcanzar la sostenibilidad.

Por otro lado, formamos parte de un consorcio en el que estamos creando tecnología para avanzar hacia el desarrollo sostenible. Este proyecto se llama "Quotta.ai", y es un observatorio de datos de sostenibilidad creado a partir de un espacio de datos proporcionado por la Data Space Business

Alliance. Esta plataforma se especializa en la gestión y digitalización de la sostenibilidad, ofreciendo herramientas avanzadas para analizar y mejorar las prácticas sostenibles.

¿Cuál es vuestra apuesta por la tecnología y la IA?

Como ha quedado patente durante nuestra 27ª convención, AVASA Travel Group está a la vanguardia de los grupos de gestión con un nivel de innovación extraordinario. ¿Os habéis encontrado en alguna convención de algún grupo de gestión nacional máquinas de auto acreditación? Pues eso es una pequeña muestra de todo lo que hacemos por nuestras agencias en este ámbito...

Nos obsesiona ayudar a nuestras agencias asociadas a incrementar la productividad de todos sus colaboradores, por eso trabajamos constantemente en la implementación de nuevas herramientas dedicadas a este asunto.

La aplicación de la IA será en muy poco tiempo como hoy es contestar a un email desde un teléfono móvil. Nos tenemos que acostumbrar a utilizarla en nuestro día a día. Desde AVASA proporcionamos a nuestras agencias asociadas formaciones de herramientas basadas en IA aplicadas a nuestro sector para facilitarles todas las tareas

cotidianas. Nos tenemos que familiarizar con la IA, es una cuestión de tiempo.

Para terminar, ¿el grupo Avasa va a seguir creciendo?

Actualmente no tenemos grandes proyectos de expansión. Queremos contrarrestar la pérdida que tendremos de algunas agencias que desaparecerán por cese o venta de negocio por falta de relevo generacional con la incorporación de nuevas agencias especializadas, por lo que nuestro plan es crecer ligeramente en el número de agencias asociadas con un incremento un poco mayor en el volumen de facturación, aunque prevemos un año 2025 muy continuista respecto al 2024.

¿Deseas añadir algo más?

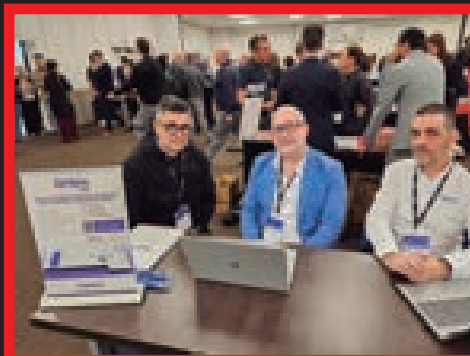
Creo que hemos conseguido posicionar a AVASA en la cima de los grupos comerciales de agencias de viajes de nuestro mercado gracias a la profesionalidad de las agencias asociadas, gracias al carácter asociativo del grupo empresarial, gracias al presidente y consejo de administración que aprueban todos los pasos que vamos dando, gracias a la confianza de las 30 agencias asociadas del grupo y, sobre todo, gracias al trabajo constante y profesional del equipo ejecutivo compuesto por 21 grandes profesionales.

27ª CONVENCIÓN AVASA

www.gacetadelturismo.com
**GACETA
DEL TURISMO**



Enjoy Travel



Pipeline



AVASA y Gaceta del Turismo



Tour10



Tourmundial - Club de Vacaciones - Smyle Travel



Soltour



Turkish Airlines



TDCS Travelport



Explora Traveler



Un Mundo de Cruceros



Mesa Presidencial



Air Transat



Southern Cross



Sixt Rent a Car



iryo



Ávoris Touroperacion



Atlantic Joint Venture



Alma Cruceros



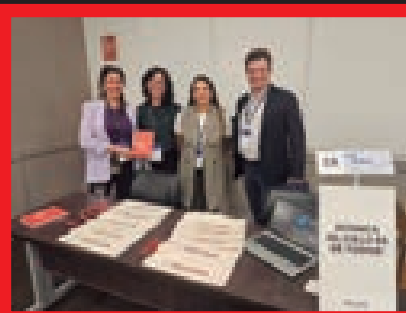
Bedsonline



Intermundial



Baluma Cruceros



Avianca - Viajes Globus



Bedsonline

Aon - Pangea

ENTREVISTA | AHMED SABER

CEO MONTURISTA TRAVEL

“Somos el touroperador español líder en viajes a Oriente Medio, con más de 16 años de experiencia”





Cuándo nace Monturista y cuál es su principal actividad?

Monturista Travel, nació en 2009. Somos el touroperador español líder en viajes a Oriente Medio, con más de 16 años de experiencia. Somos una mayorista de viajes especializada en Egipto además de otros destinos de Oriente Medio, Norte de África, Asia, Turquía, Jordania, Marruecos, Túnez, Emiratos Árabes, Grecia, China, Polonia, Países Bálticos y Uzbekistán entre otros. Ofrecemos gran diversidad de programas vacacionales, a la vez que podemos confeccionar viajes a medida, tanto para individuales como para grupos. Más de 2.500 agencias de viajes comercializan nuestros programas y más de 40.000 pasajeros confiaron en 2024 en nuestros servicios.

¿Qué novedades destacaría de su programación para el año 2025?

Para 2025 cabe destacar el volumen de asientos que tenemos para Egipto, nuestro destino estrella, con chárter propio y más de un vuelo semanal, lo que supone una previsión de 30.000 pasajeros aproximadamente para 2025, en este destino. A parte de los vuelos en regular y los cupos aéreos propios que disponemos para los destinos de Turquía y Jordania. Además estamos abriendo nuevos destinos tales como Uzbekistán, Japón o China.

Destáquenos cuáles son los principales destinos globales con los que operan

Principalmente nuestra fuerza está en Oriente Medio y Norte de África. Pero este año 2025 estamos trabajando también con destinos asiáticos y hemos ampliado nuestros destinos europeos, esperamos que a lo largo del año se afiancen también y lleguen a formar parte del ADN de Monturista Travel, por el que somos conocidos.

¿Cuáles son sus destinos estrella dentro de su programación?

Nuestro destino estrella por excelencia es Egipto. Pero también tienen mucha fuer-



SOMOS EL TOUOPERADOR ESPAÑOL LÍDER EN VIAJES A ORIENTE MEDIO, CON MÁS DE 16 AÑOS DE EXPERIENCIA

za en nuestra programación Turquía, Marruecos y Jordania.

¿Cuál es su valoración sobre la figura del agente de viajes?

El agente de viajes es fundamental. Su papel no tiene igual para poder orientar al cliente en la compra que se adecue a sus necesidades así como asesorarle a posteriori de la compra y hasta su salida del viaje para resolver cualquier duda que tenga al respeto y facilitarle las indicaciones

pertinentes para que a su llegada a destino las vacaciones fluyan según lo previsto.

¿Desea añadir algo más?

Al conocer muy bien los destinos que trabajamos, acompañado de una gran disposición de asientos para los mismos, debido a los chárter y cupos que tenemos, nos permite ofrecer una gran diversidad de programas para las vacaciones de distintas tipologías de clientes que las agencias se puedan encontrar. A la vez que podemos confeccionar viajes a medida. En nuestros viajes hay la mejor relación calidad – precio. Como viajeros expertos también sabemos lo que importa “seguridad, tranquilidad, comodidad, información, atención, disfrutar de cada momento” y trabajamos para que el viaje sea de una máxima satisfacción para el usuario. Ponemos a su disposición los mejores servicios, el mejor personal especializado y el mejor asesoramiento para las agencias.

PARA 2025 CABE DESTACAR EL VOLUMEN DE ASIENTOS QUE TENEMOS PARA EGIPTO, NUESTRO DESTINO ESTRELLA, CON CHÁRTER PROPIO Y MÁS DE UN VUELO SEMANAL

TUI lanza paquetes exclusivos para el bautizo del Mein Schiff Relax con Robbie Williams en Málaga, el 9 de abril

Paquetes limitados con vuelo, hotel y acceso a la ceremonia de bautizo. Encuentro especial de la flota: Mein Schiff 5, Mein Schiff 7 y Mein Schiff Relax juntos en Málaga

TUI ofrece a los viajeros la oportunidad de vivir una experiencia única en el bautizo del Mein Schiff Relax, el próximo 9 de abril en Málaga. Los asistentes podrán disfrutar de un evento exclusivo que incluye la ceremonia de bautizo del primer barco de la nueva clase InTUItion y un concierto especial de la estrella internacional Robbie Williams. Las entradas para esta cita única son limitadas.

Paquetes exclusivos ya disponibles

TUI presenta diferentes opciones de paquetes para vivir este evento, que combinan una estancia en Málaga, acceso a la ceremonia de bautizo y al concierto de Robbie Williams. También están disponibles paquetes completos que incluyen vuelo, hotel y acceso a ambos eventos. Además, se ofrece un paquete exclusivo con alojamiento en un hotel RIU de 4 estrellas, solo para adultos.

Los paquetes están disponibles a partir de 300 euros por persona para una estancia de 4 días / 3 noches. Los viajeros interesados pueden realizar su reserva en este enlace o preguntado por TUI en su agencia de viajes de confianza.

TUI Musement, líder en tours y actividades, también ofrece entradas exclusivas para el evento, que permiten el acceso al concierto y a la ceremonia, sin incluir el paquete de viaje completo.

“Estamos encantados de celebrar este evento único junto a nuestros clientes de TUI y Robbie Williams, embajador del Mein Schiff Relax. Este lanzamiento refleja nuestro compromiso con la innovación, ofreciendo experiencias exclusivas que no solo atienden a los mercados internacionales, sino que también ofrecen a los viajeros españoles la oportunidad de disfrutar de momentos inolvidables, incluso sin haber reservado un crucero”, señala Andrea Pfeiffer, directora de TUI Spain, Portugal & Americas.

Evento inaugural con un concierto de Robbie Williams

Robbie Williams interpretará algunos de sus grandes éxitos en un exclusivo concierto al aire libre ante 15.000 invitados en el puerto de Málaga,



ga, donde se celebrará el bautizo del Mein Schiff Relax. Por primera vez, otros dos barcos de la flota, Mein Schiff 5 y Mein Schiff 7, estarán presentes como madrinas, acompañando este evento especial. Tanto los pasajeros de los cruceros como los clientes de TUI podrán disfrutar de una velada llena de música y entretenimiento.

Tradición marítima con un toque moderno

La ceremonia de bautizo del Mein Schiff Relax combinará la tradición marítima con un espectáculo moderno. Como parte del evento, se romperá la clásica botella de champán contra la proa del barco, revelando oficialmente su nombre en

un momento inolvidable para todos los asistentes. Este acto estará acompañado de un impresionante espectáculo de luces y un montaje escénico excepcional.

Málaga: cultura, naturaleza y la magia de la primavera

El evento ofrece la oportunidad de descubrir Málaga, un destino que ofrece atractivos culturales como el Monte Gibralfaro o los Jardines Botánicos, además de los paisajes de ensueño de la Costa del Sol. Los viajeros pueden complementar su experiencia con excursiones por la ciudad, organizadas por TUI Musement.



Evolución



Visítanos en [CDV.TRAVEL](https://www.cdv.travel)

ENTREVISTA | MARTÍ SARRATE

PRESIDENTE DEL SALÓN B-TRAVEL DE FIRA DE BARCELONA

“B-Travel reflejará el magnífico estado de salud del sector turístico a nivel nacional, en general, y catalán, en particular”



Vuelve la Feria de Turismo más importante de Catalunya y España.

Martí, ¿cuál es tu balance turístico del año?...

B-Travel reflejará el magnífico estado de salud del sector turístico a nivel nacional, en general, y catalán, en particular. Las cifras son espectaculares. España ha registrado más de 94 millones de visitantes un incremento del gasto turístico que supera los 126.000 M€ y Catalunya ha recibido 19,9 millones con un incremento del 9,7% en un año sensacional, superando las cifras de prepandemia. Estas cifras, no obstante, nos obligan a una reflexión. Y es que no podemos morir de éxito. Hemos de evitar la masificación, que puede comportar un descenso en la calidad en los servicios que ofrecemos como destino turístico de primer nivel. Estamos plenamente satisfechos con los resultados pero hemos de seguir trabajando, codo con codo, con las Administraciones Públicas para un modelo de turismo sostenible, responsable, inclusivo, accesible, diversificado, desestacionalizado y de calidad.

¿Qué momento vive el Turismo de Catalunya este año?

El turismo catalán vive un momento dulce. Catalunya es la primera comunidad en número de visitantes extranjeros y el principal mercado emisor de viajeros de España. Precisamente, esta situación hace que no podamos relajarnos, teniendo en cuenta que la actividad turística depende de muchos factores como la situación geopolítica o económica. En este sentido, hemos de poner en valor la importancia del turismo para la sociedad y hemos de velar por lograr el equilibrio entre la oferta y la demanda para que no caigamos en la turistificación de nuestros destinos.

¿Qué balance haces de eventos globales tan importantes celebrados en Barcelona como la America's Cup o el Mobile World Congress?

Organizar eventos que atraigan un público internacional de calidad a lo largo de todo el año es sumamente positivo, ya que ayudan a poner a Barcelona en el mapa internacional y dinamizar la actividad económica. Para mí lo más importante es saber gestionar este tipo de eventos y creo que, en Barcelona, contamos con un capital humano más que preparado. La America's Cup o el Mobile World Congress son solo dos ejemplos de la gran capacidad organi-

zativa de Barcelona y que aportan un gran valor a la economía de la ciudad

¿Qué vamos a ver en esta edición de B-Travel?

Cada edición supone un reto por cuanto nos obliga a intentar sorprender al visitante con una oferta diferente a la de la última edición. En este sentido, desde Fira de Barcelona, hemos diseñado un salón en que el turismo sostenible y responsable sea el gran protagonista de B-Travel 2025 en línea con las actuaciones llevadas a cabo por los propios destinos turísticos que participan en nuestro salón. Por ello, vamos a presentar el 'Decálogo del Viajero Responsable' en colaboración de Biosphere. Además de ser la mejor agencia de viajes para el consumidor final con más de 100 expositores directos nacionales e internacionales y con actividades como el B-Delicious Fest para degustar los mejores productos de proximidad y que este año Catalunya es la Region Mundial gastronómica M 2025 o la gincana para optar a los premios del B-Travel Passport, volvemos a apostar por la vertiente B2B con un programa de actos para los profesionales del sector como seguirá impulsando su vertiente profesional con un amplio programa de actividades, que incluye la 40ª edición de los Premios CE- TT Alimara Barcelona, una nueva edición del foro ACAVe Travel Market, el B-Travel Job Market Place de Barcelona Activa, talleres de sostenibilidad para pymes de la plataforma Travel 2 Care People and Planet y las jornadas profesionales de Turismo universal y accesibilidad con la ACPT.

¿Cuáles son vuestros países o comunidades presentes en la edición?

En estos momentos, seguimos en pleno proceso de comercialización, por lo que aún no tenemos cerrados la totalidad de expositores del salón. Tenemos como gran novedad de este año la presencia de Ceuta y Melilla, que se suman a una amplia oferta nacional en la que destacan Aragón, Andalucía, Baleares, Canarias, Castilla-La Mancha, Catalunya, Extremadura o Madrid, entre otros. Y en el ámbito internacional, tenemos ya confirmada la presencia de países como Brasil, Cuba, Croacia, Francia, Italia, Portugal o República Dominicana para que los visitantes puedan planificar o contratar sus escapadas o vacaciones.

En tu condición de uno de los líderes del sector, ¿cómo ves el futuro del turismo en nuestro país?... ¿Podemos decir que las agencias de viajes son imprescindibles?

Sinceramente, veo un espléndido futuro, siempre y cuando sepamos gestionar bien el éxito. Esto nos obliga a ser extremadamente cuidadosos en la calidad del producto que ofrecemos a todos los que nos visitan. En este sentido, creo que hemos de hacer más pedagogía sobre los beneficios que comporta la actividad turística. Y hemos de insistir en que no se nos vaya de las manos. En cuanto al futuro de las agencias de viaje, hemos de hacer un esfuerzo para adaptarnos a los nuevos tiempos y a los nuevos hábitos y tendencias del mercado. Pero, hemos de seguir trabajando en ofrecer nuestro valor añadido que es seriedad, profesionalidad y seguridad, ofreciendo las mejores experiencias para nuestros consumidores. Trabajar con una agencia de viajes es un valor seguro y con la garantía del cumplimiento de todos los servicios contratados.

Esperáis un buen año en el ámbito receptivo y emisor.

Acabamos de empezar el año y las perspectivas son muy positivas. Pero, hemos de estar atentos al escenario internacional y a la situación económica, especialmente, en lo que hace referencia a la inflación e incremento de costes operativos y de todos los productos algunos provocados por el cambio climático. Creo que el sector ha de buscar una menor estacionalidad para evitar la congestión de la temporada alta y de este modo, aumentar la utilización de nuestros productos con las correspondientes especialidades durante todas las temporadas.

Para terminar, las políticas turísticas futuras nos llevan a destinos cada día más sostenibles... ¿Cuál está siendo esta, según tu criterio, para Catalunya y España?

Es que el turismo será sostenible o no será. Y eso nos obliga a todos. Desde las Administraciones hasta los viajeros, pasando por todos los profesionales. España y Catalunya cuentan con unos atractivos naturales, gastronómicos y culturales que hemos de preservar para que sigan siendo nuestros atributos y valores añadidos turísticos. Y creo que todos somos conscientes de la importancia de cuidarlos. Pienso que estamos cumpliendo bien los objetivos en este sentido, pero no nos hemos de relajar, para seguir siendo líderes, impulsando el desarrollo equilibrado del Turismo en el territorio, aplicando la estrategia de la sostenibilidad como valor de Marca del Turismo Español, y teniendo una gran sostenibilidad en nuestra demanda y sobre todo reducir las externalidades negativas de la Actividad Turística.

Grupo Island Tours presenta sus líneas de negocio a agentes de viajes de Madrid



Grupo Island Tours, touroporador que cuenta con más de 20 años de experiencia en la organización de viajes, ha presentado a 35 agencias de viajes de Madrid sus tres líneas de negocio.

La cita ha tenido lugar este miércoles 5 de marzo en el restaurante Descaro, situado en la céntrica Plaza de España madrileña, y ha contado con la colaboración de la plataforma de gestión de agencias MOGU. Eduardo Sangil, director comercial y de marketing de Grupo Island Tours; Pya Pal-

ma, project manager de Pacífico Tours; y Ornella Negri, project manager de América Tours, han sido los encargados de recibir a los asistentes y de hacer la presentación.

Líneas de negocio

Islandia Tours es la primera mayorista especializada en viajes a Islandia, que ofrece paquetes personalizados para descubrir sus volcanes, glaciares, grandes cascadas y auroras boreales.

Pacífico Tours, por su parte, está centrada en el Pacífico Sur. Sus itinerarios están diseñados por expertos en los destinos que

ofrecen –como Australia, Fiji, Islas Cook, Nueva Zelanda y Polinesia Francesa–.

Para finalizar, América Tours es la marca especialista en viajes a medida por todo el continente americano, abarcando desde playas paradisíacas en el Caribe y Centroamérica hasta rutas de aventura en la selva amazónica y los Andes.

Tras dar a conocer la compañía, los principales destinos con los que trabajan, su programación y los servicios de MOGU, los agentes de viajes han podido disfrutar de una agradable comida de networking.



GARANTÍA

100

Vuela sin preocupaciones.
Consigue el 100% de la compensación
Tu equipaje siempre localizado o
recibe una compensación de 1.000 €.

Disponible en tu agencia de viajes



960 660 283

comercial@reclamatravel.com

Mazón: “Activamos un nuevo plan de 120,8 millones de euros para apoyar la recuperación de la industria, el comercio y la hostelería”

Señala que el programa ‘Ara Empresas’ para las zonas afectadas por las riadas se pondrá en marcha este mes de marzo y “el plazo de solicitud, concesión y anticipo de la ayuda estará abierto hasta el 30 de junio”

El president de la Generalitat, Carlos Mazón, ha anunciado la “puesta en marcha del ‘Plan Ara Empresas’ desde IVACE+I dotado con 120,8 millones de euros destinados a apoyar la recuperación de la industria, el comercio, la hostelería de las zonas afectadas por las riadas”.

El jefe del Consell ha participado en la presentación esta iniciativa en un acto donde también han asistido el vicepresidente 2º y conseller para la Recuperación Económica y Social, Francisco José Gan Pampols, y la consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Marián Cano. Carlos Mazón ha detallado que se trata del tercer plan de ayudas para las empresas damnificadas por las inundaciones de la Generalitat y ha indicado que estará activo desde el próximo mes de marzo “para apoyar con 75 millones de euros la actividad de comercios y hostelería con una ayuda máxima de hasta 50.000 euros”, para adquisición o reparación de maquinaria, o compra de activos inmateriales, entre otros.

Además, ha indicado que para Pymes industriales “la línea está dotada con 45 millones de euros para respaldar iniciativas de hasta 100.000 euros”, como la inversión en maquinaria industrial, instalaciones y elementos productivos, por ejemplo. El president ha explicado que “el plazo de solicitud, concesión y anticipo de la ayuda estará abierto hasta el 30 de junio”, y tendrán carácter retroactivo, mientras que el plazo de justificación será hasta el 30 de septiembre.

Carlos Mazón ha incidido en el desarrollo de un sistema informático específico para la gestión de estos expedientes, además de un refuerzo de personal “para garantizar la agilidad en la tramitación y concesión de estas ayudas”, como en el resto de las ayudas puestas en marcha por la Generalitat.

Adicionalmente, ha indicado que se destinarán 800.000 euros para Ayuntamientos dirigidos a recuperar y mejorar instalaciones eléctricas, red de alcantarillado y otras infraestructuras “tan necesarias para reactivar la actividad en empresas y polígonos que se vieron afectados”.

Durante su intervención, Carlos Mazón ha agra-



decido la labor de técnicos y funcionarios de la Generalitat “para hacer llegar de forma rápida y directa todas las ayudas necesarias para recuperar el tejido empresarial” y ha señalado el trabajo “en equipo y codo con codo” con las entidades empresariales que entendieron, desde el minuto uno, que la recuperación era, es y tiene que seguir siendo, en su diseño y su ejecución, una tarea de todos”.

Nueva fase del plan ‘Ara Empresas’

El jefe del Consell ha señalado que con la puesta en marcha de este nuevo programa de apoyo al tejido empresarial “cumplimos un nuevo hito, pero no llegamos al final del camino”, por lo que ha avanzado que el Consell ya trabaja en una nueva fase del plan ‘Ara Empresas’ para apoyar la I+D e internacionalización o emprendimiento de las compañías con el fin de reforzar la competitividad y avanzar en la recuperación de su actividad económica.

Al respecto, ha indicado que esta medida “permitirá aprovechar la base de todo lo realizado para dar un salto cualitativo” porque, tal y como ha remarcado, “no se trata de recuperar lo que teníamos, sino de hacerlo todavía mejor, más competitivo, más innovador e internacional”.

En este sentido, ha reiterado “la colaboración y el diálogo” con los sectores productivos que se concretan en “medidas adecuadas para los po-

lígonos, las industria, la hostelería y el comercio con el fin de seguir en este camino de ambición colectiva para la recuperación que merece la Comunitat Valenciana”.

230 millones de euros ya en marcha para reactivar el tejido productivo

El president ha señalado el esfuerzo de la Generalitat para desarrollar medidas “en tiempo récord” a través de ayudas directas o contratos de emergencia para reactivar la economía de las empresas y autónomos en los municipios damnificados con el fin de ayudarles en la recuperación de su negocio y favorecer el mantenimiento del empleo.

Así, la Generalitat ha destinado hasta la fecha cerca de 230 millones de euros de los que más de 8,5 millones han sido para primeras actuaciones como el acceso y limpieza de áreas industriales, la puesta en marcha de servicios de autobuses para facilitar la llegada de trabajadores a las empresas o la contratación de agentes de proximidad para informar de las necesidades y líneas de ayuda.

En un segundo paquete, ha recordado la activación de 100 millones de ayudas directas para empresas industriales, comercios y autónomos con asalariados de los que la Generalitat “ya ha ejecutado 76.933.000 euros que han permitido mantener 79.333 empleos”.

¿ESTÁS LISTO PARA CAMBIAR TU NEGOCIO?

Ayudamos a las agencias de viajes con una solución global de gestión y promoción en el punto de venta.

BUSINESS TOOLS

Todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar la emisión de billetes de avión, reservas de hotel, rent a car.

TRAVELPORT+
AUTOMATED EXCHANGES
TRIP QUOTE
ASSISTED TICKETING

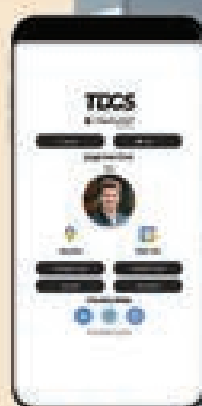


MARKETING TOOLS

Comunica lo que necesitas con nuestras Soluciones de Marketing Digital

PANTALLA DIGITAL
MUPI DIGITAL
LED ESCAPARATE
WI-FI SOCIAL
TARJETA DE VISITA VIRTUAL

ETIQUETAS DIGITALES
ROLL UP DIGITAL
MÚSICA AMBIENTE
CATÁLOGO DIGITAL



La IA se presenta como la aliada de los hosteleros para mejorar la eficiencia y experiencia de cliente

El uso de la IA en la hostelería tiene un potencial inmenso para transformar la forma en que los negocios operan y los clientes interactúan con ellos. La personalización, la automatización de procesos y la optimización de recursos son solo algunas de las ventajas que proporciona la tecnología, impulsando la competitividad. Un ejemplo de ello es el estudio de 2024 que presentó la Universidad de Cornell, en el que se indica que la IA puede predecir hasta con un 97,5% de precisión el consumo eléctrico de un hotel, algo que mejora la compra y uso de energía, reduciendo costos y fomentando la sostenibilidad.

Por ello, y para mostrar a los hosteleros las oportunidades que emergen de las tecnologías, HIP 2025, la cumbre de innovación dedicada al canal Horeca que tendrá lugar del 10 al 12 de marzo en IFEMA Madrid, contará con sesiones y talleres

donde se enseñará a los asistentes a aplicar las soluciones digitales, con el protagonismo de la IA, en sus empresas o áreas operativas. Así, el encuentro congregará a expertos que explicarán cómo con la inteligencia artificial se puede ser más productivo, se pueden crear agentes para restaurantes y hoteles y se puede reforzar la gestión de un local, en este último caso de la mano de Juan Manuel Lema, Socio de Chalito.

Explorando nuevos canales para llegar al cliente

En un sector en el que cada vez aparecen más actores relevantes, la inteligencia artificial constituye una herramienta estratégica para personalizar comunicaciones que facilitan a las marcas dirigirse a su target y distinguirse. En este sentido, Ana Díaz del Río, directora de comunicación a nivel global de Metricool, dará a conocer en HIP cómo las redes sociales



y la IA están permitiendo mejorar el impacto de las firmas en el entorno digital.

Asimismo, con el fin de desmarcarse de la competencia, la elevación de la experiencia de cliente es un aspecto clave. Para lograrlo, la IA implementada en diferentes partes de la cadena de valor permite hiperpersonalizar momentos y estimular la eficiencia operativa, aspectos en los que profundizará Ariana Cubeddu, Organized Channel Leader de Unilever Food Solutions España, a partir de diferentes casos de éxito.

La Asociación Empresarial de Catering renueva su directiva con representación clave de Valencia

La Asociación Empresarial de Catering (AEC) ha celebrado su Asamblea Anual en la que ha presentado su nueva junta directiva así como sus objetivos estratégicos para 2025. Por primera vez una empresa valenciana del sector, Gourmet Catering & Eventos, formará parte de la directiva de la asociación, con su responsable de desarrollo de negocio y relaciones internacionales, Corinna Heilmann, asumiendo la vicepresidencia.

La reelección de Jesús Baranda, de Grupo Life Gourmet, como presidente de AEC ha estado acompañada de la incorporación de otros nuevos miembros a la junta directiva, con representación de distintas comunidades autónomas. En este sentido, junto con Heilmann desde Valencia, se han sumado Rafael Borrego de Guadalquivir Catering (Sevilla) y Laura Novas de Gau Catering (Barcelona), fortaleciendo la presencia de la asociación en toda España. El comité ejecutivo queda conformado por Jesús Baranda como presidente, Corinna

Heilmann como vicepresidenta, Eva Pérez (Grupo Antiguo Convento) como tesorera y Eduardo de Pedro (Grupo Negrалеjo) como secretario.

En la misma asamblea, la AEC ha presentado su hoja de ruta para 2025, que está centrada en varios ejes estratégicos fundamentales, como la consolidación del papel del catering en la gestión de eventos, el impulso a la formación continua, el fomento de alianzas estratégicas e institucionales con entidades como Fitur para mejorar las condiciones laborales y la percepción del sector; la lucha contra el intrusismo y la competencia desleal, promoviendo la certificación y el cumplimiento de los requisitos sanitarios; la mejora de la comunicación externa y, finalmente, la adaptación del convenio colectivo, considerando las particularidades del sector del catering.

El sector del catering en la Comunidad Valenciana

La Comunidad Valenciana es una de las



principales regiones de España en el sector del catering, concentrando el 11% de la oferta total, solo por detrás de Madrid y Cataluña, según las conclusiones del informe sectorial elaborado por DBK Informa.

El mercado del catering en España, que en 2023 alcanzó los 3.830 millones de euros (un 8,8% más que el año anterior), espera una moderación del crecimiento para el bienio 2024-2025, con una previsión de aumento del 4,2% en 2025, en el que se prevé que alcance un volumen de negocio de más de 4.200 millones de euros, con una tendencia al alza del catering de alta gama, en el que se encuentra Gourmet Catering & Eventos.



paisajes.es



**Circuitos Culturales
y Verano 2025**

Parque Warner y Parque de Atracciones de Madrid dan comienzo a su nueva temporada

Ambos parques están abiertos desde el viernes 28 de febrero. Parque Warner Madrid arranca su nueva temporada con el 'Mes de los Superhéroes' con actividades y experiencias para toda la familia



Parque Warner y Parque de Atracciones de Madrid dan inicio a su temporada 2025 recibiendo a los visitantes con una amplia oferta de diversión, una variedad de atracciones para todos los públicos, encuentros exclusivos con personajes, experiencias únicas y actividades para disfrutar en familia o entre amigos.

'Mes de los Superhéroes' en Parque Warner Madrid
Parque Warner Madrid abrió sus puertas el viernes 28 de febrero para dar comienzo a su temporada 2025. Un año más, el parque temático de la Comunidad de Madrid ofrecerá a sus visitantes una completa experiencia en ocio y entretenimiento, a través de una programación que incluye variedad de espectáculos, atracciones, actividades y meet&greet con los personajes más emblemáticos.

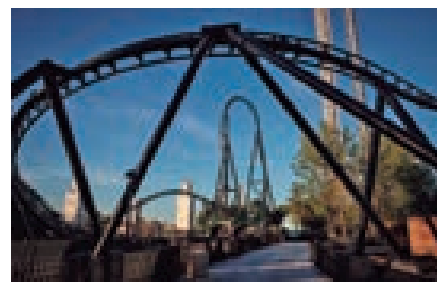
Su apertura coincide con el 'Mes de Superhéroes' que durará todo el mes, hasta el 30 de marzo, con una amplia variedad de actividades dedicadas al fascinante mundo de superhéroes y supervillanos. Iconos de DC Comics como Superman, Batman, Joker, Flash y Wonder Woman, entre otros, estarán en Parque Warner para ofrecer experiencias inolvidables a todos los visitantes. Entre las actividades de este mes especial del

parque, y que más éxito tiene entre el público infantil, es la academia de entrenamiento de DC Superheroes in training, donde los niños de 6 a 12 años podrán aprender los trucos y habilidades para combatir el mal contra los Villanos más poderosos de Gotham como Joker o Harley Quinn. Además, no faltará durante estos días el desfile especial de DC Universe que recorrerá el parque todas las tardes con los superhéroes míticos y Looney Tunes.

Junto a una amplia programación de espectáculos, y las mejores atracciones para todos los públicos, entre las que se destaca 'Batman Gotham City Escape', una de las multilaunch más innovadoras de Europa, Parque Warner reafirma su compromiso de ofrecer a sus visitantes las mejores experiencias de ocio como parque destino en España.

Parque de Atracciones de Madrid, diversión para todos los públicos

Parque de Atracciones de Madrid también abrió sus puertas el viernes 28 de febrero. Repartidas en sus cuatro áreas temáticas, los visitantes podrán disfrutar de atracciones para los más atrevidos, como Abismo o Tarántula en la zona de Maquinismo, así como diversas opciones para los más pequeños en Nickelodeon Land. Además, para los amantes



de las aventuras de terror que quieran adentrarse en un mundo de zombies, el pasaje del terror "The Walking Dead Experience" también tendrá sus puertas abiertas. En su interior, se puede vivir el terror que sienten los protagonistas de la serie recorriendo alguno de los escenarios más míticos, como la casa del Gobernador, la estación Terminus, la cárcel o incluso el hospital en el que comienza todo. Las experiencias de meet&greet con los personajes míticos de Parque de Atracciones de Madrid también se abren paso en este comienzo de la nueva temporada. Las familias podrán conocer a Bob Esponja, Calamardo o a los protagonistas de "La Patrulla Canina", e incluso visitarán la Piña de Bob Esponja, uno de los lugares más queridos del Parque. ¡Únete para disfrutar de una experiencia llena de ocio, adrenalina y diversión!

En lo grande
y en lo pequeño



CONECTAMOS
valenciaport

La gastronomía hotelera conquista la ciudad: Estimar lleva su sabor a las calles



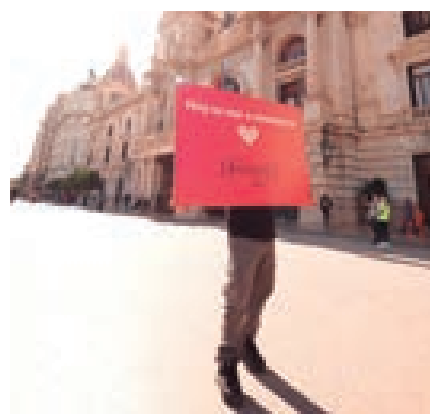
La alta cocina traspasa las puertas del hotel para encontrarse con la ciudad. The Banker's Bar, el espacio gastronómico del hotel Estimar Valencia, ha sorprendido a los valencianos con una original acción de street marketing: un reparto de croquetas gourmet que convirtió las calles en un auténtico punto de encuentro para los amantes del buen comer. Esta iniciativa no solo conquistó paladares, sino que también puso de relieve una tendencia en auge: la gastronomía hotelera ya no es exclusiva para los huéspedes, sino que se abre a la ciudad, invitando a locales y visitantes a disfrutar de una experiencia culinaria única. Con esta acción, Estimar Valencia reivindica que los hoteles son mucho más que un lugar en el que alojarse: son espacios

vivos, abiertos y accesibles, donde la cultura y la gastronomía se fusionan para enriquecer el tejido social y cultural de la ciudad.

En palabras de Nora García, directora de Estimar Valencia: "Queremos derribar el mito de que los restaurantes de hotel son solo para turistas. Nuestra cocina está hecha para la ciudad, y qué mejor manera de demostrarlo que saliendo a su encuentro. Esta es solo una muestra de lo que Estimar tiene preparado para Valencia." Esta acción forma parte de un plan más amplio de apertura hacia la ciudad, con propuestas que van desde menús especiales para el público local hasta eventos gastronómicos, exposiciones culturales, afterworks y catas temáticas.

Con iniciativas como esta, Valencia si-

gue consolidándose como un referente gastronómico, donde la oferta hotelera se convierte en un punto de encuentro entre visitantes y locales. Estimar Valencia se suma a esta tendencia con un compromiso claro: abrir sus puertas a la ciudad y formar parte activa de su vida cultural y social.



www.zafirotravels.es
resp.expansion@zafirotravels.es
646 98 37 66 – 965 26 81 60

ZAFIRO
TOURS

DEDICADOS A IMPULSAR AGENCIAS DE VIAJES

- ☒ Agencia corporativa
- ☒ O adhesión con tu propia marca
- ☒ Rappel desde tu primera venta
- ☒ Contratación y libertad operativa
- ☒ Consolidador aéreo propio
- ☒ Financiera de paquetes
- ☒ Financiera propia de vuelos
- ☒ Web de venta online B2C gratuita
- ☒ Soporte en todas las áreas

ZAFIRO
TOURS

Especializados en hacer
volar agencias de viajes
desde hace más de 35 años



**El partner
perfecto para tu
agencia de viajes**

**PROMOCIÓN
ESPECIAL
FITUR**

**SOLICÍTANOS
INFORMACIÓN**

www.zafirotravels.es
resp.expansion@zafirotravels.es
965 26 81 60

La Generalitat apuesta por la promoción turística en Oriente Medio y trabaja en un vuelo directo a Dubái

Marián Cano ha mantenido reuniones con Emirates y Flydubai, en el marco de la misión comercial que encabeza esta semana en Dubái, con el objetivo de conseguir un enlace directo a medio o largo plazo

La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Marián Cano, ha anunciado este viernes que la Generalitat apuesta por seguir impulsando una estrategia de promoción turística de la Comunitat Valenciana enfocada a atraer turistas de Oriente Medio y del sudeste asiático.

La consellera, que durante esta semana encabeza una misión comercial en Dubái con motivo de la feria agroalimentaria Gulfood 2025, ha mantenido reuniones con Emirates y Flydubai, las compañías aéreas del país que han experimentado un crecimiento significativo en los últimos años.

Durante los encuentros, Marián Cano ha trasladado a los representantes de las aerolíneas el interés de la Comunitat Valenciana por tener un enlace directo con el aeropuerto de Dubái.

La titular de Turismo ha podido constatar que en ambos casos “se han mostrado interesados, sobre todo en el medio y largo plazo” de poder conectar la Comunitat Valenciana a través del Aeropuerto de València con un vuelo directo con Dubái, “que sirva como puerta de entrada a toda la zona de Asia y Australia”.

Además, ha explicado que en la actualidad Flydubai no opera vuelos directos a España, sin embargo, gracias a su asociación con Emirates, compañía con la que la Generalitat inició contactos el año pasado, los pasajeros pueden acceder a una amplia gama de destinos en todo el mundo, incluyendo varias ciudades españolas, mediante conexiones a través de Dubái. Emirates cuenta con vuelos diarios con los aeropuertos de Barcelona y de Madrid, aunque la consellera ha recalcado que “les interesa, sobre todo, vuelos no estacionales, sino vuelos durante todo el año”. Marián Cano ha remarcado la importan-



cia de conectar la Comunitat Valenciana con Dubái, ya que se trata del primer aeropuerto internacional del mundo. Según los últimos datos de 2024, el Aeropuerto Internacional de Dubái se ha afianzado como el primer aeropuerto del mundo con 92 millones de pasajeros y, además, está actualmente conectado a 272 destinos a través de 106 aerolíneas.

Por ello, ha remarcado que desde la Generalitat “vamos a continuar con la estrategia iniciada en 2024 de promoción turística” para atraer a turistas de Oriente Medio y del sudeste asiático a medio plazo. Así, ha revelado que el objetivo es “construir producto para poder ser un destino de referencia del portfolio de viajes de estos países en un plazo de, al menos, 4 o 5 años”.

En este contexto, ha explicado que esta promoción estará “centrada en la imagen de los destinos culturales, de destinos gastronómicos y los relacionados con el turismo de salud”. Además, ha señalado que en Dubái “se trabaja de manera muy importante el segmento del lujo y es donde vamos a intentar posicionarnos, sobre todo con un objetivo a medio plazo”. En esta línea, ha incidido en que se trata de un perfil de turista que interesa a la Comunitat Va-

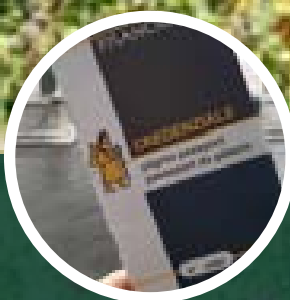
lenciana, “Emiratos Árabes Unidos ocupa los primeros puestos en cuanto a gasto por visitante y gasto medio, con 2.668 euros por turista, y con una tendencia creciente”. Además, ha recordado que “en la zona del Mediterráneo, España es el tercer país más atractivo para los turistas del Golfo Pérsico”.

En esta línea, la consellera ha recordado que “vamos a continuar promocionando nuestro destino a través de las principales ferias turísticas y de conectividad aérea” y, en este sentido, ha señalado que el próximo mes de abril “participaremos en Sevilla con stand propio en Routes Europe, la feria internacional de conectividad aérea, para mostrar la oferta turística de la Comunitat Valenciana con el objetivo de entablar contactos de cara a la apertura de nuevas rutas y captación de vuelos hacia nuestro destino”, ha explicado la consellera.

Por último, ha avanzado que este año Turismo colaborará con Turespaña en un viaje de prensa coordinado por la oficina de Abu Dabi, sobre el producto cultural ‘Valencia Andalusí’, en el que “estamos trabajando para concretar programa y fechas”, ha apuntado Cano.



via
Francigena



¡Todos los Caminos llevan a Roma!

¡Prepara tu viaje por la Vía Francígena con Tee Travel y conoce Italia de una forma única y en Año Santo!

- Planificación de la ruta
- Asistencia en viaje
- Los mejores hoteles
- Paisajes de ensueño

tt teetravel

Consultia Business Travel nombra a Ignacio González como nuevo director general de la compañía

Consultia Business Travel, compañía española especializada en la gestión integral de viajes de negocios, acaba de anunciar el nombramiento de Ignacio González como nuevo director general de la compañía. Ignacio González cuenta con más de 25 años de experiencia en la industria turística, después de ocupar diferentes roles de dirección en destacadas empresas del sector. Anteriormente González ha sido director general en Globalia Corporate Travel, director comercial en BCD Travel, director de marketing en Viajes Barceló, director comercial de Viajes Crisol (Grupo Marsans) y director comercial de Ilunion Viajes, entre otros.

El nuevo director general de Consultia Business Travel es Máster en Administración y Dirección de Empresas, en Dirección Comercial y Marketing, Miembro del Consejo Asesor y Fundador del Tourism Innovation

Summit, y reportará directamente a Juan Manuel Baixauli, fundador y CEO de Consultia Business Travel.

Según ha señalado González, “estoy enormemente satisfecho de liderar Consultia Business Travel y poder contribuir a su crecimiento y consolidación en el sector. Trabajaré estrechamente con todo el equipo para seguir aportando valor añadido a las empresas con soluciones eficientes e innovadoras en el business travel y en el sector MICE”, comentó.

Por su parte, Juan Manuel Baixauli ha expresado su satisfacción por la incorporación de Ignacio González y ha señalado que “su experiencia y liderazgo serán clave para fortalecer nuestra presencia y notoriedad en el mercado. Sin duda, con su visión y conocimientos, avanzaremos en nuestra expansión y consolidación como referencia en el sector”.



Con esta incorporación, Consultia Business Travel reafirma su compromiso con la innovación y la excelencia en la gestión de viajes corporativos, apostando por una visión estratégica que seguirá evolucionando para ofrecer el mejor servicio a sus clientes y socios.

Ávoris y CVC Corp consolidan su alianza estratégica

Ávoris Corporación Empresarial, grupo de viajes y turismo líder de la península ibérica, y CVC Corp, principal consorcio turístico de América Latina, han revalidado el acuerdo estratégico que mantienen desde principios de 2024 con el objetivo de fortalecer sus lazos comerciales y expandir la presencia de ambos grupos en los mercados internacionales. La alianza, que comenzó su andadura en FITUR 2024, permite a ambas compañías alcanzar una escala global superior y mejorar las condiciones de negociación con proveedores clave.

Durante la Convención de Ventas CVC 2025, celebrada en Brasil, Juan Carlos González, director general de Ávoris Corporación Empresarial, y Fabio Godinho, CEO de CVC Corp, reafirmaron el compromiso de ambas compañías con esta colaboración, destacando los beneficios que aporta tanto a clientes como a agencias de viajes:

- Aumento de la productividad, rentabilidad y competitividad.

- Colaboración en la gestión de receptivos en el Caribe y EE. UU.
 - Desarrollo de un nuevo portafolio de productos y paquetes exclusivos.
 - Expansión comercial conjunta en mercados estratégicos.
 - Más de 100 nuevos contratos directos en destinos internacionales clave.
 - Mayor efectividad y agilidad en la distribución de producto a través de Welcomebeds.
 - Mayor presencia en el mercado global.
 - Mejora de la negociación y contratación en España, Brasil y resto del mundo.
 - Refuerzo de la seguridad y asistencia a los clientes de ambos grupos.
 - Sinergia tecnológica que optimiza la gestión, eficiencia operativa y distribución de producto.
- Entre otros, esta alianza ha puesto ya en marcha la distribución conjunta de CVC con Special Tours, turoperador de Ávoris, de producto exclusivo de circuitos, la de producto hotelero con el banco de camas Welcomebeds y la de servicios receptivos en el Caribe con Welcome Incoming Services, teniendo como novedad un



acuerdo de desarrollo conjunto para Costa Rica.

En palabras de Juan Carlos González: «La firma de este acuerdo el año pasado representó todo un hito en nuestra estrategia de crecimiento. Los resultados del mismo están demostrando el enorme valor que tiene para ambas compañías. Junto a CVC Corp, sumamos una capacidad de venta superior a los 8000 millones de euros anuales, lo que nos permite negociar en mejores condiciones, ampliar nuestro alcance y seguir innovando en el sector de los viajes».

¡EL MEJOR EGIPTO A UN PASO!

¡CON **ABU SIMBEL** EN AVIÓN!

Este **2025** puedes disfrutar del Egipto más especial
con **vuelos directos desde tu ciudad**

BARCELONA	GRANADA	OVIEDO	MÁLAGA	SANTIAGO DE COMPOSTELA	BILBAO	VALENCIA	VALLADOLID
3/08 - 10/08 17/08 - 24/08 - 21/12	31/08	07/09	14/09	21/09	28/09	05/10 - 14/12	12/10
SANTANDER	ZARAGOZA	ALICANTE	BADAJOS	PAMPLONA	SEVILLA	MADRID	
26/10	02/11	09/11	16/11 - 23/11	30/11	19/10 - 7/12	28/12	



¡EXPLORA TU DESTINO CON CUPOS GARANTIZADOS!

Vietnam
Desde **1999€**
8D/7N

TÚNEZ
Desde **654€**
5D/4N

COLOMBIA
Desde **1885€**
10D/8N

EGIPTO
Desde **599€**
8D/7N

Turquía
Desde **1145€**
8D/7N

JAPÓN
Desde **3510€**
12D/11N

Tailandia
Desde **1490€**
13D/12N

España brilla en la feria ITB de Berlín como destino preferente para el turismo alemán, que en 2024 creció un 8,6%

Alemania es el tercer mercado emisor de turistas y el segundo en gasto. En 2024 visitaron nuestro país 11,9 millones de turistas germanos, un 8,6% más que en 2023; estos turistas gastaron un 17,5% más, hasta los 15.527 millones de euros

El ministro de Industria y Turismo, Jordi Hereu, ha celebrado en la feria ITB 2025 de Berlín los datos de llegada y gasto de turistas internacionales del mes de enero, publicados hoy por el Instituto Nacional de Estadística (INE) y ha valorado la importancia del turismo alemán para España, un mercado maduro y fiel que sigue creciendo año tras año.

En el primer mes del año, los turistas internacionales gastaron 7.132 millones de euros en nuestro país, un 8,9% más que en enero de 2024. También se ha superado la cifra de visitantes internacionales, que superan ya los 5 millones en enero, un 6,1% más.

En un encuentro con medios durante su recorrido por la feria de la capital alemana, Hereu ha resaltado la fortaleza turística de España y su posición destacada en Europa como uno de los destinos de referencia en sostenibilidad y digitalización del turismo. El titular de Turismo ha pedido ir más allá del optimismo cuantitativo que reflejan las cifras y seguir impulsando la calidad a través de políticas públicas e inversiones que ayuden al sector en su proceso de transformación y modernización.

Alemania, segundo mercado en gasto

El titular de Turismo ha valorado también la importancia histórica del mercado turístico alemán para España, un mercado maduro (tanto por capacidad de gasto como por número de visitantes), con un alto grado de fidelidad a nuestros destinos y una notable capacidad de desembolso.

Alemania es el tercer mercado emisor de turistas hacia nuestro país, por detrás tan sólo de Reino Unido y Francia, y el segundo mercado en gasto. En 2024, nos visitaron 11,9 millones de turistas alemanes, un 8,3% más que en 2023, que gastaron un 17,5% más, hasta los 15.527 millones de euros.

En el primer mes de este 2025 llegaron 537.842 visitantes germanos, cuyo gasto fue un 6% su-



perior al de enero pasado, alcanzando los 792 millones de gasto. Cifras que demuestran, en palabras del ministro, que los mercados tradicionales, en concreto el alemán, siguen confiando en nuestro país como destino preferido para sus vacaciones.

Andalucía, la CCAA donde más crecen los turistas alemanes

Por comunidades, Canarias ha sido la que más turistas germanos ha recibido en enero, con 228.323, seguida de Baleares (72.260) y Andalucía (65.241), que es la comunidad donde más crecen los turistas de este mercado, un aumento de un 7,2% respecto a enero de 2024, incremento notable sobre todo para un mes considerado de temporada baja.

Como dato significativo para evaluar positivamente las políticas de desestacionalización, el número de turistas alemanes se ha incrementado de forma significativa en el apartado que la estadística de Frontur del INE denomina 'resto de comunidades' (todas salvo las seis principales para el turismo). De esta forma, las comunidades de interior y las comunidades

tradicionalmente menos turísticas han visto aumentar un 22,9% el número de turistas germanos recibidos en enero respecto al mismo mes de 2024.

Escapate para España

Como cada año, España cuenta con una presencia destacada en Berlín, con aproximadamente 300 expositores, entre cadenas hoteleras, agencias y otras empresas relacionadas con el sector del turismo. Turespaña, como organismo público adscrito al ministerio y responsable de la promoción de España como destino turístico, está presente en ITB con un pabellón de 800 metros cuadrados, de los cuales casi la mitad están destinados a espacios singulares de comunidades autónomas. Durante su recorrido por la feria, el ministro ha visitado, además del pabellón de Turespaña, los stands de todas las comunidades autónomas, de Paradores, Costa del Sol y de Ciudades Patrimonio. La feria de turismo de Berlín, que se celebra del 4 al 6 de marzo, rozó en 2024 los 100.000 visitantes, cuenta este año con 190 países representados, 5.600 expositores y Albania como país anfitrión.

Destinux se convierte en el primer SaaS del sector Business Travel en obtener la certificación ISO 27001

La certificación ISO 27001 avala el compromiso de la empresa con los más altos estándares de seguridad de la información para proteger la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información de sus clientes



En un entorno empresarial donde la protección de datos sensibles es cada vez más crítica, las empresas se enfrentan a la necesidad de

cumplir con normativas europeas que exigen el manejo seguro de la información de empleados y clientes. Con la creciente digitalización, la protección de datos no es solo un requisito legal, sino también un factor clave para la confianza y seguridad en el uso de servicios tecnológicos.

Por esta razón, Consultia Business Travel, compañía española especializada en la gestión integral y asesoramiento de viajes de negocios, ha conseguido que Destinux, su solución SaaS, haya sido el primer software del sector del Business Travel en

obtener la certificación ISO 27001. Este reconocimiento internacional avala el compromiso de la empresa con los más altos estándares de seguridad de la información.

Si bien Destinux ya cumplía con las normativas de protección de datos, la obtención de la certificación ISO 27001 representa un paso más allá, garantizando que toda la información gestionada a través de su plataforma está protegida bajo un sistema de gestión de seguridad de la información (SGSI) riguroso y continuamente mejorado.

“La obtención de la ISO 27001 es un claro reflejo de nuestra dedicación a ofrecer no solo soluciones eficientes para nuestros clientes, sino también seguras. Sabemos

que la confianza en el manejo de los datos sensibles es fundamental, y con este certificado demostramos nuestro compromiso con la seguridad y el cumplimiento de los más estrictos estándares internacionales”, comenta Juan Manuel Baixauli, CEO de Consultia Business Travel.

La ISO 27001 asegura que los riesgos relacionados con la protección de los datos son gestionados de manera proactiva, minimizando amenazas y asegurando la confidencialidad, integridad y disponibilidad de la información. “Si bien sabemos que toda protección contra los ciberataques es insuficiente y que siempre hay un nivel de exposición, nosotros adoptamos los procesos más rigurosos para el tratamiento de datos confidenciales.” concluye Baixauli.

El aeropuerto de Castellón presenta su catálogo de rutas para la campaña de verano a las agencias de viajes de la provincia

Se han programado 14 conexiones regulares, que suponen el mayor número de vuelos en la trayectoria de la infraestructura. El director general de Aerocas, Justo Vellón, destaca que las agencias de viajes constituyen un “aliado estratégico” para el aeropuerto



El aeropuerto de Castellón prosigue su labor promocional con la presentación a las agencias de viajes de su catálogo de rutas regulares para la temporada de verano.

El director general de Aerocas, Justo Vellón, ha mantenido un encuentro en Castellón con una treintena de representantes de agencias de viajes de la provincia, ante los que ha expuesto la oferta de vuelos para la campaña estival, en la que el aeropuerto ha programado el mayor número de rutas de su trayectoria, con un total de 14. Justo Vellón ha destacado que las agencias

de viajes constituyen un “aliado estratégico” para el aeropuerto, “como prescriptores turísticos que son”, por lo que “es importante que conozcan de primera mano las conexiones y servicios que ofrece la infraestructura”. En este sentido, ha subrayado la estrecha relación que mantiene el aeropuerto con la Asociación Valenciana de Agencias de Viajes (Aevav).

El director general de Aerocas ha detallado las novedades que presenta el aeropuerto para la temporada de verano, que arranca a finales de marzo. El próximo 30 de marzo se estrena la nueva ruta de Budapest y, el 31, la de Cracovia. El 11 de abril se inau-

gura la de Cluj y, el 18 de julio, la de Palma de Mallorca.

Además, el aeropuerto mantiene las líneas estivales de Berlín, Milán, Oporto, Asturias y Bilbao y las anuales de Londres, Bruselas, Düsseldorf Weeze, Bucarest y Madrid. Sobre esta última, Justo Vellón ha recalcado las posibilidades de conexión que ofrece, ya que permite enlazar con un centenar de destinos nacionales e internacionales.

La conjunción de las 14 rutas regulares va a suponer que el aeropuerto opere en 2025 el mayor número de vuelos de su trayectoria. La previsión para este año es superar los 300.000 pasajeros.

Ibáñez: “El único puerto español al servicio de la cerámica es el Puerto de Castellón”

El presidente de la Autoridad Portuaria reivindica el papel del sector azulejero como punto clave para la exportación del producto acabado



El presidente de la Autoridad Portuaria, Rubén Ibáñez, ha reivindicado hoy la importancia del puerto de Castellón para el sector azulejero. “En España hay muchos puertos, pero el único puerto al servicio de la cerámica es el puerto de Castellón”, ha asegurado. El máximo representante de PortCastelló ha manifestado que “somos el puerto natural de la cerámica y un pilar fundamental para el sector porque la materia prima que necesita esta industria viene por nuestro puerto, no viene por ningún otro, por eso somos indispensables para la cerámica”.

Ibáñez ha defendido así “la importancia de la cerámica para el puerto de Castellón y la importancia del puerto de Castellón para la cerámica”, afirmando que “somos el mejor puerto al servicio del sector cerámico porque tenemos las industrias al lado del puerto, porque somos dinámicos, somos ágiles y porque hemos sido siempre el puerto que ha ayudado al sector cerámico también en los momentos de dificultad”.

El responsable de la Autoridad Portuaria ha hecho estas declaraciones durante el encuentro mantenido hoy con la Comunidad Portuaria en Cevisma 2025, feria de referencia del sector azulejero, donde ha hecho hincapié en el peso del sector cerámico para el puerto de Castellón.

Ibáñez ha llamado a reforzar el papel del sector azulejero, no solo como puerta de entrada de ma-

terias primas esenciales, sino también como punto clave para la exportación del producto acabado. “Somos un puerto que vive, piensa, cree y sirve al sector cerámico”. “El binomio cerámica - puerto es un binomio que debe entenderse, deben apoyarse y deben crecer juntos”, ha asegurado.

Esta apuesta y compromiso del puerto de Castellón como aliado estratégico de la cerámica se refleja en las bonificaciones. El 67,62% de las mismas están dedicadas a este sector.

Crecimiento imparable en el tráfico cerámico

En su presentación, el máximo responsable de PortCastelló, que se ha referido a la evolución de los tráficos del último año, ha destacado la tendencia al alza del tráfico de mercancías vinculadas a la cerámica en 2024 que reflejan la fortaleza y el dinamismo de la industria de un sector clave para la provincia y para nuestro puerto.

Ibáñez ha explicado que el 72% de los TEUs llenos que salen del puerto de Castellón son de azulejos, y el 9,6% de fritas y esmaltes, datos que evidencian el peso que representa el sector cerámico para PortCastelló.

El presidente de la Autoridad Portuaria ha subrayado que “crecen también las exportaciones de azulejos y baldosas por el puerto de Castellón: el 16% de las exportaciones marítimas de azulejos se produjeron por el puerto de Castellón en 2024,

frente al 14,3% del año anterior”.

Otro hecho que muestra la importancia del sector cerámico para la provincia de Castellón, y por ende para el puerto de Castellón, se constata en los últimos datos aportados por ASCER: el conjunto de las 122 empresas del clúster, exportaron en 2024 a 186 países por valor de 3.478 millones de euros.

Aliado estratégico del sector cerámico

El peso del sector cerámico en el tráfico total del puerto de Castellón es indiscutible: en 2024, el 32,23% del tráfico portuario corresponde a mercancías vinculadas con la industria cerámica. Tanto es así que, en el último año, el tráfico total de mercancías cerámicas en el puerto de Castellón ha experimentado un crecimiento del 28,57%, pasando de 4,37 millones de toneladas en 2023 a 5,62 millones en 2024, lo que supone un aumento de más de 1,2 millones de toneladas.

Los materiales más relevantes en esta tendencia han sido: feldespato, con un crecimiento del 18,26% y casi 3 millones de toneladas transportadas en 2024, arcillas agrupadas, con un aumento de 53,99%, superando 1,1 millones de toneladas, caolín, con una subida del 80,72% hasta alcanzar las 696.455 toneladas, así como azulejos y baldosas, con un crecimiento del 12,68% que refleja la consolidación del puerto como eje de exportación del producto final.

Soltour amplía su conexión con Turquía con vuelos directos desde Barcelona para el puente de San Juan

El turoperador ofrece dos opciones de viaje a Estambul con un vuelo directo desde la Ciudad Condal el 20 de junio para disfrutar del puente de San Juan



Con motivo del puente de San Juan, Soltour refuerza su conectividad con Turquía y lanza una operativa especial con un vuelo directo desde Barcelona a Estambul el próximo 20 de junio. Esta propuesta permite a los viajeros descubrir la ciudad a través de dos opciones diseñadas para diferentes estilos de viaje: un circuito organizado que recorre los lugares más emblemáticos de la ciudad y un viaje para quienes prefieren explorar a su ritmo.

Experiencias de Estambul: un circuito completo para descubrir la ciudad

La primera propuesta, Experiencias de Estambul, consiste en un circuito de 4 noches que incluye vuelo, traslados, alojamiento y excursiones por un precio desde 861€. Diseñado para quienes desean conocer a fondo la historia y la cultura de Estambul, este itinerario permite recorrer los barrios históricos de Fener y Balat, el icónico Cuerno de Oro, la iglesia de Hierro de San Esteban y la impresionante Mezquita de Solimán. Además, los viajeros podrán visitar las antiguas murallas de Constan-

tinopla, el Monasterio de la Virgen de la Fuente y el famoso Bazar de las Especias. El programa también deja tiempo libre para disfrutar de la ciudad a su propio ritmo o participar en excursiones opcionales, como un crucero por el Bósforo.

Viaje libre a Estambul: la opción perfecta para explorar a tu ritmo

Para aquellos que prefieren mayor flexibilidad, Soltour ofrece también una opción de viaje libre a Estambul. Esta alternativa incluye vuelo directo, traslados y 4 noches de alojamiento, desde 785 € por persona. “El puente de San Juan es la oportunidad perfecta para descubrir Turquía en una época única del año. Desde paisajes impresionantes hasta una cultura vibrante, los viajeros podrán disfrutar de todo lo que ofrece este destino en cualquier momento con los nuevos circuitos disponibles”, destaca Ricardo Cobo, director regional de Soltour. “Ampliamos nuestras opciones para que los viajeros puedan vivir la experiencia turca cuando más les convenga”. Considerada la ciudad más visitada del mundo según Euromonitor International, Estambul combi-

na historia, cultura y modernidad de manera única. Con una ubicación privilegiada entre Europa y Asia, sus bazares, mezquitas y palacios otomanos cautivan a los visitantes, convirtiéndola en un destino ideal para una escapada especial durante el puente de San Juan.

El auge de Turquía como destino también se refleja en el incremento de reservas. Hasta la fecha, Soltour ha registrado un volumen de reservas para 2025 que ya alcanza el 65% del total de 2024, evidenciando una creciente demanda por descubrir este fascinante país.

Además, durante el resto del año, el turoperador ha reforzado su conectividad con Turquía a través de varias rutas semanales desde Barcelona, permitiendo una mayor flexibilidad y opciones para los viajeros.

Con esta operativa especial desde Barcelona, Soltour reafirma su compromiso de ofrecer experiencias únicas y accesibles a los viajeros que buscan descubrir nuevos destinos con la comodidad y garantía de un turoperador de referencia.

Beroni y Quadrant Travel Cloud sellan un acuerdo para la integración de sus tecnologías de reservas

Gracias a esta alianza, las agencias usuarias de la compañía impulsada por Pangea podrán autofacturar a través de Front Office, y con ello optimizar sus tiempos y automatizar al máximo sus procesos operativos



Beroni, empresa especializada en tecnologías para las agencias de viajes, y Quadrant Travel Technology, compañía desarrollada por Pangea, anuncian hoy la firma de un acuerdo de colaboración para la integración de las reservas de la plataforma Quadrant Travel Cloud en el software de gestión creado por la firma leridana, con más de 2.700 licencias en el mercado nacional. Gracias a esta alianza, las agencias usuarias de la marca impulsada por Pangea con financiación de los Fondos Europeos Next Gen podrán autofacturar a través de Front Office, nombre técnico del sistema de gestión de Beroni, y con ello automatizar al máximo sus procesos operativos y optimizar los tiempos que requiere al facturar. En la actualidad, más de 80% de los servicios turísticos de las reservas que ofrece se cargan de forma automática. Otra de las ventajas que contiene el software de Beroni es que la práctica totalidad de sus expe-

dientes se encuentran en la nube. El acuerdo se ha producido tras completarse con éxito los procesos de capturas de reservas y pruebas de integración de los sistemas, así como los testeos de producción llevados a cabo, tanto en el ámbito vacacional como en el 'business travel'. Quadrant Travel Cloud es el primer marketplace independiente diseñado para digitalizar al 100% las operaciones de cualquier agencia de viajes. Ofrece una plataforma que combina tecnología de vanguardia con herramientas diseñadas específicamente para optimizar la gestión, aumentar la eficiencia y mejorar la rentabilidad de las agencias. Uno de sus valores diferenciales es su capacidad para centralizar todo el ecosistema de una agencia: desde reservas y pagos hasta análisis de datos y estrategias de marketing. Josep Bellés, CEO de Beroni: "La política de nuestra firma es integrar Front Office con el máximo número de plataformas de reservas o proveedores turísticos, para que el

agente de viajes que usa Beroni pueda automatizar sus procesos operativos y optimizar los tiempos que requiere al facturar. Este acuerdo es un paso más para lograr la meta que siempre nos marcamos en Beroni: ayudar a los profesionales de las agencias para que puedan emplear su tiempo en lo que en verdad son especialistas: prestar a sus clientes el mejor servicio y atención". Juan Font Valle, Chief Commercial Officer de Quadrant Travel Technology: "Este acuerdo está en línea con el enfoque modular que pretendemos para nuestra plataforma, que permite a cada agencia personalizar las herramientas según sus necesidades. Desde proveedores de CRM pasando por herramientas de itinerarios digitales enriquecidos, hasta el volcado de la información administrativa en los sistemas de gestión, lugar donde encontramos una sinergia muy interesante con Beroni, que facilitará la vida a nuestros clientes interesados en la digitalización de sus procesos".

UNAV e Iberia acaban de firmar recientemente un nuevo convenio de colaboración institucional entre ambas firmas

Iberia forma parte del cuadro de empresas adheridas a UNAV desde julio de 2008, es decir, desde hace 17 años.

Asimismo es miembro adherido a esta asociación Iberia Cards, la entidad emisora de las tarjetas crédito vinculadas al programa de fidelización Iberia Plus de Iberia, que ofrece una completa gama de tarjetas de crédito con la que atiende a las necesidades de todos los segmentos de clientes: particulares, familias, pequeñas y medianas empresas, grandes corporaciones e instituciones privadas.



Renfe lanza una campaña con precios especiales para viajar entre Madrid y València en AVE y Avlo a la “Nit del Foc”

Los clientes de Renfe ya pueden adquirir, hasta el 10 de marzo, los billetes para viajar entre las ciudades de Madrid y València en trenes AVE y Avlo para asistir al espectáculo de la “Nit del Foc” que se celebra entre la noche del martes 18 y la madrugada del miércoles 19 de marzo.

Los billetes que se podrán adquirir con esta promoción son para viajar en los siguientes trenes:

Salidas de Madrid el martes 18 de marzo por la tarde: en los trenes AVE con salidas a las 15:30; 16:30 ; 17:30; 18:30; 19:40 y 20:30h y en los Avlo con salidas a las 14:30 y 21:00 h.

Salidas de València el miércoles 19 de marzo: trenes AVE con salidas a las 06:57; 07:42 y 08:42h y en los Avlo de las 6:32 y 9:32h.



Los precios para AVE son de 14 euros por trayecto para la tarifa básica y de 15 euros por trayecto para tarifa “Elige”. En Avlo se ofrecen plazas de tarifa básica al precio de 9 euros. Esta promoción es compatible con el descuento establecido para familias

numerosas. Los billetes podrán adquirirse en www.renfe.com, agencias de viaje presenciales y virtuales, taquillas de las estaciones y llamando al 912 320 320, con los códigos N1035 y N2035 para compras de billetes AVE y LC003 para billetes Avlo.

La Federación Andaluza de Agencias de Viajes abre inscripciones para su Convención Anual en Marruecos en el mes de abril



La Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV) en colaboración con la oficina Nacional de Turismo de Marruecos ha anunciado la apertura de inscripciones para su Convención Anual, que se celebrará del 3 al 6 de abril de 2025 en tres emblemáticos destinos de Marruecos: Tánger, Tetuán y Tamuda Bay. Este evento, uno de los más importantes para el sector, reunirá a todos los asociados de la FAAV en un entorno diseñado para fomentar el intercambio de ideas, fortalecer alianzas estratégicas y desarrollar iniciativas que potencien la competitividad del turismo andaluz.

La Convención de este año, que cuenta con el respaldo de instituciones marroquíes y

del sector turístico andaluz, será un espacio clave para explorar nuevas tendencias, establecer conexiones comerciales y descubrir las oportunidades que estos destinos ofrecen al mercado andaluz. Además de las actividades plenarias, los asistentes podrán disfrutar de visitas guiadas, experiencias inmersivas y eventos culturales que pondrán en valor la riqueza histórica y natural de la zona norte de Marruecos.

Luis Arroyo, presidente de la FAAV, ha destacado que “Marruecos se consolida como un socio estratégico para nuestra Federación. Con esta Convención, buscamos no solo fortalecer los lazos existentes, sino también ofrecer a nuestros asociados una experiencia única que inspire nuevas

oportunidades para el sector turístico andaluz”.

La elección de Tánger, Tetuán & la nueva zona turística de Tamuda Bay como sede responde al creciente interés por destinos cercanos, auténticos y diversos, capaces de atraer a viajeros en busca de calidad y experiencias exclusivas. Estos enclaves destacan por su patrimonio cultural, su hospitalidad y su apuesta por un turismo sostenible, características que los convierten en puntos de referencia para las agencias de viajes.

Las inscripciones se pueden formalizar a través de las asociaciones provinciales de agencias de viajes de Andalucía.

De viaje con Catai y Turkish Airlines, “Japón el imperio del Sol Naciente”

Del 2-11 de Febrero ha tenido lugar un fam de Catai, y como invitados, asesores de viajes de Levante



Capitanado por @María José Martínez por parte de @CATAI, y en colaboración con Turkish Airlines, de la mano de @Marina Fresneda, ha sido un fam muy especial. El viaje ha sido absolutamente fascinante,

recorriendo no solo los puntos más habituales como Tokio, Kioto y Osaka, en este caso, también han tenido el honor de poder conocer los Alpes japoneses. La nieve ha sido la eterna compañera de viaje y en cuanto salieron de Tokio, hizo su aparición aportando belleza, si cabe a enclaves tan ex-

traordinarios como Kanazawa y Takayama. No solo han visitado los monumentos más interesantes, la gastronomía ha sido uno de los puntos fuertes del viaje, degustando platos tradicionales en restaurantes magníficos, que han hecho las delicias de los viajeros.

Europamundo presenta su nuevo folleto 2025/27

Europamundo Vacaciones lanza su nuevo folleto 2025/27, un catálogo que reúne más de 140 páginas de itinerarios diseñados para ofrecer a los viajeros experiencias auténticas y flexibles, con la calidad que caracteriza al tour-operador.

Una propuesta para descubrir lo auténtico

El folleto refleja la filosofía de “Somos Regionales”, destacando destinos menos explorados y experiencias que conectan a los viajeros con la esencia cultural, natural y gastronómica de cada lugar.

Entre sus ventajas principales se encuentran:

- Flexibilidad: Salidas garantizadas a partir de dos pasajeros.
- Conectividad tecnológica: Inclusión de códigos QR para acceder a más de 2,000 itinerarios globales.
- Diseño de rutas propias: Itinerarios

exclusivos en Europa, Asia, América y otros destinos, operados íntegramente por Europamundo.

“Este folleto no solo ofrece destinos, sino oportunidades para vivir cada lugar de manera auténtica, sumergiéndonos en sus tradiciones y costumbres”, afirmó Alejandro de la Osa, CEO de Europamundo.

Tecnología e innovación al servicio del viajero

La integración de herramientas digitales, como códigos QR y la APP Mi Viaje, facilita a los usuarios acceder a información detallada, gestionar reservas y complementar su experiencia antes, durante y después del viaje.



Con esta nueva edición, Europamundo refuerza su compromiso con un turismo sostenible y accesible que prioriza la calidad y la autenticidad en cada experiencia.

Europamundo apuesta por la Inteligencia Artificial para transformar la experiencia del viajero y optimizar sus procesos internos

Europamundo Vacaciones, uno de los principales operadores turísticos especializados en circuitos por el mundo, ha dado un paso clave en la integración de Inteligencia Artificial (IA) en su estrategia empresarial. Desde la creación del Departamento de Social Digital en junio de 2024, la compañía ha desarrollado diversas iniciativas innovadoras que mejoran la eficiencia interna y la experiencia de sus clientes.

La incorporación de IA en Europamundo comenzó a finales de 2022 como una iniciativa de Elsa Mallol, actual Responsable del Departamento de IA y Redes Sociales. Su interés inicial por la aplicación de IA en el ámbito visual y audiovisual evolucionó rápidamente hacia proyectos estratégicos que demostraron su potencial para la optimización de procesos. “La IA nos permite automatizar tareas, mejorar la interacción con los clientes y generar

contenido de alto valor, lo que se traduce en una mejor experiencia tanto para nuestros empleados como para los viajeros”, explica Mallol.

Proyectos innovadores con IA

Actualmente, Europamundo está implementando IA en diferentes áreas clave de su operativa:

- Europamundo Audio App: Guiones y voces generados por IA para enriquecer la experiencia del viajero con audioguías interactivas en sus circuitos.
- Automatización en Atención al Cliente y Calidad: IA para optimizar la gestión de consultas y agilizar respuestas.
- Soporte a los guías de viaje: Herramientas con información en tiempo



real para facilitar su trabajo.

- Optimización de Recursos Humanos: Chatbot inteligente para atender consultas internas de los empleados.
- Podcast “Un café con Europamundo”: Un programa 100% creado con IA que ofrece información sobre la compañía y las ventajas de viajar con Europamundo.

ENTREVISTA | TERESA GARCÍA

PRESIDENTA DE LA ASOCIACIÓN DE EJECUTIVAS DE EMPRESAS TURÍSTICAS (ASEET)

“España lidera la integración de la mujer en el mercado laboral”

Por Chiky Trillo



Gaceta del Turismo acudió al I Congreso de ASEET. El papel de la mujer en la Industria Turística que se celebró en la sede del CEOE (Confederación Española de Organizaciones Empresariales) en Madrid y con apoyo de CEAV (Confederación Española de Agencias de Viajes) con una numerosa asistencia entre empresarias del sector y ponencias interesantes.

Teresa García, presidenta de ASEET, se acercó a los micrófonos de Gaceta, que se hizo eco de los datos de la CEOE sobre el liderazgo de las mujeres en España, en cuarta posición de los países europeos.

“Sí, es un dato que nos han dado nuestras compañeras de COE y curiosamente en Europa han dicho que somos el cuarto país en igualdad y que mucho de esa igualdad o de ese empoderamiento de la mujer viene dado por las políticas de igualdad que se han implementado en los últimos años”

¿Cuándo nació ASEET?

“La asociación se creó en los años 80, aunque la hemos vuelto a revitalizar a partir de 2018 y desde entonces estamos trabajando muy intensamente en dar más visibilidad a las mujeres empresarias en el sector turístico, en concreto. Y no solo dentro de España, sino también dentro de una industria que actualmente ocupa un porcen-

taje muy importante del Producto Interior Bruto”.

El desafío de regular la oferta turística sin afectar la economía local

La economía local seguirá activa si se direcciona a los turistas hacia un consumo responsable y ordenado. Actualmente existe un gran número de licencias turísticas y oferta hotelera totalmente fuera de control, hay demasiadas concentradas en zonas y otras que apenas tienen oferta turística. Por ello no pueden aplicar normativas a todos por un igual, eliminándolas sin ningún tipo de factores, esto sería un gran error. Lo correcto sería regular las licencias,



aplicando una normativa de sostenibilidad para que el turismo de Cataluña se ordene de forma gradual y segura, siempre favoreciendo a la economía local y penalizando a todo aquel que no respete las normas de convivencia vecinal que se mostraran en los alojamientos.

Un ejemplo es, un piso turístico en el barrio de la Barceloneta, donde vive gente adulta de toda la vida y que actualmente crea muchos problemas, en estos casos hay que informar de forma MUY específica a los inquilinos como se tienen que comportar al alojarse en ellos y sobre todo ponerles fácil en las instalaciones del piso información clara, para comportarse de forma ordenada y sostenible.

¿Cómo analizas este I Congreso?

“A mí el congreso me está pareciendo muy interesante. Creo que tiene pilares básicos, como es la visibilización de la mujer, que son las socias de ASEET, que es la base de este congreso. Pero también hemos discutido de los sesgos en el proceso de reclutamiento, y del por qué las mujeres no

llegan a determinados puestos de directivos. Estamos hablando de las políticas que hay ahora mismo en igualdad. Pero sobre todo, además, me quedo con un dato que a mí me está congratulando, que esta sala no solo está lleno de mujeres, sino de muchos compañeros hombres del sector que junto a ellos son los que nos tienen que ayudar a que este cambio sea posible”.

¿En qué afecta a las agencias de viajes?

“Bueno, como se ha hablado, muchos de los

compañeros tienen políticas de igualdad y se han mostrado datos que tener mujeres en los comités de dirección de las empresas incrementa el beneficio de esa empresa en las cuentas anuales. Lo que es importante en las agencias es darnos cuenta que al menos un 60% de la masa de trabajo en dichas agencias son mujeres y cómo hacen posible que esa representación femenina acabe también en los comités de dirección y llevando también las riendas y liderando esas empresas”.

**EN EUROPA HAN DICHO QUE SOMOS
EL CUARTO PAÍS EN IGUALDAD Y QUE
MUCHO DE ESA IGUALDAD O DE ESE
EMPODERAMIENTO DE LA MUJER VIENE
DADO POR LAS POLÍTICAS DE IGUALDAD
QUE SE HAN IMPLEMENTADO EN LOS
ÚLTIMOS AÑOS”**

ENTREVISTA | ELISABET DÍAZ

CEO DE TERRAHUT

“Para mitigar el turismo masivo en el impacto del medioambiente la única solución que tenemos es, ordenarlo”

**Cómo las viviendas turísticas pueden aumentar su valor adoptando medidas sostenibles?**

Existen tres factores clave que hacen que las viviendas turísticas aumenten su valor cuando se transforman en sostenibles. Desde Terrahut te explicamos cómo cada mejora puede contribuir a la revalorización de la propiedad.

REFORMA O ADAPTACIÓN que se realiza en cada espacio interior y exterior de la vivienda, ya sea de electricidad, de agua o de reforma.

Cambiar los grifos de todas las estancias o adaptarlos es un ejemplo: al realizar el cambio a grifos con sensor en lavabos (se abren al acercar las manos y se cierran cuando las apartas) **se consigue reducir aproximadamente más del 50% de consumo de agua**, el grifo de cocina se inserta un reductor de caudal de agua y el de la ducha se instala un reductor o un temporizador de tiempo a decidir por el propietario. Con este ejemplo se revaloriza la propiedad por el factor **NUEVO, y sistema para reducir el consumo de agua**, además de reducir, se suma en consecuencia la reducción en importe de más del 50% de la factura mensual.

CREACIÓN, se puede hacer una **creación de nuevos espacios**, es decir, aquellos espacios de la vivienda o sus exteriores que o bien no se utilizan o bien apenas tienen uso correcto dentro de su propio potencial.

Ejemplo: el reciclaje en la vivienda, actualmente existen numerosas viviendas turísticas que no dedican un espacio cómodo, práctico y funcional de reciclaje para los inquilinos.

Crear y renovar espacios de la propiedad la hace más atractiva **para ser alquilada** y para poner a la venta por lo que se revaloriza por su atractivo.

SOSTENIBILIDAD. El objetivo es conseguir reducir el impacto de la huella ecológica. Con ello la vivienda se transforma a sostenible, algo muy importante que el futuro nos obliga día a día a conseguir.

Una vivienda sostenible tiene más valor en

la sociedad actualmente. También se diferencia positivamente ante los gobiernos, las normativas futuras y las plataformas de alquiler. Ya sea para su **alquiler (permitiendo subir el precio por semana)** o bien para su venta, la vivienda se revaloriza en su totalidad.



El impacto del turismo masivo en el medioambiente y cómo mitigarlo

Para mitigar el turismo masivo en el impacto del medioambiente la única solución que tenemos es **ORDENARLO**, guiarlo hacia una educación sostenible y dirigirlo hacia un consumo local y KM0.

Así, el propósito es que los inquilinos puedan reservar actividades ecoturísticas de la comarca, información de tiendas con productos KM0 y restaurantes que elaboran sus platos con productos de la comarca.

De esta forma, se promocionará a los pequeños negocios que aplican y ofrecen ecoturismo y sostenibilidad, potenciando la economía de estas pequeñas empresas y, al mismo tiempo, que el turista pueda vivir de forma cercana la cultura del lugar llevándose bonitos recuerdos de su estancia.

El desafío de regular la oferta turística sin afectar la economía local

La economía local seguirá activa si se direcciona a los turistas hacia un consumo responsable y ordenado.

Actualmente existe un gran número de licencias turísticas y oferta hotelera totalmente fuera de control. Hay demasiadas concentradas en zonas y otras que apenas tienen oferta turística. Por ello no pueden aplicar normativas a todos por un igual, eliminándolas sin ningún tipo de factores. Esto sería un gran error.

Lo correcto sería regular las licencias, aplicando una normativa de sostenibilidad para que el turismo de Cataluña se ordene de forma gradual y segura, siempre favoreciendo a la economía local y penalizando a todo aquel que no respete las normas de convivencia vecinal que se mostrarán en los alojamientos.

Un ejemplo es un piso turístico en el barrio de la Barceloneta, donde vive gente adulta de toda la vida y que actualmente crea muchos problemas. En estos casos hay que informar de forma MUY específica a los inquilinos cómo se tienen que comportar al alojarse en ellos y, sobre todo, ponerles fácil en las instalaciones del piso información clara, para comportarse de forma ordenada y sostenible.

Las estrategias que Cataluña puede seguir para convertirse en un referente global en turismo sostenible.



A través del decreto ley que aplicó la Generalitat sobre la regulación del turismo, donde el decreto indica que 262 municipios están afectados y que las licencias de estos municipios serán anuladas en 2028..... pero no especifica cómo recuperarlas. Se debería indicar de forma urgente unas pautas para todo aquel que quiera recuperarla llegado el momento, aprovechar las pautas del documento oficial extenso y detallado de la Generalitat de Catalunya; **COMPROMÍS NACIONAL SOBRE UN TURISME RESPONSABLE** publicado oficialmente en 2023.

Por ejemplo, todo aquel que no haya aplicado ningún tipo de sostenibilidad en la vivienda entonces no podrá recuperar la licencia. Es fácil, existen actualmente miles de viviendas, apartamentos y pisos turísticos deteriorados, sin ningún tipo de acción sostenible ni tampoco dignas de ser alquiladas

por los turistas. A este % hay que ordenarlo, obligarlo a que realice acciones sostenibles en su propiedad.

Se dispone de numerosas acciones o reformas que no conllevan un gran coste, no se trata de que se gasten los propietarios millones de euros en recuperar las licencias y que solo ganen los que tienen más dinero, pero sí que hay que ser consciente de que, si estás alquilando una propiedad en Cataluña, se debe transmitir una imagen y unos mínimos en sostenibilidad, porque **es una gran responsabilidad dar alojamiento a inquilinos, nunca olvidemos esto.**

Indicando acciones sostenibles regulatorias sobre el decreto ley es una buena forma de comenzar ordenar el turismo de Cataluña y convertirse en un referente europeo de turismo sostenible, además de aprovechar la gran oportunidad de activar la economía de las pequeñas empresas catalanas.

Viajes El Corte Inglés lanza la venta anticipada para reservar las vacaciones de verano

Con la reserva anticipada de las vacaciones de verano, ofrece hasta 500 euros en cupón de regalo de El Corte Inglés y hasta un 50% de descuento. La campaña está disponible hasta el 7 de abril

Haz tu verano realidad con
VIAJES El Corte Inglés

Reserva Ya

Viajes El Corte Inglés lanza su campaña de venta anticipada para reservar las vacaciones de verano, diseñada para que los viajeros puedan planificar sus vacaciones con antelación. De este modo, los clientes tendrán la oportunidad de asegurar el alojamiento y el transporte que mejor se adapte a sus necesidades, aprovechando una mayor disponibilidad de opciones. Además, la campaña incluye descuentos exclusivos y promociones especiales, facilitando la reserva de experiencias memorables con ventajas económicas y flexibilidad.

Con esta campaña, que estará vigente hasta el 7 de abril, Viajes El Corte Inglés busca seguir siendo un referente para los viajeros a la hora de plantearse sus vacaciones de verano, un viaje que suele comenzar a planificarse con mayor antelación que el resto de las escapadas y que una gran parte de la población considera como las más especiales de todo el año. La programación nacional comprende las costas más relevantes de la geografía es-

pañola como la andaluza, la Costa Dorada, la Costa Brava o Levante, que contarán con hasta un 35% de descuento, y también islas como Ibiza, Mallorca, Menorca o Tenerife y Lanzarote, también con hasta un 35% de descuento. Muchas de ellas cuentan con salidas regionalizadas desde varias ciudades de España.

Dentro de la programación internacional, destacan los paquetes para viajar por Europa a lugares como Grecia, Turquía, Italia o Croacia, y en el largo radio, se podrá viajar al Caribe, con destinos emblemáticos como Cancún y Playa Mujeres, con hasta un 20% de descuento. También se podrán reservar grandes viajes a Cuba, Japón, Nueva York, Costa Rica, la India o Vietnam con precios especiales.

Aquellas personas que opten por pasar los meses de verano disfrutando de la naturaleza, podrán elegir entre propuestas como Azores, Madeira o el Algarve en Portugal, la región de Occitania en Francia o los paisajes de Escocia, y dentro del territorio nacional, reservar escapadas a Asturias o las Rías Altas con hasta un 10% de descuento.

En la categoría de cruceros, se podrá obtener hasta un 50% de descuento y reservar viajes de larga duración con precios por debajo de los mil euros, a destinos entre los que destacan Grecia, Europa, los Fjords Noruegos o destinos del Caribe como la Riviera Maya y Punta Cana.

Reservando durante esta campaña, los amantes de los parques temáticos también podrán beneficiarse de precios especiales para divertirse en parques como Puy Du Fou, PortAventuraWorld o Walt Disney World, este último con vuelo directo desde Madrid y comidas gratis junto con la entrada Park Hopper.

Los interesados podrán beneficiarse de hasta 500 euros en cupón de regalo de El Corte Inglés, hasta un 50% de descuento, reserva por 15 euros y la posibilidad de realizar el pago en 3 meses y sin gastos de cancelación, así como niños gratis o con grandes descuentos.

Para conocer más detalles sobre la campaña y los destinos seleccionados, visitar: <https://www.viajeselcorteingles.es/especiales/vacaciones-verano>

Special Tours lanza “La quincena del circuito” con descuentos de hasta el 12%

La campaña más esperada del año ofrecerá promociones en toda la programación, tanto regular como chárter

Special
tours

la Quincena
del circuito

HASTA
12% DTO En circuitos especiales para
que vivas Europa al máximo.

Campaña válida del 28 de febrero al 17 de marzo

Viajemos juntos.

Special Tours, turoperador especializado en circuitos perteneciente a Ávoris Corporación Empresarial, ha puesto en marcha su campaña comercial más importante del año: La quincena del circuito. Durante este período, los viajeros podrán beneficiarse de descuentos de hasta el 12 % en toda la programación, que incluye circuitos regulares y operativas chárter exclusivas.

Con esta iniciativa, Special Tours refuerza su apuesta por ofrecer experiencias de viaje completas y accesibles, manteniendo la excelencia en sus servicios y la variedad de destinos. La promoción estará disponible hasta el 17 de marzo en agencias de viajes y puntos de venta habituales.

“Queremos que más personas puedan disfrutar de nuestros circuitos por Europa.

Con ‘La quincena del circuito’, facilitamos que los viajeros reserven su próximo viaje con condiciones especiales, asegurando la mejor experiencia con la calidad que nos caracteriza”, ha señalado Adrián Garzón, Brand Manager de Special Tours.

Los interesados pueden consultar la programación y acceder a la promoción en todas las agencias de viajes o en la web oficial de Special Tours.

València acoge el IV Congreso Internacional de Turismo Accesible y presenta su Plan de accesibilidad 2024-28

La ciudad se convierte en el epicentro de la accesibilidad turística, con cerca de 300 agentes internacionales presentes, talleres, reuniones y mesas redondas para compartir prácticas y avanzar en la eliminación de barreras en los destinos turísticos

València continúa apostando por la accesibilidad como uno de los pilares de su modelo turístico, con la celebración del IV Congreso

Internacional de Turismo Accesible, que hoy ha arrancado en el Palacio de Congresos. Este evento reúne a cerca de 300 agentes y asociaciones de todo el mundo que hoy y mañana compartirán experiencias y las mejores prácticas para avanzar en la eliminación de barreras y trabas a los colectivos con alguna discapacidad a la hora de viajar. Se trata de la cuarta edición de este encuentro, que se celebra por primera vez en València, y está organizado por Impulsa Igualdad, Turisme Comunitat Valenciana y la Fundación Visit València en representación del Ayuntamiento.

La apertura de la primera jornada ha corrido a cargo de la concejala de Turismo, Innovación, e Inversiones, Paula Llobet; el secretario autonómico de Turismo, José Manuel Camarero; y el presidente de Impulsa Igualdad, Francisco Sardón. “En Valencia, tenemos claro que la accesibilidad es un derecho y un pilar fundamental para construir una ciudad más inclusiva y justa —ha explicado la concejala de Turismo—. Por ello, seguimos impulsando medidas innovadoras como la implantación de sistemas de señalización inteligente, la mejora del transporte adaptado y la transformación de espacios culturales y turísticos en entornos sin barreras. Nuestro objetivo es garantizar que todas las personas puedan disfrutar plenamente de la riqueza de nuestra ciudad.”

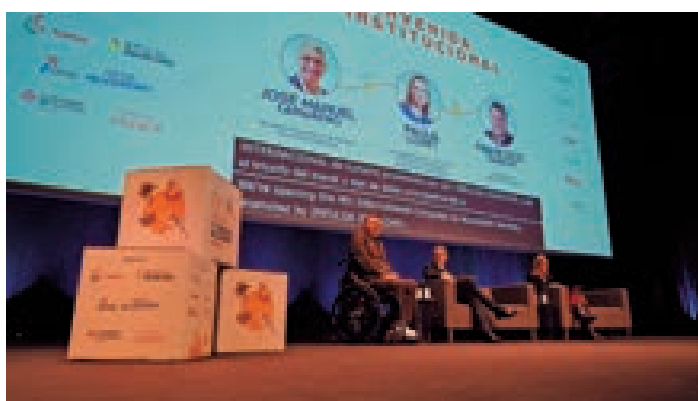
“Además, el turismo accesible es una oportunidad para progresar hacia una sociedad más equitativa y acogedora. No se trata solo de eliminar obstáculos físicos, sino de evolucionar hacia un modelo de turismo más diverso y sostenible. Con iniciativas como las playas adaptadas, la cultura inclusiva y el programa REDI de seguridad, València sigue consolidándose como un referente en accesibilidad, y ahora, con el nuevo Plan de Accesibilidad



Turística 2024-2028 demuestra que quiere seguir avanzando hacia un turismo universal, acogedor y sin barreras”, ha añadido Llobet.

Plan de Accesibilidad Turística 2024-2028

Así, el director de la Fundación Visit València, Tono Franco, ha presentado el Plan de Accesibilidad Turística de la ciudad, con la primera ponencia titulada ‘València, apostando por un turismo accesible e inclusivo’. Con él la Fundación pretende consolidar la ciudad como referente en esta materia desarrollando distintas acciones que ya está llevando a cabo, como la evaluación y mejora de la accesibilidad de la Ruta del Río Verde; o la ampliación de la información digital sobre accesibilidad de establecimientos y hoteles de la ciudad; las mejoras en las oficinas de turismo, mejorando accesos e incorporando herramientas que facilitan realizar recomendaciones y explicaciones personalizadas para cada visitante, entre otras.



También se ha proyectado el vídeo ‘València sin límites’, un proyecto que muestra cómo la ciudad está avanzando hacia su objetivo de convertirse en un destino accesible para todas las personas. Y se han adelantado futuras iniciativas que València tiene previsto implantar en su misión de continuar mejorando la accesibilidad de sus enclaves y servicios.

A lo largo de estas dos jornadas se celebrarán diversas charlas, mesas redondas, exposiciones y encuentros de diferentes destinos y empresas con el objetivo de promover y concienciar acerca de la importancia que supone la inclusión activa de prácticas y políticas en materia de accesibilidad en los modelos y planes turísticos.

Secrets Bahía Real estrena 2025 con importantes premios internacionales

Considerado como uno de los mejores 5 estrellas de Canarias, el emblemático establecimiento ha recibido 3 prestigiosos galardones durante el primer mes del año



Si 2024 fue un buen año a nivel de reconocimientos para Secrets Bahía Real Resort & Spa, part of World of Hyatt, todo parece indicar que 2025 lo superará en número de galardones. Y es que, en apenas un mes desde que empezó el año, el emblemático hotel ya ha recibido 3 importantes premios internacionales.

En primer lugar ha obtenido el HolidayCheck Award 2025, con el que el portal de reservas y opiniones online alemán premia a los hoteles que sus usuarios consideran como los mejores de cada destino. En esta ocasión, Secrets Bahía Real Resort & Spa ha obtenido una puntuación de 5,6 sobre 6, y ha sido elegido como uno de los 10 mejores hoteles de la isla.

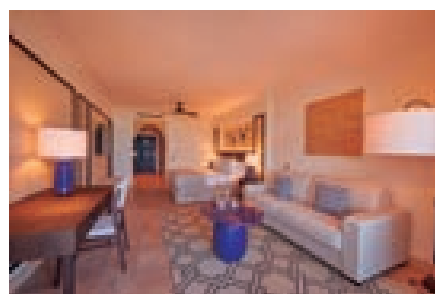
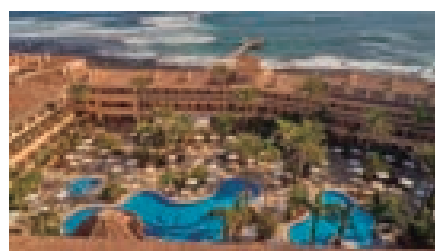
Por su parte, la plataforma de reservas Booking le ha concedido el Traveller Review Award 2025, tras puntuarle sus clientes con un 9 sobre 10.

El último premio conseguido por el em-

blemático hotel canario, perteneciente al portfolio de marcas Inclusive de Hyatt, y que disfruta de una privilegiada ubicación en primera línea de mar y de unas espectaculares vistas de la isla de Lobos, ha sido el Customer Gold Award 2025. En este caso, el reconocimiento ha venido del mercado escandinavo, y concretamente del conocido touroperador Apollo, cuyos clientes han emitido comentarios muy favorables del lujoso hotel.

Secrets Bahía Real Resort & Spa, part of World of Hyatt, es un icónico hotel de 5 estrellas sólo para adultos (+16 años), situado en el norte de Fuerteventura, muy cerca del Parque Natural de Dunas de Corralejo. Con una ubicación excepcional, en primera línea de mar y frente a las islas de Lobos y Lanzarote, constituye un auténtico refugio para los amantes del bienestar y de la gastronomía 5 estrellas. Sus instalaciones de inspiración neomudéjar, sus 243 habitaciones (la mayoría con vistas frontales del mar), sus 7 restaurantes, sus 4 bares, sus 2

piscinas enmarcadas en un precioso jardín tropical, y su espectacular spa de 2.500 metros cuadrados con vistas al océano, garantizan una estancia de lujo.



ACHM Hotels by Marriott reúne a sus equipos en Valencia para alinear la estrategia de 2025

Antonio Catalán ha destacado la implicación, eficiencia y cohesión del equipo como herramientas principales para el éxito de la compañía. Los equipos pudieron conocer la oferta hotelera de la ciudad y disfrutar de las instalaciones de AC Hotel Valencia y Palacio de Santa Clara, Autograph Collection



ACHM Hotels by Marriott ha reunido en Valencia a equipos de distintas áreas de sus oficinas centrales, incluyendo Revenue, Grupos, Ventas y Marketing, en unas jornadas diseñadas para reforzar la conexión entre departamentos y establecer la estrategia para el año 2025.

Durante dos días, los asistentes trabajaron en objetivos clave, compartieron conocimientos y fortalecieron la colaboración entre equipos, con el propósito de seguir impulsando el crecimiento de la compañía. Las sesiones incluyeron dinámicas de trabajo conjunto, así como actividades de

teambuilding, que fomentaron la interacción y el compromiso entre compañeros, promoviendo un ambiente de cooperación y motivación.

El encuentro comenzó con la intervención de Antonio Catalán, presidente de ACHM Hotels by Marriott, quien destacó la importancia del equipo como motor fundamental del éxito de la compañía y del ambicioso plan estratégico de 2025.

Los participantes se alojaron en el AC Hotel Valencia, donde fueron recibidos con la hospitalidad característica de la cadena. Además, las jornadas concluyeron con una comida en la terraza de Palacio de Santa

Clara, Autograph Collection, un entorno exclusivo en el que pudieron disfrutar de una experiencia gastronómica excepcional. Desde la compañía, han querido agradecer a los equipos de ambos hoteles por la cálida acogida y el excelente servicio prestado.

Con esta iniciativa, ACHM Hotels by Marriott refuerza su apuesta por la comunicación interna y la cohesión entre sus equipos, esenciales para afrontar los retos y oportunidades que traerá el nuevo año. Tras estas jornadas, el equipo regresa con las pilas cargadas y el foco puesto en un 2025 lleno de desafíos y grandes proyectos.

Francisco Serrano, nuevo presidente de la Asociación Hotelera de Palma de Mallorca

Serrano ejercerá este cargo en funciones hasta las elecciones de la asociación previstas para el próximo año, mientras la Junta Directiva mantiene su composición actual



Francisco Serrano del Valle, director general del Hotel Nixe Palace 5*, perteneciente a la cadena española Hoteles Santos, ha sido nombrado presidente en funciones de la Asociación Hotelera de Palma (ASHPA-MA). Este nuevo nombramiento se produce tras el cese de Javier Vich, quien se postula como único candidato a la presidencia de la Federación Empresarial Ho-

telera de Mallorca (FEHM). La transición fue acordada en la asamblea general extraordinaria de la Asociación Hotelera de Palma y Cala Mayor, donde se revisaron también los planes de trabajo y las cuentas de 2024.

Serrano ejercerá este cargo en funciones hasta las elecciones de la asociación previstas para el próximo año, mientras la Junta Directiva mantiene su composición

actual. En su despedida, Javier Vich expresó su gratitud por la confianza depositada en él y destacó los logros obtenidos en su mandato, resaltando la importancia de la colaboración público-privada para el crecimiento del sector hotelero en Palma.

Este cambio se produjo en la asamblea general extraordinaria de la asociación, donde también se revisaron los planes de trabajo y las cuentas del pasado año 2024.

La III Jornada de Trabajo de APHA reunió en Alicante a profesionales y público en un acto cargado de emoción y reivindicaciones

Se desarrolló en el salón de actos de Ilustre Colegio Provincial de la Abogacía de Alicante (ICA-LI), la III Jornada de Trabajo de APHA. La jornada congregó a un gran número de asociados y otros profesionales, que abarrotaron las 140 butacas de la sala y siguieron atentamente las intervenciones que se sucedieron en el formato original que caracteriza estos eventos. El dinamismo es la seña de identidad, con exposiciones de diez minutos, lo que permitió a los asistentes recibir mucha información y visiones plurales en una agenda repleta de puntos de interés.

En la parte institucional, el acto contó con la presencia de representantes políticos como Marián Cano, consellera de turismo de la Generalitat Valenciana; José Manuel Camarero, secretario autonómico de turismo; Israel Martínez, director general de turismo; José Mancebo, director del Patronato Provincial de Turismo de la Costa Blanca; Ana Poquet, concejala de turismo de Alicante; Lidia López, concejala de comercio de Alicante, así como Óscar Castillo y Carmen Robledillo, también concejales del ayuntamiento de Alicante.

La conducción del acto corrió a cargo de Montse Cárceles, gerente de APHA. En su alocución inicial, Luis Castillo puso de relieve el buen momento que vive el turismo alicantino, cada vez más desestacionalizado e hizo mención especial a Alicante Capital Española de la Gastronomía 2025, un acontecimiento buscado y esperado que va a lograr una visibilidad extraordinaria para la ciudad. Deseó a las concejalas Ana Poquet y Lidia López la mejor de las suertes en la gestión de este acontecimiento. La apertura corrió a cargo de Ignacio Gally, anfitrión y decano del ICALI. La primera intervención permitió profundizar en el derecho del turismo y el cumplimiento normativo, esencial para cualquier actividad, pero en especial para este sector con una regulación tan exigente en todos los ámbitos.

Carlos Baño, presidente de la Cámara de Comercio de Alicante, abordó el turismo como motor esencial de la economía de la provincia y destacó el papel de la institución cameral en la mejora de la calidad y competitividad de los establecimientos turísticos. Ha agradecido, asimismo, la implicación desinteresada de APHA en la ayuda a los afectados de la DANA de Valencia.

José María Conesa, comisario principal jefe de la Policía Local de Alicante, insistió en la necesidad de integrar medidas de seguridad en los planes de negocio hoteleros en colaboración con las fuerzas de orden público.

Pablo Rojas, del Cuerpo de Bomberos, abordó la normativa contraincendios y puso el acento en la prevención y en la formación de los equipos humanos de los establecimientos para evitar situaciones de riesgo y promover una actuación rápida y eficaz.

Isidro Fernández, CEO de Bumerania Robotics ofreció una visión futurista, pero real de las capacidades de la robótica social para mejorar la atención al cliente en el sector turístico. Desde Calcat, Jaime Zarzalejos explicó las soluciones innovadoras que permiten un mejor aprovechamiento del agua, algo esencial en el actual contexto de escasez hídrica. Vicente Marhuenda, expresidente de APHA y experto en turismo, abordó la positiva evolución del turismo en la provincia de Alicante y puso énfasis en la necesidad de tomar decisiones sobre el modelo deseado, en particular acabando con los alojamientos ilegales, que ensombrecen el buen trabajo de quienes operan de manera ordenada y cumplen las normas. Compartió además algunas propuestas jugosas para el debate.

Manuel Butler, consejero de turismo de la embajada española de Londres, tuvo la deferencia de viajar expresamente desde Reino Unido para acompañar a APHA en este acto y compartió su conocimiento y perspectiva con el auditorio. Butler afirmó que el tráfico aéreo se duplicará en veinticinco años, escenario para el que el aeródromo alicantino debe prepararse ampliando su capacidad. Reveló también que el turista británico ya aventaja en gasto a la clientela alemana, mientras que la estancia media se ha frenado y necesita mejorar. Las perspectivas de las compañías aéreas con respecto al aeropuerto de Alicante-Elche Miguel Hernández son muy positivas a futuro, con un gran potencial de crecimiento por desarrollar, uno de los me-



jores del territorio peninsular. Ha marcado como gran reto la sostenibilidad social, afrontar el antiturismo desde la responsabilidad, acabar con la estacionalidad, promover una gobernanza abierta y adoptar la inteligencia artificial como herramienta para mejorar la gestión de destinos. También instó a estar atentos a la evolución de rivales emergentes como Marruecos. Elena Congost, medallista paralímpica, ofreció la mirada más humana de la jornada compartiendo su experiencia de superación personal y profesional. Ni la discapacidad ni la maternidad han podido frenar una trayectoria de éxitos en la que la disciplina y la perseverancia han jugado un papel clave. Estos valores han sido reconocidos por APHA, que le ha otorgado una medalla de oro a la generosidad y superación que ha recibido de manos de la consellera Marián Cano en el momento más emotivo de la jornada, entre los aplausos del público asistente.

El cierre corrió a cargo de Marián Cano, consellera de Turismo, quien insistió en el compromiso de la Generalitat con la innovación, la sostenibilidad y la excelencia en el sector turístico. Igualmente reafirmó su apuesta por la colaboración entre la administración valenciana y las asociaciones empresariales como fórmula para impulsar iniciativas que fomenten la sostenibilidad, la competitividad y la seguridad jurídica. Una vez concluida la jornada, Luis Castillo, Manuel Butler y la deportista Elena Congost ofrecieron unas declaraciones a los medios de comunicación en las dependencias de la sede de la Presidencia de la Generalitat Valenciana en Alicante, donde fueron recibidos por el Presidente Carlos Mazón, junto con la consellera Marián Cano.

ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, VIAJES Y EL MICE

Quiénes Quién

Directorio Empresarial de Servicios del Sector Turístico

WWW.GACETADELTURISMO.COM



**ABREUONLINE
DIOGO JULIÃO****Managing Director, División
Digital de GRUPO Abreu**

Abreu Online es una plataforma de reservas de viajes que forma parte del Grupo Viajes Abreu, fundado en Oporto en 1840. Es una de las agencias de viajes líderes y de mayor éxito en la industria del turismo, con más de 1,500 colaboradores en todo el mundo.

**GO GLOBAL TRAVEL
CRISTINA MAS****Regional Manager Spain**

Go Global Travel es un proveedor innovador de servicios B2B de hoteles y tecnología, establecido en el año 2000. La empresa ofrece una amplia gama de productos turísticos, incluyendo más de 1.000.000 de hoteles y apartamentos en más de 70.000 ubicaciones alrededor del mundo.

**BEDSONLINE
DIDAC CAMPS****Regional Manager Spain**

Beds On Line, también conocida como Bedsonline, es una plataforma de reservas en línea diseñada específicamente para agencias de viajes. Ofrece una amplia gama de productos turísticos, incluyendo hoteles, traslados, actividades y alquiler de coches, adaptados a las necesidades de los clientes de las agencias de viajes.

**HOTELBEDS
NICOLAS HUSS****CEO**

Hotelbeds es uno de los principales proveedores de servicios turísticos a nivel mundial. La empresa ofrece una amplia gama de productos y servicios, incluyendo alojamiento, traslados, actividades y alquiler de coches, a través de su plataforma B2B. Hotelbeds trabaja con agencias de viajes, operadores turísticos y aerolíneas, proporcionando acceso a más de 180.000 hoteles en más de 185 países.

**CLOUDBEDS
ADAM HARRIS****Co-Fundador y CEO**

Cloudbeds es una plataforma de gestión hotelera que ofrece una solución unificada para aumentar las reservas y mejorar la experiencia de los huéspedes. Fundada en 2012, la empresa proporciona herramientas para gestionar operaciones, distribución, marketing, ingresos y análisis, todo en una sola plataforma. Cloudbeds se destaca por su facilidad de uso y su capacidad para automatizar flujos de trabajo, lo que permite a los hoteleros centrarse en sus huéspedes en lugar de en tareas administrativas.

**JUMBO TOURS
GINÉS MARTÍNEZ****CEO de Jumbo Tours**

Jumbo Tours es una empresa de distribución de viajes que forma parte del Grupo Jumbo Tours. Ofrecen una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo alojamiento, traslados, excursiones y alquiler de coches. La empresa cuenta con más de 500 profesionales altamente cualificados y comprometidos, y tiene oficinas en los principales destinos turísticos del mundo, como España, Italia, Francia, Portugal, Marruecos, Túnez, Cabo Verde, Mauricio, República Dominicana, México, Cuba, Estados Unidos, Argentina, Brasil y Perú.

**EXPEDIA
ALFONSO PAREDES****Presidente División B2B**

Expedia es una de las agencias de viajes en línea más grandes y conocidas del mundo. Ofrecen una amplia gama de servicios, incluyendo reservas de hoteles, vuelos, alquiler de coches, paquetes vacacionales y actividades. Su plataforma permite a los usuarios buscar y comparar precios, leer opiniones de otros viajeros y encontrar las mejores ofertas para sus viajes.

**MELIÁ PRO
RAFAEL SORIA****Sales Development & Franchise**

Meliá PRO es la plataforma profesional de Meliá Hotels International, diseñada para ofrecer ventajas exclusivas y beneficios a clientes B2B, como empresas, agencias de viajes, mayoristas y organizadores de eventos. A través de Meliá PRO, puedes acceder a tarifas exclusivas, reservas en tiempo real y una serie de beneficios en los hoteles Meliá.



RESTEL
ERNESTO SEGURA
General Manager

Restel es una de las plataformas de distribución de viajes líderes en el sector turístico, fundada en 1982. La empresa ofrece una amplia gama de servicios turísticos, incluyendo alojamiento, traslados, excursiones y alquiler de coches. Restel trabaja con más de 50.000 agencias de viajes distribuidas entre Europa y América, y comercializa más de 35.000 establecimientos hoteleros.



TRAVELPORT
MAITE AÑORGA
Directora TDCs

Travelport es una plataforma global de venta de viajes que facilita la comercialización y gestión de servicios turísticos para agencias de viajes y proveedores. Su plataforma, Travelport+, está diseñada para ofrecer una experiencia de venta moderna y eficiente, permitiendo a los agentes de viajes buscar, filtrar y encontrar rápidamente las mejores ofertas disponibles.



SMYROOMS
ADRIANO ALMEIDA
CEO

Smyrooms es un proveedor global de servicios turísticos para agencias y mayoristas. Forma parte del Grupo Viajes El Corte Inglés, uno de los mayores conglomerados turísticos de España. Smyrooms ofrece una amplia gama de productos turísticos, incluyendo más de 300.000 hoteles en más de 120 países.



VETURIS
GINÉS DE BIEDMA
CEO

Veturis es una agencia de viajes mayorista con sede en La Orotava, Santa Cruz de Tenerife, España. Se especializan en ofrecer una amplia gama de productos turísticos, incluyendo hoteles, cruceros, paquetes vacacionales, traslados y actividades. Veturis trabaja con más de 25.000 agencias de viajes en más de 90 países, y su catálogo incluye más de 500.000 hoteles en todo el mundo.



TELДАР TRAVEL
FABRICE PERDONCINI
CEO

Teldar Travel es una plataforma líder en reservas de alojamiento en línea, dedicada exclusivamente a profesionales del sector de viajes. Ofrecen una amplia gama de opciones de alojamiento, con más de 2.000.000 de propiedades y 1.000.000 tipos alternativos, como Bed & Breakfast, villas, casas y campings. La empresa tiene su sede en Madrid, España, y se especializa en prestar servicios a empresas de turismo y agencias de viaje.



WELCOMEBEDS
JUAN CARLOS KASSEM
Area Manager

Welcomebeds es un banco de camas de distribución global que forma parte de Ávoris Corporación Empresarial, un grupo turístico líder en España. La empresa ofrece alojamiento de calidad al mejor precio del mercado a través de su API de alta velocidad y su portal web. Welcomebeds se destaca por su capacidad de compra y su red global de compradores locales, lo que les permite cubrir una amplia gama de productos personalizados para satisfacer las expectativas de sus clientes.



TOURMUNDIAL
LUIS ORTIZ DE VALLEJUELO
Director de Operaciones

Tourmundial es un touropeador multiproducto con sede en Madrid, España. Se especializan en ofrecer una amplia gama de productos turísticos que abarcan los cinco continentes. Su objetivo es proporcionar un servicio de alta calidad y satisfacción al cliente, gracias a su equipo de profesionales, tecnología avanzada y una red extensa de proveedores y corresponsales en destino.



WORLD2MEET PRO
GABRIEL SUBIAS
CEO

World2Meet (W2M) es una empresa de servicios turísticos que forma parte del Grupo Iberostar. Se especializa en la distribución de productos turísticos como hoteles, traslados, excursiones y alquiler de coches, colaborando con más de 9.000 agencias de viajes en España, Portugal e Italia. W2M ofrece una amplia gama de productos y servicios, incluyendo más de 600.000 hoteles en más de 175 destinos a nivel mundial.

Orbis.

WEB

¿Aún no conoces la nueva versión Web de Orbis Gestión para Agencias de Viajes?

- SES Hospedajes
- Factura Electrónica
- Nuevas capturas proveedores
- Generación enlaces de cobro
- Conciliación tarjetas
- Enlace CRM
- Alta desatendida expedientes
- Etc.

☎ 964 723 390

✉ comercial@pipeline.es



Más información en
www.orbisweb.es

 **KIT**
DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Producto sujeto a las
subvenciones de Kit
Digital para Pymes



Pipeline.
software