

ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, VIAJES Y EL MICE

Semana 6-12 Octubre 2025

GacetaTraveler

Newsletter Semanal de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

CDV INAUGURA NUEVA SEDE EN EL CORAZÓN DE ALICANTE EN LA PLAZA DE LUCEROS



Gabriel Escarrer, Premio Diamante a la Excelencia en Expansión Internacional por la Asociación Española del Lujo



Wizz Air refuerza su compromiso con Valencia



Martí y Martínez presentan una candidatura conjunta para presidir la CEV en Castellón



CDV inaugura nueva sede en el corazón de Alicante

La empresa CDV, que a través de su plataforma tecnológica B2b ofrece producto y servicios para agencias de viajes principalmente transporte aéreo, trenes y alojamientos, inauguró sus nuevas oficinas en la Plaza de los Luceros, 1 en pleno corazón de Alicante, en un acto al que asistieron representantes institucionales, asociaciones del sector turístico, socios estratégicos y empleados. La apertura marca, según sus responsables, una nueva etapa en el desarrollo de la compañía, que combina crecimiento económico con un modelo centrado en las personas.

El evento comenzaba con un recorrido por las instalaciones, encabezado por parte del equipo directivo, que quiso destacar el valor del nuevo espacio como símbolo de dinamismo y transformación. Una plantilla, con una media de edad de plantilla en torno a los 30 años, pretende reflejar el equilibrio entre talento joven y experiencia, así como la apuesta por crear un entorno abierto y luminoso para sus trabajadores. “Nuestros cimientos son las personas que hacen posible esto cada día”, destaca Ricardo Palazuelos, director de Relaciones y Comunicación, Uno de los pilares de CDV es la importancia del factor humano como eje de sostenibilidad.. “El talento te elige

cada día”, en palabras de Javier Beas, director general de CDV, al brindar por los trabajadores y colaboradores que han acompañado el proyecto desde su origen.

La empresa, nacida en Elche como iniciativa de un emprendedor local, Juanfran Trasmonete, que dio un salto en 2019 con la entrada del family office Alzis y con la incorporación de Javier Beas a la dirección general y que lidera esta nueva etapa. Desde entonces, ha pasado de ser una startup a convertirse en un operador fiable y una empresa con reconocimiento sectorial. “Esto va más allá de unas oficinas nuevas, es el reflejo del crecimiento presente



y futuro de CDV y de nuestra forma de entender la sostenibilidad, que es cuidar de las personas" ha recalcado Javier Beas, empleados, accionistas y partner proveedores, pero sobre todo de los agentes de viaje, que cada día interactúan y confían en CDV.

En el acto inaugural cabe destacar la presencia de representantes de Asociaciones, entidades sectoriales, además de proveedores líderes, como prueba de la relevancia que la compañía ha alcanzado en pocos años. "Cerca De Vosotros significa cerca del sector y de las agencias de viajes en toda España, pero también cerca de Alicante y de su tejido empresarial y sus Instituciones".

El acto concluyó con un cóctel en la terraza del Hotel Gran Sol, desde donde los invitados pudieron contemplar unas privilegiadas vistas de la ciudad. "Quiero poneros Alicante a vuestros pies", dijo Beas al despedir a los asistentes, reforzando la idea de que la nueva etapa de CDV arranca desde el corazón de la capital alicantina.

Con la apertura de las oficinas en Luceros, la compañía busca afianzar su papel como actor relevante en la distribución turística a nivel nacional, reforzando su sede tecnológica y de atención a clientes desde Alicante, mientras avanza en su plan estratégico de crecimiento y diversificación.





La Fallera inaugura a lo grande 'El Casal', su primer espacio experiencial en el centro de Valencia

La arrocera valenciana celebró la apertura de su nueva tienda, en la calle Cirilo Amorós, 12, donde no sólo se ofrecerán productos exclusivos, sino que también se podrán golpear sacos de boxeo en forma de chorizo o descubrir el videojuego Paella Arcade. Gastronomía, cultura y homenaje al arroz son los ejes fundamentales de este proyecto, que por primera vez traslada los valores de la empresa valenciana al mundo físico, a partir del mes de octubre. La Fallera, marca referente del arroz en la Comunitat Valenciana y el resto de España, inauguró su nuevo espacio experiencial. Bajo el nombre El Casal de La Fallera, nace así la primera tienda física de esta reconocida empresa valenciana que está ubicada en pleno centro de Valencia, en la calle Cirilo Amorós, 12. No se trata de un espacio comercial al uso, ya que paradójicamente, no se venderá arroz: El Casal aspira a homenajear la gastronomía y la cultura local. Lejos de formalidades, en la tienda se podrá comprar, jugar e interactuar con múltiples elementos, empezando por un

saco de boxeo en forma de chorizo. El evento de inauguración reunió a más de un centenar de personas, entre compañeros de la prensa, empresarios, influencers, personalidades del mundo de la gastronomía y también vecinos del barrio. La Fallera dio así el pistoleazo de salida con un gran opening en el que el arroz y la fiesta, dos elementos comunes en el día a día de los valencianos, estuvieron presentes en todo momento. Los invitados comprobaron en primicia lo que supone sumergirse en el nuevo Casal de La Fallera, jugando al Paella Arcade, que fue el principal atractivo de la mañana, golpeando al saco de boxeo hecho chorizo o contribuyendo a dejar constancia de cuál es su arroz favorito, algo de lo que, a partir del mes de octubre, también podrán disfrutar todos los visitantes del establecimiento.

Uno de los espacios que más disfrutaron los asistentes fueron los cojines en forma de los buenos ingredientes de paella en los que descansaron mientras esperaban a su ración de paella del chef Copete, que sorprendió con su showcooking. La paella estaba de categoría,

¡como el nuevo Casal de La Fallera!

El evento, que estuvo conducido con mimo y gracia por Concha, contó con diferentes protagonistas. Jose Maza, director creativo de La Fallera, explicó: "Desde 1965 La Fallera lleva alimentando el alma de los valencianos. Y en su 60 aniversario refuerza su propósito con la apertura de 'El Casal', un punto de encuentro donde comer bien y pasarlo mejor.

Un espacio que es mucho más que una tienda, es el primer recinto de la ciudad dedicado al universo arrocero. Un escenario donde La Fallera se transforma en cultura, sabor y emoción. Así, la marca además de ser un ingrediente fundamental de la despensa valenciana, se convierte en todo un mundo por explorar".

Por su parte, La Tia Visantica hizo reír, y de qué forma, a todos con su monólogo; y la jornada matutina fue amenizada por una sesión en directo de Chimo Bayo. El DJ valenciano fue uno de los personajes más aclamados por los asistentes para hacerse fotos.

HEINEKEN España lanza la Ruta Tornar **FUERZABAR** para seguir apoyando a la hostelería valenciana



Volver a llenar los bares. Con este objetivo, HEINEKEN España ha presentado la "Ruta Tornar FUERZABAR", una iniciativa para reactivar la hostelería valenciana que sigue luchando por recuperarse de la dana del 29 de octubre casi un año después. Regresar a los bares, llenarlos de vida y hacerlo de una manera muy valenciana: con un buen almuerzo es la propuesta de esta iniciativa puesta en marcha por la cervecería con sus marcas Amstel, El Águila, Heineken® o Cruzcampo.

Unos 2.000 bares y restaurantes clientes de HEINEKEN España se vieron afectados por las fuertes lluvias de aquel día. Un año difícil para el sector, de ahí que el movimiento solidario FUERZABAR se volcara con los bares para atender sus necesidades. A través de esta iniciativa HEINEKEN España ha contribuido a que el 90% de sus clientes hosteleros retomen su actividad.

El director de Relaciones Institucionales de HEINEKEN España, Pablo Mazo, ha presentado la Ruta Tornar FUERZABAR. "Ya en los primeros momentos, desde HEINEKEN España estuvimos al lado de la sociedad y de la hostelería valenciana, y hasta la fecha hemos invertido seis millones de euros en ayudar a impulsar de nuevo estos negocios. El apoyo permanente a los hosteleros es esencial para nosotros. Nuestros equipos se volcaron con nuestros clientes en aquellos momentos, y siguen haciéndolo con la Ruta Tornar FUERZABAR".

Durante la presentación Pablo Mazo ha invitado a la sociedad a sumarse a esta ruta: "Cada visita a estos establecimientos es una apuesta por el futuro de estos negocios y está en la mano de todos apoyarles, y ayudar a revivir nuestras calles y barrios".

Por su parte, Alejandro Pascual, al frente del L'Anònima Burger y Gambrinus (Catarroja), ha señalado que "el papel de HEINEKEN Es-

paña ha sido muy importante para la apertura de mis negocios tras la dana y formar parte ahora de esta ruta, me hace especial ilusión porque todos tenemos que ayudarnos y mirar al futuro con optimismo".

¿Cómo apoyar a los bares a través de la Ruta FUERZABAR?

La Ruta Tornar FUERZABAR se desarrollará en más de 150 bares en diez comarcas afectadas. Los clientes recibirán una pulsera de edición limitada (hasta agotar existencias), una por cada comarca, que representa este movimiento solidario. Además, a través de un código QR que llevará a www.somosdebarra.bar, se podrá valorar a su bar favorito para que este se haga con el Cacau D'Or FUERZABAR con el apoyo de Amstel y además, ganar regalos y experiencias únicas como entradas a conciertos en el Roig Arena, palco VIP del Valencia Basket, entradas para ver al Levante UD, o packs de productos Amstel, Heineken, El Águila o Cruzcampo y una edición limitada de camisetas exclusivas.

TRAVELER NEWS

LA AEPY ABRE LA CONVOCATORIA DEL PREMIO HERMESTUR EN SU XXVI EDICIÓN

La Asociación Española de Profesionales del Turismo (AEPT) anuncia, un año más, la convocatoria del Premio Hermestur, que en esta ocasión alcanza su XXVI edición, consolidándose como un reconocimiento creado por y para los profesionales del turismo.

Desde su nacimiento en 2001, cuando surgió más como un proyecto cargado de ilusión que como una realidad consolidada, este galardón se ha convertido con el tiempo en un referente dentro del ámbito turístico en España. Su esencia radica en poner en valor los méritos de aquel profesional

del Turismo español que destaque o haya destacado por su esfuerzo asociativo y sus valores humanos, así como por sus aportaciones y trayectoria profesional en el ámbito turístico. El premio mantiene su carácter abierto y participativo: cualquier profesional del turismo en España puede ser propuesto como candidato por sus propios compañeros de profesión, quienes también serán los encargados de votar para determinar los finalistas. Posteriormente, el Jurado del Premio evaluará estas candidaturas y decidirá al ganador.

La entrega del galardón ten-



drá lugar, como es tradición, durante FITUR 2026, el evento anual más destacado para los profesionales del sector.

Celestyal confirma el despliegue de dos barcos en el Golfo Arábigo para la temporada 2025/2026 con un nuevo itinerario Atenas – Yeda

Celestyal ha confirmado su compromiso con el Golfo Arábigo con el despliegue de sus barcos Celestyal Journey, con capacidad para 1.260 pasajeros, y Celestyal Discovery, con capacidad para 1.360 pasajeros, en la región a partir de diciembre de este año. Un programa que continúa con el programa inaugural de 2024/25 y representa un aumento del 211 % en capacidad interanual.

Como parte de su renovado plan de despliegue, Celestyal ha modificado sus dos travesías de reposicionamiento de 14 noches para 2025, "De la Antigua Atenas al Asombroso Abu Dabi", con salidas el 22 de noviembre de 2025 a bordo del Celestyal Journey y el 28 de noviembre de 2025 a bordo del Celestyal Discovery.

Ahora se operarán dos nuevos itinerarios de siete noches de Atenas a Yeda, con salida desde Atenas (Grecia) en las mismas fechas.

- El Celestyal Journey hará escala en Marmaris (Turquía) y en tres puertos de Egipto: Puerto Saíd, Sharm el Sheikh y Safaga, finalizando en Yeda.

- El Celestyal Discovery hará escala en Kusadasi (Turquía) y en dos puertos de Egipto: Sharm el Sheikh y Safaga, concluyendo igualmente en Yeda.

Además, se ofrecerán segmentos de seis noches desde los puertos turcos.

La mayoría de los pasajeros ya reservados en los segmentos originales desde Atenas hacia Sharm el Sheikh y Yeda no se verán afectados. Para algunos habrá cambios de puerto o se ofrecerán travesías más cortas.

Tras estas salidas, ambos barcos continuarán su travesía desde Yeda hacia Abu Dhabi, lo que permitirá su llegada al Golfo Arábigo a tiempo para iniciar la temporada según lo previsto.



TRAVELER NEWS

Tourmundial lanza nuevos paquetes combinados con entradas a Disneyland® París, reforzando su apuesta por experiencias únicas

Tourmundial anuncia el lanzamiento de un nuevo producto turístico disponible desde octubre que incluye paquetes únicos con entradas a Disneyland® París. Esta iniciativa, que incluye la posibilidad de incorporar actividades complementarias como visitas a otras atracciones de París, refuerza la estrategia de la compañía de ofrecer propuestas diferenciadoras que combinan ilusión, personalización y valor añadido.

Con esta incorporación, Tourmundial amplía su portafolio de experiencias, facilitando el acceso a uno de los destinos más emblemáticos de Europa. Los nuevos paquetes han si-

do diseñados para adaptarse a distintos perfiles de viajeros —familias, parejas, grupos de amigos o viajeros independientes—, ofreciendo flexibilidad, comodidad y una excelente relación calidad-precio.

La propuesta incluye:

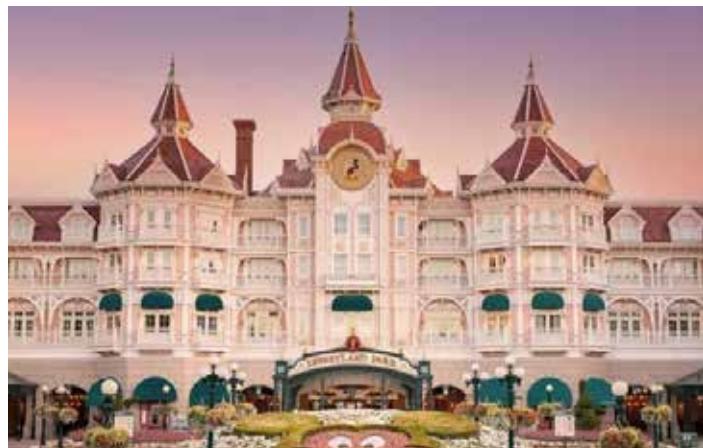
- Paquetes personalizables que incluyen alojamiento, transporte y entradas a Disneyland® París y sus dos parques, permitiendo adaptarse a distintas preferencias y presupuestos.
- Una amplia disponibilidad de plazas hoteleras cerca de los parques Disney para poder escoger el alojamiento deseado se-

gún el tipo de viajero.

• Asesoramiento especializado por parte del equipo de Tourmundial, para garantizar una planificación cuidada y expe-

riencias memorables.

• Servicios complementarios opcionales, como traslados, visitas a otras atracciones de París y actividades adicionales.



World2Fly lanzará una nueva ruta directa a Rosario (Argentina) a partir de octubre de 2026

World2Fly, aerolínea del Grupo World2Meet, continúa reforzando su presencia en Latinoamérica con el lanzamiento de una nueva ruta directa entre Madrid y Rosario (Argentina), que comenzará a operar el 1 de octubre de 2026. La conexión contará con dos frecuencias semanales, los martes y jueves, y los billetes estarán disponibles a la venta a partir del 1 de diciembre de 2025, a través de la web de World2Fly y próximamente en el resto de los canales habituales.

Con esta nueva operativa, la compañía ofrece una alternativa directa, cómoda y competitiva para conectar España con el centro de Argentina.

La nueva ruta se operará en un moderno Airbus A350, equipado con altos estándares de confort y sostenibilidad. Los horarios previs-

tos incluyen salida desde Madrid al mediodía con llegada también al mediodía (hora local), y salida desde Rosario por la noche para aterrizar en Madrid a primera hora de la mañana del día siguiente.

En palabras de Bruno Claeys, Director General de World2Fly: "La ruta Madrid – Rosario representa una apuesta estratégica por un destino muy demandado, tanto por el viajero vacacional como por el público residente.



Seguimos trabajando para acercar personas, familias y culturas con vuelos directos, cómodos y a precios competitivos, manteniendo la calidad y servicio que caracterizan a World2Fly".

TRAVELER NEWS

Cristina Rodríguez Chaverri, nueva directora general de Godwana Experiences

Godwana Experiences, la marca de viajes de lujo a medida de VB Group, ha nombrado a Cristina Rodríguez Chaverri nueva directora general. Desde su nuevo cargo, asumirá la dirección del equipo, el diseño de presupuestos y proyecciones, y liderará la estrategia de expansión internacional de la compañía en mercados clave como Latinoamérica, donde el grupo ya cuenta con presencia en México.

Hasta ahora, Cristina desempeñaba el puesto de directora de Producto y Desarrollo de Negocio en Godwana Experiences, desde el que ha forjado alianzas

estratégicas con hoteles exclusivos, representando a la compañía en ferias internacionales de turismo de lujo y consolidado una base de clientes en busca de experiencias transformadoras. Su nombramiento supone un paso natural en su trayectoria dentro de la empresa.

“Me emociona seguir construyendo sobre la visión que compartimos y agradezco de corazón la confianza de VB Group”, ha afirmado Cristina Rodríguez Chaverri. “Viajar nos transforma; mi objetivo es que cada cliente de Godwana viva un viaje que cambie su manera de ver el mundo”.



GASTRÓNOMA SE VUELVE A SUPERAR: CRECE MÁS DE UN 15% EN SU 10^a EDICIÓN

La décima edición de Gastrónoma crece un 15% respecto a la última edición, ampliando su espacio expositivo y sumando nuevas marcas y contenidos. “Es la única feria en la que puedes equipar tu negocio desde el principio hasta el final”. Ven a la cita ineludible para el sector: más oportunidades, más innovación y gastronomía profesional. Del 26 al 28 de octubre en Feria Valencia.

El arroz, la brasa y el esmorzar celebran los 10 años de Gastrónoma
Gastrónoma, el gran foro profesional de la gastronomía, vuelve a Feria Valencia del 26 al 28 de octubre para reunir a toda la cadena de valor del sector gastronómico en un evento único. Este año, la feria celebra su 10º aniversario y lo hace con una jornada especial el domingo 26 de octubre, donde el arroz, la brasa y el esmor-

zar serán los grandes protagonistas, homenajeando el territorio, la tradición, y los productos de proximidad que hacen única la gastronomía valenciana.

Descubre nuestro video podcast: “Los 10 de Gastrónoma”

Un video podcast en el que se habla y se cocina. Se ha creado para conmemorar las 10 ediciones de Gastrónoma, con 10 invitados que han sido parte implicada durante estas 10 ediciones.

Profesionales con gran trayectoria en la gastronomía de nuestra comunidad que no han dudado en contarnos su parte más personal, analizar la realidad del sector y su experiencia en la feria gastronómica del mediterráneo.



TRAVELER NEWS

Laura Cardona, nombrada nueva directora del salón de turismo B-Travel

Laura Cardona es licenciada en Bellas Artes por la Universidad de Barcelona y cuenta con un máster en Comunicación y Crítica de Arte por la Universidad de Girona.

Cardona ha desarrollado su carrera profesional en los últimos diez años en agencias de eventos para la industria MICE.

La nueva directora del salón asegura estar muy ilusionada ante el nuevo reto: "Espero aportar mi experiencia al frente de la dirección de B-Travel y trabajar junto a todo el sector para contribuir a su consolidación como el salón de referencia para el público viajero final", ha afirmado.

En su última edición, el salón de turismo de Fira de Barcelona contó con más de 120 expositores directos y recibió la visita de más de 26.000 personas, consolidándose como el punto de partida de la temporada turística, al celebrarse justo antes de Semana Santa.

El equipo de Fira ya está preparando la próxima edición, que aspira a ir más allá de la tradicional feria de turismo con el objetivo de potenciar las vivencias del viajero y transformar el propio salón en un espacio donde el visitante sea protagonista.

B-Travel reafirma así su compromiso con la evolución del sector, apostando por la espe-

cialización en segmentos clave y por una propuesta que conecte con las nuevas demandas del

viajero moderno, consciente, informado y con ganas de vivir experiencias auténticas.



easyHotel refuerza su expansión en España con el nombramiento de su primer director de operaciones en el país

easyHotel, la cadena hotelera accesible y de bajas emisiones de carbono, ha nombrado a Guillermo Burgers Díaz como su primer director de operaciones para España. La creación de este puesto refleja la creciente importancia del país para la compañía, como muestran las recientes aperturas en Madrid y Barcelona- con un segundo en la Ciudad Condal-, junto con las próximas inauguraciones en Valencia y Alicante, consolidando a España como el mercado de mayor expansión para easyHotel.

Estos planes de crecimiento vienen respaldados por el reciente acuerdo de financiación de 29,2 millones de euros con CaixaBank, destinado a acelerar la expansión de la marca en España. Actualmente, el mercado español ya representa el 11% de los ingresos totales de

easyHotel, que han crecido un 23% interanual. Esta tendencia al alza confirma el papel de España como uno de los mercados más dinámicos de la compañía, donde la fuerte demanda de alojamientos asequibles y bien ubicados impulsa, tanto el rendimiento, como las

nuevas inversiones. Guillermo Burgers Díaz se une a easyHotel aportando sus más de 20 años de experiencia en operaciones hoteleras, gestión de activos inmobiliarios y liderazgo de equipos. Ha ocupado cargos de



responsabilidad en marcas internacionales como Hilton, Conrad, AC Marriott y Steigenberger, además de ampliar su especialización en consultoría y en el sector inmobiliario en Deloitte, HomeSelect y Azora.

TRAVELER NEWS

El Valencia Boat Show 2025, a punto de colgar el cartel de completo

El Valencia Boat Show 2025, que se celebrará del 22 al 26 de octubre en Marina Port Valencia, encara la recta final hacia su 16^a edición con cifras de récord. A una semana del cierre de inscripciones, el evento roza ya el 100% de ocupación, con un 98% del espacio ocupado por la exposición y un total de 159 marcas confirmadas, que exhibirán más de ciento cincuenta embarcaciones a flote y en seco.

Consolidado como referente internacional del Mediterráneo, el Valencia Boat Show desplegará su actividad en un emplazamiento único, con una su-

perficie de 47.000 m² a los pies del emblemático edificio Veles e Vents, en pleno corazón de la nueva Marina Port Valencia y a solo diez minutos del centro de la ciudad. Una ubicación privilegiada que combina innovación, diseño y la esencia del mar para acoger a las principales marcas del sector náutico.

El listado completo de marcas ya está disponible en la web oficial del salón (valenciaboot.com) e incluye nombres como Beneteau, Excess, Jeanneau, Hanse, X-Yachts, Azimut, De Antonio Yachts, Kumbra Yachts, Pardo Yachts, Bali Cata-



marans, Sessa Marine, Solaris Power, Fountaine Pajot, Moon Yachts, Fjord, Girbau Boats,

Maxus, Makai Yachts, Crownline, Maxim Yachts, Quicksilver, Yamaha o Pirelli, entre otras.

MÁLAGA SE CONSOLIDADA COMO PUERTO CLAVE PARA MSC CRUCEROS EN 2026

MSC Cruceros ha celebrado hoy en el puerto de Málaga un desayuno a bordo de MSC Virtuosa para presentar los resultados de la temporada de verano de 2025 de MSC Cruceros en la ciudad y adelantar algunas de las novedades previstas para el próximo año.

Durante 2025, MSC Cruceros ha realizado un total de 26 escalas en Málaga, una cifra que consolida a la ciudad como uno de los puertos más relevantes para la compañía en el Mediterráneo. Este volumen de operaciones no solo refuerza el papel estratégico de Málaga dentro de los itinerarios de MSC Cruceros, sino que también genera un impacto positivo en la economía y el turismo local, al atraer a miles de pasajeros que disfrutan tanto de la riqueza cultural de la capital como

de los encantos de su provincia. "Este encuentro refleja el compromiso de MSC Cruceros con Andalucía y, en particular, con Málaga como puerto estratégico dentro de nuestra programación en el Mediterráneo. La ciudad se ha consolidado como un punto clave no solo por su atractivo cultural y turístico, sino también como puerta de entrada para que los pasajeros puedan descubrir la riqueza de toda la región" – afirma Sofía Basterra, PR Manager de MSC Cruceros España.

De cara a 2026, MSC Cruceros mantiene la misma línea de compromiso con Málaga de los últimos años, con alrededor de 25 escalas anuales. MSC Cruceros prevé un total de 24 escalas en Málaga, de



las cuales 15 tendrán como punto de partida la propia ciudad. Este dato refuerza a Málaga no solo como ciudad de escala sino como puerto de embarque, lo que facilita que un número creciente de viaje-

ros puedan iniciar su experiencia de crucero desde la ciudad, abriendo un enorme abanico de posibilidades a los viajeros de todo el mundo para conocer no solo Málaga sino también Andalucía.

TRAVELER NEWS

Vueling refuerza la conectividad de invierno en España donde programa 15 millones de asientos

Vueling, compañía perteneciente al grupo IAG, programa 15,7 millones de asientos en toda su red para la temporada de invierno 2025, con especial énfasis en su base principal en Barcelona, el refuerzo de su red de aeropuertos estratégicos, el mercado nacional, los corredores internacionales y entre la Península y las Islas. La aerolínea ofrecerá más de 400.000 asientos adicionales en España con respecto al invierno anterior, alcanzando los 15 millones de asientos con origen o destino España. Vueling se ha enfocado en reforzar los corredores clave en España, con especial foco

en las conexiones entre la Península y las Islas Canarias, donde se han programado un 6 % de asientos adicionales en invierno, alcanzando más de 2 millones de plazas; y Baleares, con un 5 % de plazas más en invierno respecto al 2024 llegando a más de 765.000 asientos ofrecidos. Para dar respuesta a la operativa, la compañía mantendrá los tres aviones adicionales incorporados a Barcelona durante el verano, así como el avión adicional en Málaga y Sevilla. Reforzarán su presencia en Baleares con un avión en Palma de Mallorca y en Ibiza este invierno, que se mantendrán durante todo

el año. Alicante y Santiago también dispondrán de un avión más durante la temporada de invierno.

El mayor programa de invierno de Vueling en Barcelona, con más de 10 millones de plazas ofrecidas

En Barcelona, su base principal, Vueling ha programado más de 10 millones de asientos esta temporada, el mayor programa de invierno de la aerolínea en El Prat. La compañía ha reforzado las conexiones con las Islas Canarias, donde ha sumado cerca de un 6 % más de asientos durante invierno desde Barcelona. Además, el aeropuer-



to de El Prat dispondrá de más conectividad internacional durante la próxima temporada: un 10 % más de asientos hacia Francia, especialmente en la ruta Barcelona-París Orly, que alcanzará 50 frecuencias semanales este invierno, llegando a las 77 entre ambas ciudades (sumando también las conexiones con París-Charles de Gaulle).

Tu luna de miel con Travelplan: el comienzo de una historia que se cuenta viajando

Imagina que tu luna de miel no termina cuando vuelves a casa. Que ese primer viaje soñado es solo el comienzo de una historia llena de destinos inolvidables. Con Travelplan, el turoperador líder en España, esa idea se hace realidad: al reservar su viaje de novios, todas las parejas entran automáticamente en un sorteo que les permitirá seguir celebrando su amor con un nuevo viaje en su primer aniversario.

La gran novedad de esta campaña es que todos los destinos del catálogo de Travelplan forman parte de la promoción: desde las islas españolas hasta el Caribe, pasando por la amplia oferta de grandes viajes. Basta con reservar y registrarse para optar a los premios.

Premios del sorteo

- Primer premio: un viaje a Tailandia.
 - Segundo premio: un viaje a México.
 - Tercer premio: un viaje a República Dominicana.
- Además, cada pareja que reserve su luna de miel con Travelplan recibirá un obsequio especial según el destino elegido:
- Un pack exclusivo para reservas en Caribe y Grandes Viajes.
 - Un pack diseñado para Europa y Norte de África.

En palabras de Pura Sevilla, Brand Manager de Travelplan: «Con esta campaña hemos querido dar un paso más allá. Queremos que las parejas vivan su luna de miel como el primer capítulo de una historia de viajes que no termina nunca. Travelplan acompaña a



los novios en este momento único y les ofrece la posibilidad de seguir celebrando juntos, destino tras destino».

Con esta iniciativa, Travelplan refuerza su liderazgo en la turoperación española, demostrando que los viajes son mucho más que vacaciones: son recuerdos compartidos que crecen con cada nueva experiencia.

Para información y reservas, como siempre, en la agencia de viajes habitual o de referencia.

TRAVELER NEWS

PANGEA LANZA #BEPANGEA, LA COMUNIDAD DE VIAJEROS QUE INSPIRA UNA NUEVA FORMA DE VIAJAR

PANGEA, la tienda de viajes más grande del mundo, presenta #BEPANGEA, un proyecto que nace con el propósito de reunir a la mayor comunidad de viajeros reales, creadores y soñadores que encuentran en el viaje una manera de transformar el mundo.

Más que una iniciativa, #BEPANGEA es un movimiento: un espacio de encuentro para quienes inspiran con sus experiencias, para quienes comparten su manera única de descubrir el planeta y para quienes transmiten la esencia de PANGEA a través de la autenticidad.

Esta comunidad busca amplificar la voz de los viajeros, reforzar el posicionamiento de PANGEA como referente en experiencias únicas y generar un círculo exclusivo donde compartir conocimiento, creatividad y pasión.

Para ello, #BEPANGEA contará con una agenda propia de eventos en sus tiendas, que incluirá desde podcasts en directo hasta afterworks y experiencias inmersivas. Cada encuentro servirá no solo para vivir la esencia de PANGEA desde dentro, sino también para tejer redes de networking estratégico entre viaje-

ros, marcas colaboradoras, medios e influencers.

En este contexto, PANGEA anuncia la incorporación de Phil González como embajador de #BEPANGEA. Conferenciante internacional y autor de cinco libros, asesora a empresas y personalidades a la hora de comunicar en redes. Creador del movimiento mundial llamado Instagramers, Phil es una de las voces más influyentes del turismo en España, según el ranking presentado por Sergestur en Fitur en enero de 2025. Su papel será clave para impulsar esta comunidad, aportando inspiración y acercando a los via-



eros a nuevas formas de descubrir el mundo.

Con #BEPANGEA, PANGEA reafirma su compromiso de viajar como eres, viajar compartiendo... y ahora, también, viajar en comunidad.

PortAventura Convention Centre, premiado por cuarto año consecutivo en los M&IT Awards y reconocido internacionalmente en los MICEbook Awards

PortAventura Convention Centre ha sido distinguido nuevamente en el sector MICE, consolidando su posición como referente internacional en la organización de eventos. Recientemente, el centro ha recibido el premio bronce a mejor Centro de Convenciones de Europa de fuera de UK en los prestigiosos M&IT Awards 2025, celebrados el pasado 19 de septiembre en Londres, marcando el cuarto año consecutivo que recibe un galardón en este certamen. Además, en junio de 2025, fue reconocido como Mejor Espacio Internacional para Eventos en los MICEbook Awards entregados en el Londoner Hotel de Leicestershire Square. La gala de los M&IT Awards reunió a representantes destacados del sector MICE en una noche muy especial en el emblemático JW Marriott Grosvenor House de Londres. Este reconocimiento sitúa a PortAventura Business & Events en el podio junto a centros de convenciones de primer nivel internacional, como el CCIB Barcelona (plata) y el Grimaldi Forum de Mónaco (oro). Los M&IT Awards, organizados por la revista Meetings & Incentive Travel, y los MICEbook Awards, organizados por MICEbook, son reconocimientos de referencia en la industria, destacando la excelencia y la innovación en la organización de congresos y convenciones a nivel global.

“Hemos sido reconocidos con premios que reflejan el esfuerzo y compromiso de todo nuestro equipo por ofrecer experiencias únicas en el ámbito MICE. Estos galardones son un referente en la industria y nos otorgan prestigio internacional, motivándonos a seguir trabajando con ilusión e innovación constante para superar expectativas. Es un honor compartir escenario con sedes de referencia internacional”,



ha declarado Malin Nilsson, directora de PortAventura Business & Events / Convention Centre.

Con estos galardones, PortAventura Business & Events refuerza su posición como una de las sedes más destacadas del sur de Europa. Además, se consolida como un destino all-in-one para eventos, ofreciendo un completo abanico de servicios que incluye un centro de convenciones de vanguardia, diez hoteles y la posibilidad de abrir áreas temáticas de los parques en exclusiva, creando experiencias únicas y diferenciales para cada cliente.

TRAVELER NEWS

Explora Journeys invita a los huéspedes a saborear la temporada dorada del Mediterráneo con viajes a principios de otoño

Con el verano llegando a su fin, el Mediterráneo recibe la calma y los colores del inicio del otoño. Explora Journeys, la marca de estilo de vida de lujo del Grupo MSC, lanza una invitación única: abrazar la belleza de la temporada antes de que se desvanezca.

De ahora hasta noviembre de 2025, EXPLORA I y EXPLORA II ofrecen una selección de viajes de final de verano e inicios de otoño que muestran el Mediterráneo bajo una luz diferente: más tranquilo, más fresco e infinitamente más íntimo.

Desde las orillas del Egeo hasta los paseos artísticos de la Riviera Francesa y las siluetas volcánicas de Canarias, cada itinerario invita a los viajeros a redescubrir la ale-

gría de explorar sin prisas. "La temporada de otoño en el Mediterráneo tiene una magia sutil", ha afirmado Anna Nash, Presidenta de Explora Journeys. "Es un momento en el que los destinos muestran su esencia más auténtica: cuando los ritmos locales regresan, la luz adquiere nueva profundidad y claridad, y los viajeros pueden conectar con lugares y personas de una manera más genuina".

EXPLORA I: Viajes inmersivos por el Mediterráneo Oriental. A bordo de EXPLORA I, los huéspedes podrán descubrir una región donde el mito, la historia y la cultura han dado forma a algunas de las costas más icónicas del mundo. De septiembre a octubre, el bar-

co recorre el Mediterráneo Oriental, navegando por Grecia y Turquía. El Viaje entre Ruinas Magníficas y Mítos (2-8 de octubre) recorre desde Antalya hasta Estambul, con paradas en Pafos, Kusadasi y Mitilene. En estos escenarios cargados de historia, las grutas sagradas y las bahías soleadas dan paso a pueblos encalados, capillas bizantinas y bazarres impregnados de especias. EXPLORA II: La serenidad del final de temporada en el Mediterráneo Occidental.



EXPLORA II ofrece una experiencia paralela en el Mediterráneo Occidental, con itinerarios que salen de Barcelona, Civitavecchia (Roma), Santa Cruz de Tenerife y Lisboa. En el camino, los huéspedes podrán disfrutar de la elegancia de la Riviera y de los ritmos vibrantes de Sicilia y Cerdeña, en viajes que se desarrollan con una espontaneidad relajada.

La Fundación Valenciaport impulsa el turismo marítimo-pesquero en Valencia y Gandía con el proyecto Un País de Mar

El Puerto de Gandía acogió una jornada de concienciación sobre la biodiversidad marina y la cultura marítimo-pesquera, organizada por la Fundación Valenciaport, la Fundación Oceánica y Boramar, en el marco del proyecto Un País de Mar.

La jornada, que estuvo dirigida al alumnado de 5º de primaria de los colegios CEIP Les Foie y CEIP Joan XXIII, permitió a los escolares conocer de manera práctica la biodiversidad marina y la pesca sostenible.

Entre las actividades se incluyeron un taller sobre el Efecto Venturi y estudios oceanográficos, donde los alumnos comprendieron de forma experimental la mecánica de fluidos aplicada a la

navegación y su relación con la sostenibilidad en el transporte marítimo, y un taller sobre pesca y consumo sostenible, donde reflexionaron sobre las diferentes artes de pesca, fomentando decisiones responsables de consumo. Los escolares también realizaron un taller de laboratorio, en el que observaron muestras de plancton y microplásticos para comprender su relevancia en el ecosistema marino y la cadena alimentaria, y participaron en una experiencia en barco, en la que pusieron en práctica lo aprendido.

Además de los 67 estudiantes, la jornada contó con la asistencia de 2 concejalas del Ayuntamiento de Gandía, Inma Rodríguez, delegada de Bienestar, Inclusión, Fa-

milia y Juventud; y Esther Sapena, delegada de Educación. Estos talleres forman parte del conjunto de actividades gratuitas organizadas por el proyecto Un País de Mar en la Comunidad Valenciana, celebradas con el objetivo de difundir la importancia del sector marítimo-pesquero y a promover actitudes responsables hacia la protección del entorno marino de nuestras costas.

Más actividades en la Comunidad Valenciana

El pasado 22 de septiembre, los puertos de Valencia y Gandía acogieron también otras jornadas en



el marco del proyecto Un País de Mar, abiertas, en esta ocasión, a toda la ciudadanía.

En Valencia, los cerca de 60 asistentes realizaron una ruta en catamarán por la Marina de Valencia de la mano de Boramar, donde exploraron la historia y la tradición de las clóchinas valencianas, con una degustación final del producto.

TRAVELER NEWS

Arabia Saudí redefine el lujo a través de sus puertos deportivos y náuticos

Con una extensión de 1800 km de costa virgen en el mar Rojo, Arabia Saudí está redefiniendo el futuro de la navegación de lujo. Con puertos deportivos de última generación y clubes náuticos de gran lujo, Arabia Saudí está transformando sus costas en un centro mundial para los superyates. Estos clubes no son solo puntos de atraque, sino destinos de estilo de vida, puertas de entrada a la cultura y catalizadores de una nueva frontera de la navegación. Estos son los clubes más destacados que están dando forma al auge de Arabia Saudí en el mapa mundial de la navegación:

1. Jeddah Yacht Club & Marina: el primer centro de superyates de Arabia Saudí
2. AMAALA Yacht Club: la Riviera reinventada
3. Bay La Sun Marina & Yacht Club

La importancia de estos clubes

La nueva «super costa» de Arabia Saudí ya está aquí. Juntos, estos clubes náuticos forman una red de puertos deportivos de primera clase a lo largo de los 1800 km de costa

saudí del mar Rojo.

Con el apoyo de una normativa simplificada, una ventanilla única y un ecosistema en crecimiento de centros de buceo, empresas de alquiler y resortes de lujo, convierten el mar Rojo saudí en un destino perfecto para los superyates. Lo más importante es que no solo ofrecen amarres, sino que atraen a propietarios de yates, inversores y viajeros de lujo de todo el mundo, posicionando a Arabia Saudí como el gran Medi-



terráneo.

Desde Yeda hasta AMAALA, los clubes náuticos de Arabia Saudí son más que simples puertos deportivos: son el pilar de un nuevo estilo de vida de lujo que redefine lo que significa navegar con estilo.

Grupo Piñero conmemora el Día Mundial del Turismo con un “Turismo con propósito” y desarrolla iniciativas sociales, educativas y ambientales

Coincidiendo con la celebración del Día Mundial del Turismo, cuyo lema este año es “Turismo y transformación sostenible”, Grupo Piñero ha realizado diferentes acciones en favor de las personas y el planeta.

En el ámbito educativo, la compañía ha impulsado la entrega de material escolar. En el marco del Día Mundial del Turismo, Grupo Piñero reafirma en México su compromiso con la educación y el desarrollo de talento local, fortaleciendo la vinculación con instituciones académicas como el CECyTE. Como parte de esta acción, se realizó una donación destinada a enriquecer la formación de la carrera de Hotelería (A&B), con la entrega de plaque, mesas, sillas y vajilla de lento movimiento, así como la carrera de Aire Acondicionado y Refrigeración, con equipos de baja, evaporadoras, condensadoras, herramientas, minisplits y refrigerantes. Una iniciativa que refleja el compromiso del Grupo de impulsar la capacitación práctica de los estudiantes y prepararlos para un futuro profesional más sólido en el sector turístico.

Asimismo, en República Dominicana, las acciones también han tenido un fuerte componente cultural y comunitario, con la mejora de infraestructuras en zonas rurales y la Restauración de la Iglesia de Los Cacaos, como parte del compromiso con la conservación del patrimonio cultural local.

En España, a través de la colaboración con la Fundación Don Bosco en Tenerife, se ha realizado una iniciativa dirigida a jóvenes en ries-



go de exclusión social y laboral, ofreciéndoles la oportunidad de conocer de cerca el funcionamiento de las empresas turísticas, así como los distintos perfiles profesionales que conforman el sector. En el plano medioambiental, Grupo Piñero ha puesto en marcha un programa de forestación en Mallorca, con la participación de voluntarios y entidades locales, y ha apoyado la celebración de una carrera solidaria destinada a recaudar fondos para la lucha contra enfermedades respiratorias crónicas.

TRAVELER NEWS

Wizz Air refuerza su compromiso con Valencia con un incremento del 63,2% en el número de pasajeros

Wizz Air, la aerolínea elegida por más de 600.000 pasajeros valencianos el año pasado (1), reafirma su compromiso con la conectividad aérea en España con una capacidad récord de 10 millones de asientos este año. En el Aeropuerto de Valencia ha consolidado su posición como uno de los aeropuertos clave de Wizz Air en el país. Entre enero y septiembre de 2025, la aerolínea operó más de 3.100 vuelos (+54,8% en comparación con el mismo periodo de 2024) y transportó casi 680.000 pasajeros (+68,4%). Además, en 2025 la aerolínea internacional ofrecerá 1 millón de asientos desde Valencia. Desde que inició sus operaciones en la ciudad

en 2007, la compañía aérea ha transportado a más de 4,3 millones de pasajeros desde la capital de la Comunidad Valenciana.

En Valencia, estos resultados se han sustentado este año, en un índice de regularidad en sus vuelos del 99,8%, un incremento del 11,4% en la puntualidad y una disminución de la tasa de retrasos en salidas del 30% respecto al año anterior. Desde el inicio de sus operaciones, la compañía también ha contribuido a la creación de más de 3.200 empleos indirectos en la ciudad.

Teniendo en cuenta la conectividad aérea de toda la Comunidad Valenciana, incluyendo

los aeropuertos de Alicante-Elche Miguel Hernández y el de Castellón, el número total de pasajeros transportados en los primeros nueve meses de 2025 ascien-

de a casi 1,3 millones. En el mismo periodo, la aerolínea operó más de 5.800 vuelos en la región. Estos resultados se apoyaron en un índice de regularidad del 99,7%, un incremento del 18,4% en la puntualidad y una disminución de



la tasa de retrasos en salidas del 33,3% en comparación con el año anterior. Desde el inicio de sus operaciones, la compañía ha contribuido a la creación de más de 5.400 empleos indirectos en la Comunidad Valenciana.

Royal Caribbean organiza un evento exclusivo para agentes de viaje a bordo de Allure of the Seas en Barcelona

Royal Caribbean International celebró el pasado fin de semana un exclusivo evento comercial en el puerto de Barcelona a bordo de Allure of the Seas. El evento reunió a más de 60 asistentes, entre agentes de viajes y sus familiares, además de representantes de la compañía, y ofreció a los invitados la posibilidad de vivir una experiencia en primera persona con la marca vacacional.

Sergio Arévalo, Head of Sales for Iberia en Royal Caribbean International, explicó: "Queríamos ofrecer a los agentes de viajes y a sus familias una experiencia diferente, que les permitiera descubrir de primera mano todo lo que hace único a Royal Caribbean. Este tipo de iniciativas nos ayudan a fortalecer relaciones con el

canal de distribución y también amplificar nuestra presencia en el mercado a través de las redes sociales y el boca a boca de quienes han vivido la experiencia". El objetivo principal del evento fue crear una experiencia única en la que los agentes pudieran compartir momentos de Royal Caribbean con sus familiares y amigos, reforzando así el vínculo emocional con la marca.

Durante la visita, los participantes realizaron un recorrido guiado por Allure of the Seas que, tras una inversión de 100 millones de dólares, ha experimentado este año una transformación de proporciones épicas y continúa siendo uno de los cruceros más demandados de la compañía. Combinar experiencias audaces

con destinos de visita obligada para crear las vacaciones de verano de Europa, desde más de 35 formas de comer y beber hasta nuevas emociones y formas de relajarse.

La visita incluyó los principales espacios y restaurantes, así como un área reservada en el restaurante Windjammer y tiempo libre para experimentar algunas de las atracciones más icónicas del Allure of the Seas, como el simulador de surf FlowRider o el rocódromo. Con este evento, la compañía rea-



firma su compromiso con el mercado español y su estrategia de crecimiento basada en la diferenciación, la innovación y la creación de experiencias memorables para las familias. Se han previsto visitas adicionales para los agentes y sus familias a bordo de barcos como Harmony of the Seas y Legend of the Seas en 2026.

TRAVELER NEWS

SM el Rey Felipe VI, presidente de honor del VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo, que se celebrará en Madrid

De acuerdo con el escrito remitido por el Jefe de la Casa Real a la presidencia de la Unión Nacional de Agencias de Viajes, SM el Rey don Felipe ostentará la Presidencia de Honor del VI Foro UNAV para El Futuro del Turismo, que este año tendrá lugar en Madrid, el 22 de octubre, con el apoyo de la Consejería de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid. El evento, organizado en colaboración con la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV), se celebrará en la Facultad de Comercio y Turismo de la Universidad Complutense de Madrid. Felipe VI ya había aceptado esta representación en ediciones previas del Foro, aunque con anterioridad —desde el año 2010, siendo entonces Príncipe de Asturias— ya lo había hecho en otras ocasiones en etapas previas a este evento, bajo el forma-

to de congreso.

En la carta dirigida a UNAV, Su Majestad confía en que la nueva convocatoria “constituya un éxito” y aprovecha la ocasión para transmitir un “cordial saludo” a sus participantes. La aceptación de esta presidencia se corresponde con la tradicional implicación de esta institución con el turismo y con su movimiento asociativo, representado en este caso por UNAV, que es la entidad nacional decana de las agencias de viajes de España, fundada hace casi 48 años.

En la actualidad, esta asociación congrega a una cifra superior a las 3.000 agencias de viajes, que suman un total cercano a los 4.800 puntos de venta, además de cerca de una treintena de marcas líderes sectoriales en calidad de empresas adheridas. En el año 2002, el Gobierno de



UNAV
unión de agencias de viajes

FEMAV
FEDERACIÓN MADRILEÑA
DE AGENCIAS DE VIAJES

Comunidad de Madrid

España le concedió la Placa de Oro al Mérito Turístico. Forma parte del patronato del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR). Este evento es un proyecto nacido en 2020 para analizar la situación de nuestro sector en el

contexto de la normalidad surgida tras la crisis mundial del coronavirus. Con anterioridad a la edición, el Foro UNAV se ha celebrado en Gran Canarias (2020), en Córdoba (2021), en Almería (2022), en Úbeda, en Jaén (2023) y en Antequera (Málaga, 2024).

World2Meet compra el 50% de eBooking.com y se refuerza en distribución online

World2Meet (W2M), división turística de Iberostar, ha adquirido el 50% de eBooking, la segunda agencia de viajes online del mercado español. La operación permite al grupo comandado por Gabriel Subías dar un salto en el negocio de la distribución B2C y avanzar en su objetivo de consolidar un gran grupo turístico nacional, según ha adelantado Preferente.

eBooking, fundada por los exdirectivos de Booking.com Toni Raurich y Juan Ángel Martín, ha experimentado un crecimiento acelerado des-

de que ambos tomaron el control en 2019. La plataforma, con más de tres millones de alojamientos disponibles y presencia en 160 mercados, ha ido elevando su facturación año a año en un mercado competitivo como es el de las agencias de viajes online (OTA, por sus siglas en inglés).

Los últimos resultados depositados en el Registro Mercantil corresponden a 2023, cuando facturó 29 millones de euros, el doble que en 2022, y obtuvo un beneficio neto de 2,7 millo-

nes (2,3 millones un año antes). Su ebitda se situó en 3,6 millones frente a los 3,1 millones del ejercicio anterior. Las previsiones de la compañía contemplaban cerrar 2024 con un incremento del 161% en la cifra de negocios y del 172% en el ebitda, reflejo de la fuerte expansión que ha experimentado en los dos últimos años.



TRAVELER NEWS

El Club Business Travel by AVASA reúne a sus agencias en Madrid para analizar el futuro del sector y presentar nuevas soluciones tecnológicas

El Hotel Barceló Imagine de Madrid acogió una nueva edición del Club Business Travel by AVASA (CBTA), un encuentro que reunió a agencias asociadas y partners estratégicos en una jornada de trabajo centrada en la innovación, la digitalización y la competitividad del Business Travel.

Tras la recepción y café de bienvenida, el director general de AVASA Travel Group, Carlos López Bahillo, abrió la jornada con un análisis de mercado en el que destacó las tendencias actuales del sector y los retos inmediatos, como la irrupción de la inteligencia artificial y la importancia creciente de la

sostenibilidad en las políticas de viaje.

Entre las novedades más relevantes, se presentó Cytric, la misma tecnología utilizada por los grandes TMCs y que ahora está disponible para las agencias asociadas a AVASA. La sesión incluyó una demostración en directo de su integración con Copilot de Microsoft, que mostró las posibilidades de la IA aplicada a los viajes de negocios en términos de eficiencia, personalización y mejora de la experiencia del viajero. Posteriormente, los asistentes pudieron conocer en detalle la propuesta de Umbrella, compañía suiza líder mundial en la

gestión y automatización de perfiles de viaje, que mostró cómo su solución permite a las agencias centralizar información, reducir errores manuales y ganar en agilidad en la operativa corporativa.

La reunión también contó con la presentación de AVASA 365 Connect, un nuevo servicio exclusivo de AVASA que fue presentado por Cristina Alonso y Carlos López Bahillo. Esta herramienta de atención 24/7 para clientes corporativos se convierte en un apoyo clave pa-



ra las agencias, garantizando tiempos de respuesta más ágiles, especialización con personal propio, personalización de accesos y formas de pago, gestión de disputas, recuperación de importes de servicios no volados y un equipo de back up siempre disponible. Una propuesta que refuerza la independencia de las agencias y eleva la calidad del servicio al cliente.

Gabriel Escarrer, galardonado con el Premio Diamante a la Excelencia en Expansión Internacional por la Asociación Española del Lujo

En el marco de la primera edición de los International Luxury Awards – Diamonds of Excellence, organizados por la Asociación Española del Lujo – Luxury Spain, Gabriel Escarrer, Presidente de Meliá Hotels International, ha sido distinguido con el Premio Diamante a la Excelencia en Expansión Internacional.

La gala, celebrada en la emblemática Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, premió a 25 líderes de sectores tan diversos como la cultura, la moda, la tecnología, la sostenibilidad, el arte y la hospitalidad. Presidida por S.A.R. la Princesa Béatrice d'Orléans, la ceremonia marcó un hito al entregar por primera vez estos galardones que reconocen la

excelencia en su máxima expresión.

Gabriel Escarrer fue reconocido por "su papel transformador en el posicionamiento de la hospitalidad española en el ámbito internacional". La Asociación Española del Lujo ha destacado así el papel de Escarrer por haber consolidado la presencia de Meliá Hotels International en más de 40 países, elevando la marca a los más altos estándares en innovación, sostenibilidad y experiencia del cliente.

"Este reconocimiento es un reflejo del trabajo incansable de todo el equipo de Meliá y de nuestra vocación por llevar el alma de la hospitalidad mediterránea a cada



rincón del mundo," afirmó Escarrer tras recibir el galardón. "La excelencia no es un destino, sino una actitud constante que nos impulsa a innovar, a cuidar de las personas y a dejar una huella positiva allá donde estamos presentes."

Con este premio, la Asociación Española del Lujo reafirma el papel de Gabriel Escarrer como uno de los líderes más influyentes del sector turístico internacional, y destaca la contribución de Meliá Hotels International al prestigio global de la marca España.

TRAVELER NEWS

iryo refuerza su programa corporativo y simplifica sus tarifas para que viajar sea más fácil

iryo, operador privado de alta velocidad en España, impulsa el programa iryo Empresas y anuncia la simplificación de sus tarifas, reforzando su compromiso con ofrecer una experiencia de viaje más clara, flexible y adaptada a las necesidades de cada viajero.

Una propuesta que refuerza los viajes de negocio 'iryo Empresas' incorpora soluciones adaptadas para grandes corporaciones y pymes que elevan la calidad y la comodidad de los viajes de negocio combinando eficiencia, flexibilidad y sostenibilidad.

Entre sus principales ventajas, destinadas especialmente a las tarifas Inicial Superior, Infinita e Infinita.

Bistró, destacan:

- Cancelación gratuita: permite anular el billete sin coste adicional, ofreciendo máxima tranquilidad ante imprevistos.
- Cambios de horario en el mismo día: posibilidad de modificar la hora de salida sin coste adicional.
- Flexibilidad extra: posibilidad de viajar en otro tren sin cargo extra hasta dos horas después de la salida prevista en caso de pérdida del original.
- Selección gratuita de asiento.
- Descuentos exclusivos en las tarifas Infinita Bistró, Infinita e Inicial Superior.
- Asistencia dedicada: línea exclusiva de atención los 7 días de la semana, soporte en tierra y a bordo y atención personalizada para cada empresa.



- Club Yo Empresas: acceso al programa de fidelización de iryo, con beneficios adicionales para empleados durante el primer año de contrato, que incluyen:
 - Acumulación de un 3% en iryos por cada viaje.
 - Descuento del 30% en un bille-

te y del 50% en otro a partir del segundo año de adhesión.

- Posibilidad de canjear iryos por tarjetas regalo de El Corte Inglés y Amazon, o de convertirlos en puntos de otros programas de fidelización.

Turisme Comunitat Valenciana reactiva las obras de su nueva sede en València, que finalizarán en verano de 2026

Turisme Comunitat Valenciana ha reactivado el proyecto de construcción de su nueva sede en la ciudad de València, tras la firma del acta de comprobación de replanteo que marca el inicio oficial de las obras. El nuevo edificio permitirá dotar al organismo de unas instalaciones modernas, eficientes y adaptadas a las necesidades actuales de gestión y servicio público.

El contrato ha sido adjudicado a la empresa Diseño y Objetivos de Construcción, S.L., con un presupuesto total de 2.841.821,14 euros (IVA incluido), que contempla tanto la obra como el mobiliario. El proyecto, diseñado por el estudio AECOEstudio Partners, S.L., cuenta con un plazo de ejecución de ocho meses, de modo que la sede estará finalizada en verano de 2026.

La actuación retoma un proyecto que quedó paralizado en junio de 2022, tras el abandono

de la obra por parte de la constructora anterior.

La nueva adjudicación, formalizada el pasado 25 de agosto de 2025, garantiza la continuidad de las obras y la materialización de un espacio clave para la estrategia de modernización y promoción turística de la Comunitat Valenciana. La consellera de Innovación, Industria, Comercio y Turismo, Marián Cano, ha subrayado que el Consell "ha trabajado intensamente para resolver el problema heredado del abandono de las obras" y ha asegurado que



"el próximo verano dispondremos de una sede moderna y funcional al servicio del turismo valenciano".

TRAVELER NEWS

Room Mate Cosmo inaugura su gimnasio al aire libre en el rooftop con espectaculares vistas al Miguelete

Room Mate Hotels, la cadena fundada y presidida por Kike Sarasola, continúa reforzando su apuesta por ofrecer experiencias únicas a sus huéspedes y visitantes. En esta ocasión, Room Mate Cosmo (Av. de María Cristina, 8, Valencia), un hotel de estilo urbano y cosmopolita en pleno corazón de la ciudad, presenta la apertura de su nuevo gimnasio: un espacio al aire libre que combina diseño, comodidad y unas impresionantes vistas al Miguelete y al casco antiguo de Valencia. El gimnasio está equipado con todo lo necesario para que los clientes puedan mantenerse en forma durante su estancia, incluyendo:

Multiestación
Cinta de correr
Bici estática
Banco de entrenamiento
Juego de mancuernas de 4 kg a 16 kg
Bosu
Pelota de pilates
Bolas de peso
Disponible en horario de 7:00 a 22:00 horas todos los días de la semana, este servicio exclusivo para huéspedes refleja el firme compromiso de Room Mate Cosmo con el bienestar integral de sus clientes y su filosofía de cubrir todas sus necesidades para que se sientan como en casa.
Entrenar en este entorno privilegiado no solo supone cuidar la sa-

lud y el cuerpo, sino también disfrutar de una experiencia única que invita a desconectar, inspirarse y vivir Valencia desde una perspectiva inigualable, rozando el cielo mediterráneo.
Con esta apertura, Room Mate Cosmo refuerza su filosofía de crear espacios que combinan salud, estilo y momentos memoria-



bles, consolidándose como un referente de hospitalidad innovadora en la ciudad.

TUI Spain consolida su liderazgo en los cruceros fluviales con el lanzamiento del catálogo 2026 y un crecimiento del 15 %

TUI Spain, especialista en turismo emisor desde España para TUI Group, uno de los principales grupos turísticos del mundo, ha presentado el catálogo Cruceros Fluviales 2026, que consolida su posicionamiento en uno de los segmentos con mayor potencial de crecimiento dentro del mercado europeo.

La programación incluye 12 itinerarios principales por el Rin, el Mosela y el Danubio, operados en barcos fletados en exclusiva para el mercado español, con más de 40 salidas garantizadas entre mayo y octubre. Como novedad, se incorporan los programas "Especial Otoño" en el Rin y el Danubio, ampliando las opciones fuera de la temporada alta.

"Los cruceros fluviales mantienen un crecimiento constante en España, con un 15 % anual en los últimos tres años, y desde TUI

Spain queremos seguir liderando esta tendencia. El catálogo 2026 refuerza nuestra propuesta diferencial: barcos en exclusiva para nuestros clientes, asistencia en castellano en todas las salidas, experiencias culturales únicas y nuevos itinerarios de otoño que responden a la creciente demanda de viajar en temporada baja", señala Germán Hijón, director de producto y operaciones de TUI Spain, Portugal & Americas.

Crecimiento sostenido del producto

En los últimos tres años, los cruceros fluviales de TUI Spain han registrado un crecimiento medio del 15 % anual en reservas, con el Rin y el Danubio concentrando más del 70 % de la demanda. Este aumento refleja no solo el interés del cliente español por este tipo de producto, sino también la consolidación de la marca TUI como referente en este segmento.



TRAVELER NEWS

Vibra Mahou Fest Valencia presenta su cartel definitivo con Leo Rizzi, Pole., Lia Kali, Marmi, StormyKid y LA BEBE

La cuenta atrás ha comenzado. Vibra Mahou Fest Valencia, el festival de la plataforma de música de Mahou Cinco Estrellas, que sigue impulsando experiencias cinco estrellas en torno a los mejores directos, ultima los preparativos para su próxima edición. Las entradas están a la venta a un precio promocional de 25 € hasta el 4 de octubre. A partir de esa fecha, pasarán a costar 30 €.

El festival presenta su cartel definitivo con la incorporación del colectivo de DJs LA BEBE, que se suma a los conciertos ya anunciados de Leo Rizzi, Pole., Lia Kali, Marmi y StormyKid, conformando así una jornada musical que reunirá algunas de las voces con más personalidad del panorama actual.

Leo Rizzi, artista valenciano de proyección internacional, regresa a casa en un momento clave de su carrera. Con una sensibilidad única y una estética propia, ha conquistado al público con temas como Amapolas o No siempre quedará París, donde mezcla emoción, pop y una visión generacional que lo conecta con miles de oyentes.

A su lado estará Pole., uno de los nombres más destacados del pop urbano nacional. Con letras que transitan entre la nostalgia, la fiesta y lo cotidiano, y una base sonora que combina rap, guitarras y melodías coreables, su directo es uno de los más esperados por el público joven.

Lia Kali, por su parte, aporta una



de las propuestas más potentes y personales del cartel. Su voz inconfundible y su mezcla de soul, reggae, hip hop y mensaje social la han convertido en una de las grandes revelaciones del último año. Su presencia escénica, fuerza lírica y conexión con el público garantizan un mo-

mento clave en la jornada. Marmi, conocido por su espontaneidad y cercanía, conecta con la audiencia desde la naturalidad. Su estilo fresco y accesible, con canciones que hablan de amor, desamor y realidad cotidiana, le ha valido una base de fans sólida y creciente.

València impulsa una Red Nacional de Destinos Urbanos

La ciudad de València continúa avanzando en la construcción de su nuevo modelo de turismo sostenible, tal como ha subrayado este jueves la alcaldesa, María José Catalá, en un encuentro con los principales representantes del sector turístico de la ciudad. Catalá ha anunciado la puesta en marcha de dos iniciativas clave en este ámbito: la creación, a propuesta de València, de una red nacional de destinos urbanos, junto con otras ciudades de similares características para compartir estrategias, problemas, soluciones y experiencias con otras urbes que se enfrentan a retos similares y avanzar así en las mejores prácticas de turismo sostenible; y la puesta en marcha de un Modelo de Intervención Turística frente a Emergencias Climáticas (MITEC), que ha desarrollado la

Fundación Visit València. El encuentro, organizado con motivo del Día Mundial del Turismo que se celebra el próximo sábado, 27 de septiembre, ha contado con la presencia de diversas entidades y representantes de empresas turísticas, y con la participación de la concejala de Turismo y presidenta de la Fundación Visit València, Paula Llobet; del presidente de Cámara València, José Vicente Morata; de la directora de Europa Travel y presidenta de CEV València, Eva Blasco; y del director general de SH Hoteles y presidente de Hosbec València, Javier Vallés. La alcaldesa ha felicitado al sector por ayudar en los momentos más difíciles que ha pasado esta ciudad: "Nos ayudaron en el incendio de Campanar, en el incendio de la avenida del Puerto, y también en

la dana", ha destacado. Durante su intervención, María José Catalá ha explicado que el Plan Estratégico de Turismo Sostenible 2025-2028 apuesta por un turismo de calidad, que esté al servicio de la ciudad, equilibrado, humano y sostenible, y ha asegurado que "No queremos un turismo low cost que no respete la ciudad". En este sentido, ha recordado las medidas que el Ayuntamiento está llevando a cabo para potenciar el turismo de calidad, como el impulso a la inspección de pisos turísticos ilegales, "con un aumento del 261% respecto al anterior gobierno", ha destacado. También, la puesta en marcha de un grupo de trabajo para priorizar los cruceros que



supongan un mayor impacto económico positivo; y el desbloqueo de la construcción de hoteles. "El turismo -ha argumentado Catalá- crea 30.000 puestos de trabajo directos e indirectos en nuestra ciudad, y hay que garantizar ese empleo, pero hemos de fomentar que a nuestra ciudad venga un turista de calidad, que resalte a nuestros vecinos, que resalte nuestra ciudad y que genere un impacto económico positivo", ha afirmado la alcaldesa.

TRAVELER NEWS

Grup AVA celebra el décimo aniversario de su torneo de pádel para agentes de viaje

El pasado sábado, las pistas del Club de Pádel Udyr Sport (Palma) acogieron el X Torneo de Pádel del Grup AVA para agentes de viaje y sus familias, que contó con la participación de 30 jugadores y el patrocinio de Bedsonline, Iberia y Europcar.

“Estamos encantados de celebrar el décimo aniversario de este evento que hemos ido consolidando año tras año gracias al interés y la participación de agentes y familiares, así como del apoyo de nuestros patrocinadores. A todos ellos quiero darles las gracias por hacerlo posible y emplazarles a que repitan participación el año que viene”, explica Santiago Piña, presidente del Grup AVA, al tiempo

que recuerda que la fiesta culminó con una cena a la que asistieron más de cincuenta personas y en la que los patrocinadores sortearon importantes premios entre los agentes de viajes asistentes.

Previamente a la cena y divididos en dos categorías -principiantes (B) y jugadores habituales (A)-, a lo largo de la tarde del sábado los 30 jugadores de todas las edades disputaron sus respectivos partidos. Aunque el resultado fue lo menos importante del encuentro, así finalizaron ambas competiciones:

Categoría A:

Campeón: Jordi Martorell, de Viajes Llabres.

Subcampeón: Llorenç Galmés, de Viatges Tramuntana.



Categoría B:

Campeona: Sofia Forcen, de Viajes Sura Business.

Subcampeona: Victoria Forcen, de Viajes Sura Business.

Los cuatro recibieron sus correspondientes trofeos de manos del

presidente del Grup AVA y los representantes de Bedsonline, Iberia y Europcar. El broche final a la jornada lo puso una cena de hermandad en las instalaciones del Udyr Sport, marcada por el buen ambiente.

Rio de Janeiro triple ganadora en los World Travel Awards Sudamérica 2025

La ciudad de Rio de Janeiro fue reconocida como principal destino de playa, principal destino de escapadas, y líder en festivales y eventos de Sudamérica 2025, durante la ceremonia de gala de los 32º World Travel Awards Latinoamérica 2025, celebrada Cancún, México.

La segunda etapa de los World Travel Awards 2025 contó con la presencia de las principales figuras del mundo de los viajes y el turismo, que se reunieron para reconocer, premiar y celebrar la excelencia en todos los sectores de la industria turística.

Este triple galardón posiciona en lo más alto a esta ciudad que recibe a sus visitantes con los brazos abiertos de su monumento más famoso,

el Cristo Redentor, en la cima del Corcovado.

Recorrer las icónicas playas de Copacabana e Ipanema, caminar por costanera, o internarse en algunos de los bares que abundan en la zona para tomar una caipirinha y escuchar la música envolvente del bossa nova, permiten respirar la esencia de la ciudad. Rio de Janeiro ofrece también grandes atractivos culturales, gastronómicos, de ocio, y de multitudinarios eventos gratuitos, como el concierto en mayo de Lady Gaga, en la playa de Copacabana, que reunió a más de dos millones de personas.

La ciudad recibió más de un millón de turistas en el primer se-



mestre de 2025, un crecimiento del 51,8% en las llegadas de viajeros extranjeros, y apunta a su-

perar la meta anual de 1,8 millones previsto por el Gobierno del Estado.

TRAVELER NEWS

Europlayas y la Agència Catalana de Turisme presentan dos nuevas rutas para descubrir Cataluña

El turoperador Europlayas y la Agència Catalana de Turisme han celebrado conjuntamente en Madrid un evento de presentación para dar a conocer dos de las rutas del Grand Tour de Cataluña que comercializará la mayorista: "Una aventura en el corazón de Cataluña" y "Un viaje mágico por Cataluña".

La cita ha reunido a un selecto grupo de agentes de viajes, prensa especializada y profesionales del sector turístico, que han podido conocer de primera mano el potencial de estas rutas turísticas que invitan a sumergirse en un viaje mágico por Cataluña. Un formato innovador para vivir la diversidad

cultural, patrimonial, natural y gastronómica de la región catalana a través de experiencias únicas.

Los invitados al evento han podido conocer en detalle estas dos rutas del Grand Tour de Cataluña, así como los itinerarios y experiencias que ofrecen, todo ello mientras disfrutaban de una experiencia que evocaba la riqueza y diversidad gastronómica de la región. El Grand Tour de Cataluña es un recorrido circular que invita a descubrir la riqueza del territorio catalán a través de diferentes itinerarios que combinan grandes iconos y rincones menos conocidos. En esta ocasión, Europlayas ha confec-

cionado dos propuestas específicas:

Una aventura en el corazón de Cataluña: propone recorrer la Cataluña interior con paradas en Girona, el lago de Banyoles, Figueres y el universo Dalí, los pueblos medievales como Besalú, la Garrotxa volcánica, Ripoll como cuna de Cataluña, o la monumental Cardona con su impresionante Montaña de Sal, para terminar en la Costa Brava y sus vinos del Empordà.



Un viaje mágico por Cataluña: con un enfoque más mediterráneo y cultural, desde el Barrio Gótico y El Born de Barcelona hasta los pueblos costeros de Sitges y Vilanova, pasando por Montblanc y su encanto medieval, el Priorat vinícola, los paisajes del Delta del Ebro o el legado romano de Tarragona.

Los hoteles independientes tendrán su cita con la innovación: Keytel lanza la 2a edición de sus Premios a la Innovación Hotelera 2025

Con más de 3.800 hoteles asociados en 90 países, Keytel, la primera alianza mundial de hoteles independientes, impulsa la innovación y la competitividad del sector con la segunda edición de sus Premios a la Innovación Hotelera 2025. Este certamen reconoce a los proyectos, personas y organizaciones que están transformando la industria hotelera mediante la innovación, la sostenibilidad, la visión estratégica y la excelencia operativa.

La ceremonia de entrega de premios se celebrará el 21 de enero de 2026 en la Casa de Burgos, Madrid, durante la tradicional Cena del Hotelero, coincidiendo con la primera jornada de FITUR.

Convocatoria abierta

El plazo de candidaturas estará abierto desde el 29 de septiembre hasta el 30 de noviembre de 2025 a las 23:59h. Los hoteles podrán presentar un máximo de tres proyectos en formato de caso de estudio, detallando objetivos, ejecución, resultados y métricas de impacto.

Criterios de valoración

Los Premios a la Innovación Hotelera 2025 reconocerán aquellos proyectos que destaque por su aportación real y transformadora al sector, valorando especialmente los siguientes aspectos: Sostenibilidad: compromiso sólido con prácticas responsables que reduzcan el impacto ambiental y promuevan la conserva-

ción de recursos naturales, además del impacto social positivo en equipos, comunidades y clientes.

Innovación tecnológica e

IA: uso disruptivo de la tecnología, incluyendo inteligencia artificial y soluciones digitales, que mejoren la gestión operativa y, sobre todo, enriquezcan la experiencia del huésped en cada etapa de su viaje.

Experiencia del huésped: capacidad para ofrecer vivencias únicas y memorables a través de la excelencia en el servicio, el diseño, la



gastronomía o la oferta cultural y de ocio.

Impacto medible: resultados tangibles en eficiencia operativa, optimización de costes, satisfacción del cliente, generación de ingresos y posicionamiento competitivo. Escalabilidad y replicabilidad: potencial del proyecto para crecer, ser aplicado en distintos contextos o convertirse en un referente dentro de la industria.

TRAVELER NEWS

Pipeline Software integra WebBeds en su plataforma Orbis Hoteles

Pipeline Software, compañía tecnológica especializada en soluciones para agencias de viajes, ha certificado la integración de WebBeds, marketplace hotelero de alcance global, en su plataforma de reservas hoteleras Orbis Hoteles. Gracias a esta nueva conexión, las agencias usuarias de Orbis Hoteles pueden consultar y reservar en tiempo real los productos de WebBeds de forma totalmente automatizada.

Más inventario, mismo flujo de trabajo

Amplía tu inventario sin cambiar la operativa: WebBeds se incorpora al mismo buscador y proceso que ya utilizan tus agentes a diario. Los números hablan por sí solos:

La fórmula es simple: misma búsqueda=más resultados=sin curva de aprendizaje. WebBeds se integra de forma tan natural que tus agentes ni siquiera notarán que están accediendo a un proveedor nuevo... hasta que vean las opciones adicionales en pantalla.

Tecnología para ganar eficiencia

La plataforma Orbis Hoteles incluye funcionalidades como: IA para resolución automática de mapeos y duplicidades en establecimientos. Segmentación fiscal de reservas (Régimen General / Régimen Especial) desde el propio buscador, facilitando la gestión contable y fiscal de las agencias.

Declaraciones

"Estamos convencidos de que esta colaboración será un éxito para ambas partes. Para WebBeds es un paso más en su apuesta decidida por el B2B, el cual le permitirá llegar a clientes estratégicos en el mercado tradicional, y a su vez, podremos proveer a nuestros clientes de un catálogo de más de 500k hoteles en todo el mundo con disponibilidad en tiempo real y personal en destino." Señalan desde WebBeds. Sebastián Briones, Director General



de Pipeline Software, afirma: "Esta integración responde a nuestra filosofía de ofrecer a las agencias una herramienta completa, ágil y con las máximas garantías. Contar con WebBeds como proveedor certificado reforza nuestra propuesta de valor en el canal B2B hotelero."

Valinor Representaciones Turísticas lanza una serie de webinars dirigidos a profesionales del sector en España y Portugal

Valinor Representaciones Turísticas ha puesto en marcha una completa jornada de webinars con el objetivo de dar a conocer los productos y servicios de sus representados entre los profesionales del sector turístico de España y Portugal. El programa se desarrollará entre octubre de 2025 y febrero de 2026, y contará con la participación de empresas y destinos internacionales que presentarán sus novedades a agencias de viajes, mayoristas, minoristas y especialistas MICE.

Programación confirmada:

- 14.10.2025 Cancún Travel Group - México
- 28.10.2025 Aventuras 2000 - Panamá
- 11.11.2025 Nexit - Portugal
- 25.11.2025 Panamericana de Viajes - Colombia
- 11.12.2025 Vipac - Perú
- 13.01.2026 Jetwing - Sri Lanka

27.01.2026 Melo Travel - Azores
10.02.2026 Travel One - Madeira
Para registrarse en el webinar de su interés, los profesionales pueden acceder a las redes sociales de Valinor:
• Instagram: @valinor.mundo.luso
• LinkedIn: valinormundoluso
• Correo: angela.turbay@e-valinor.com

Con esta iniciativa, Valinor refuerza su compromiso con la formación continua y el acercamiento al canal profesional, apostando por el formato digital como herramienta eficaz para mantener la conexión con el sector y seguir generando valor añadido a sus socios y colaboradores.

REPRESENTACIONES TURÍSTICAS
VALINOR