

AEVAV CELEBRA CON ÉXITO DE PARTICIPACION SU II WORKSHOP

# *Gaceta del* **Turismo**

VERANO 2019

REVISTA TURISTICA PARA LOS PROFESIONALES DEL SECTOR

## **Benidorm Capital Turística**

Apuesta por la diversificación  
y la innovación tecnológica

ENTREVISTA CON  
**Nuria Montes**  
Secretaria General de  
**HOSBEC**

### **PROTAGONISTAS DE ESTA EDICION**

**Miguel Gimenez** Presidente de Aevav  
**Richard Vogel** Presidente de Pullmantur Cruceros  
**Josep Belles** Director General de Beroni  
**Arvin Abarca** fundador y Ceo de Grandvoyage.com  
**Antoni Frau** Director General de Traveltool  
**Ana García** Directora de Marketing de Ávoris  
**Antonio González** Presidente de ACAVyT

### **NOTICIAS Y NOVEDADES EN**

## **Gaceta del Evento**

# **VI EDICION PREMIOS**

## **Lideres del Turismo**

Gaceta del Turismo vuelve a reunir al sector en una gran noche

FlowRider® - Solo en Royal Caribbean®



# ALLURE OF THE SEAS MEDITERRÁNEO 2020

HASTA  
**30%** DE  
DESCUENTO +

PRECIOS  
ESPECIALES  
FAMILIAS



¡El Allure of the Seas® trae nuevas emociones al Mediterráneo! Y es que navegará desde Barcelona en la primavera de 2020. Embárcate y vive grandes aventuras.

**MEDITERRÁNEO CLÁSICO**

7 Noches desde Barcelona

Salidas del 10 de mayo al 25 de octubre de 2020

CAMAROTE INTERIOR DESDE

**899€**

[RoyalCaribbean.es](http://RoyalCaribbean.es)



Precio desde, por persona, en camarote doble interior y sujeto a disponibilidad. Incluye: tasas de embarque, pensión completa a bordo (incluida selección de bebidas sin alcohol y no gaseosas). No incluye: prepago de servicio a bordo. Rogamos consultar itinerario, fechas de salida y programas aplicables. Precio vigente en el momento de la edición del presente material: mayo de 2019. La promoción "Hasta el 30% de descuento en tu crucero" es válida para nuevas reservas. Es aplicable únicamente a la tarifa base del crucero 1er y 2o pasajero. Es aplicable a todos los cruceros Royal Caribbean con salida en 2019 y 2020. Están excluidos de la promoción los cruceros con salida desde China. Descuento ya aplicado en el precio del crucero. La promoción "Precios especiales para Familias" es válida para nuevas reservas. Es aplicable al tercer y al cuarto pasajero viajando en el mismo camarote que el primero y segundo pasajero. En toda reserva, el tercer y cuarto pasajero siempre deberá abonar el 100% de las tasas y el servicio a bordo. El descuento es de hasta un 30% sobre el precio base del crucero en determinadas salidas de 2019 y 2020. Promoción válida para las reservas efectuadas en todas las categorías de camarotes. Rogamos consultar condiciones específicas de las promociones, barcos, salidas e itinerarios a los que aplica. Sujetas a disponibilidad y plazas limitadas.

DIRECTOR  
GENERAL EDITOR  
RAFAEL MIÑANA SEVILLA

REDACCIÓN Y OFICINAS  
Avd. de Francia, 161 - 1º Planta  
46009 - Valencia  
Teléfono: 627 944 344  
email: info@gaceta3.com

COLABORADORES  
Encarna Fernandez (Madrid)  
Manel Antoli (Barcelona)  
Iñaki Eguía (País Vasco)  
Cris Calatayud (Valencia)  
Rafael Campos (Miami)

.....

Juan A. Calabuig  
Lucia Martínez  
José Sánchez  
Antonio Picó  
Esteban Gonzalo  
Salvador Soria  
Mariola Calabuig  
Francisco Grau

DESARROLLO WEB  
Dual Red - Pipeline Software  
ASESORIA JURÍDICA  
Roque Gambarro  
IMPRESIÓN GRÁFICA  
Impresos G2  
DISEÑO Y MAQUETACIÓN  
Miquel Llargués (mklMedia)

DISTRIBUCIÓN  
DE LA REVISTA  
Navieras - Agencias de Viajes -  
Operadores Logísticos -  
Organiza- dores de Congresos -  
Viajes de Incentivo - Gruperos  
Viajeros en grupo -  
Viajeros de Negocios -  
Organizadores de Eventos -  
Agencias On Line -  
Hoteles de 3, 4 y 5 Estrellas  
Instituciones -  
Asociaciones de Empresas -  
Comercio Exterior -  
Banca - Seguros.

GACETA DEL TURISMO  
Copyright © Todos los Derechos  
Reservados.

# Editorial

## Valencia, capital de la industria turística de España



Queridos lectores, volvemos este trimestre con nuevos contenidos y con la gran satisfacción de poder afirmar que volvimos a conseguir unir a todo el sector en una gran Noche de toda la Comunidad Turística.

Gaceta del Turismo y del Transporte reunió un año más a todos los agentes de viajes y logística para premiar a las empresas destacadas que han aportado valor al sector número uno de la economía Española. Por supuesto queremos agradecer a todos su asistencia desde estas páginas y seguir animándoles para que cada edición siga siendo un éxito de armonía, colaboración y asistencia.

Y es que no nos cansamos de decirlo, especialmente a los que a veces afirman que tenemos muchos premiados. Pero, querido lector, es que hablamos de la primera industria del país donde

convergen multitud de actividades que hacen a este gran sector ser tan transversal, ya que desde que uno sale de su casa con su maleta para irse de viaje hasta que regresa de nuevo intervienen muchos agentes y empresas de todo tipo.

El ciudadano de a pie desconoce en su mayoría toda la amalgama de trabajos que conlleva tras de sí un viaje y para destacar todas esas actividades precisamente estamos los Medios de Comunicación profesionales apostando por estas empresas casi invisibles pero grandes generadoras de riqueza y puestos de trabajo...que es lo más importante en cualquier gran país..

El Hotel Las Arenas Spa and Resort fue el escenario de uno de los grandes acontecimientos anuales del sector de eventos y turismo acogiendo a más de trescientos invitados que disfrutaron de sus instalaciones y de su gran terraza al mar Mediterráneo. Por supuesto contamos con las Autoridades Turísticas, que nos apoyaron en todo momento, y aprovechamos el momento para hacernos eco del sector y pedir más y mejor trato para nuestras empresas..... en su mano les dejamos el seguir o no el consejo de esas voces del sector. Aunque sabemos también que la valoración por parte de las empresas en los últimos años es de cercanía y positividad tan necesaria en cualquier actividad que tenga que ver con la política regional.

Y siguiendo con nuestro contenido veraniego destacamos varios acontecimientos dentro de nuestra nueva sección GACETA DE EVENTOS donde el lector encontrará entrevistas con diferentes protagonistas del sector, los cuales nos cuentan sus principales preocupaciones, evalúan sus pasados ejercicios y nos amplían sus proyectos de futuro..

No quiero terminar este editorial sin mencionar NUESTRA PORTADA que dedicamos a una de las profesionales más destacadas del panorama turístico español como es Nuria Montes, Secretaria General de Hosbec, el lobby hotelero más importante de la región Levantina quien nos habla sobre la situación hotelera y turística de la Comunidad Valenciana y de España.



Rafael Miñana  
Director General  
Grupo Gaceta 3

Secretaría General de Hosbec

**NURIA MONTES****“La paralización del mercado británico la están cubriendo el turismo nacional y otros mercados extranjeros”**

*Nuria, nos encontramos a principios del verano y me gustaría preguntarle por dos temas importantes ¿cómo se ha comportado la campaña del invierno y cuáles son las previsiones del sector para este verano?*

El invierno ha sido bastante estable. El comportamiento de todos los mercados ha sido bueno y no se han registrado variaciones significativas respecto de años anteriores, aunque quizá lo más relevante sea una desaceleración de la ocupación hotelera entre uno y dos puntos respecto a 2018, y una clara paralización del mercado británico, aunque su hueco (un 6%) lo están cubriendo sin problemas el turismo nacional y otros mercados extranjeros.

Quizá lo más significativo de estos seis primeros meses fue la catastrófica Semana Santa por los fenómenos meteorológicos adversos.

Nuestras previsiones para el verano siguen la misma tónica: vamos a experimentar alrededor de 2 puntos de ocupación hotelera por debajo del pasado año, aunque también hay indicadores que nos muestra que pueden igualarse los registros de 2018. No hay que olvidar que estamos situados en máximos tanto de ocupación como de ratios económicos, así que estas correcciones de momento no parecen preocupantes.

**Tras la negativa del Gobierno español a la proposición presentada por CEHAT del que sois miembros sobre aplicar nuevas condiciones del IMSERSO ¿Cuál es la posición de HOSBEC al respecto?**

Nuestra posición no ha variado: pensamos que el Gobierno de España está siendo muy insensible ante las reivindicaciones de la industria hotelera que es la que ha sostenido este programa durante los últimos 30 años. Sólo hemos pedido no perder dinero, que creemos que es algo que nadie nos lo puede negar.

El recurso sólo era el medio legal para hacer valer nuestras posiciones. Aun así, la propia resolución dictada por el Tribunal Administrativo nos deja sorprendidos al apartarse de toda su doctrina previa y hacer una resolución, cuando menos, inédita.

Si el IMSERSO no rectifica, este programa

**“Si el IMSERSO no rectifica, este programa está herido de muerte: caerá en la insostenibilidad y no se podrá ofrecer un producto con la mínima calidad necesaria”**

**“Preferimos a Francesc Colomer al frente del turismo de la Comunitat Valenciana, antes que una Conselleria en manos de otros responsables”**

está herido de muerte: caerá en la insostenibilidad y no se podrá ofrecer un producto con la mínima calidad necesaria.

**En la Comunidad Valenciana hemos estrenado gobierno autonómico recientemente ¿Qué le pide la asociación empresarial HOSBEC al nuevo gobierno valenciano?**

Que no invente cosas raras. No estamos ante una situación que nos permita muchas alegrías, así que mantener el trabajo serio que se ha hecho en los pasados 4 años y consolidar proyectos iniciados parece algo necesario. Pero no podemos distraernos en debates estériles e innecesarios.

**¿Esperaba HOSBEC que la reivindicación del sector de tener una Conselleria exclusiva de Turismo se cumpliera?**

Sí, Sobre todo por la necesidad de tener una estructura mayor que permita afrontar proyectos de más envergadura: al final las personas son necesarias, y la estructura de Turisme Comunitat Valenciana necesita un refuerzo para poder llegar a todo. No obstante, estamos muy satisfechos que Francesc Colomer continúe al frente del turismo de la Comunitat Valenciana porque eso era lo verdaderamente importante: preferimos

a Colomer antes que una Conselleria en manos de otros responsables.

**HOSBEC siempre ha sido un lobby preferente en el ámbito turístico en Benidorm. Hoy en día, tras su apuesta de futuro, están en toda la Comunidad Valenciana con presencia en Castellón y Valencia ¿Cómo valora este nuevo camino emprendido?**

Estamos muy satisfechos del trabajo que se está haciendo tanto en Valencia como en Castellón, aunque somos conocedores que este trabajo no se puede construir en este poco tiempo. En Benidorm llevamos 42 años trabajando, y en Valencia y Castellón apenas 2 y 1 respectivamente. Es necesario consolidar, pero lo hacemos sobre bases muy sólidas, así que estamos seguros que el trabajo se notará.

**Benidorm, como capital turística vacacional de la Comunidad Valenciana, está apostando en los últimos tiempos también por otros sectores como el MICE, los Destinos Turísticos Inteligentes, etc. ¿Cómo valora HOSBEC esta diversificación?**

La diversificación y la innovación tecnológica son las garantías de futuro y Benidorm hace ya varios años que lo tiene muy claro. No sólo es la capital turística vacacional, sino que también es la ciudad de vanguardia que testa nuevas estrategias para consolidar su posición de liderazgo. Por ello, trabajamos y diseñamos una promoción por productos, centrándose en aquellos en los que tiene mayor éxito: en este caso son el producto deportivo y el producto MICE. Y este trabajo, junto con el de la inteligencia y digitalización, se realiza en total colaboración y sinergia entre sector público y sector privado. Por eso tiene éxito y se implanta sin problemas.

**Hoy más que nunca estamos sensibilizados cada día más concienciados con la sostenibilidad ¿qué lugar ocupa en HOSBEC este tema?**

El sector turístico, y el hotelero en particular, está cada vez más comprometido con una gestión empresarial sostenible, socialmente



responsable y cada día más acorde con la sensibilidad que demanda la sociedad actual. Sólo existe este camino posible.

Ya contamos con amplia experiencia en la aplicación de políticas medioambientales: gestión de residuos, ahorro de agua, eficiencia energética y programas de responsabilidad social como los programas de igualdad de género o de colaboración con entidades benéficas. Y en 2019 nos hemos sumado de lleno en la lucha contra el desperdicio alimentario como objetivo prioritario dentro de los objetivos de desarrollo sostenible.

### **Hosbec en cifras:**

273 empresas asociadas  
88.000 plazas  
20.000 trabajadores  
1.000 millones de euros  
de facturación media anual.

Para implantar todas estas políticas es fundamental una organización como HOSBEC que sirve de unión y de enlace entre la filosofía y la realidad empresarial.

*Nuria, como una de las más destacadas ejecutivas del turismo en España, ¿Cuál es tu opinión sobre la posición que ocupan las mujeres en la toma de decisiones importantes en el sector?*

El sector turístico puede presumir de ser un sector en el que la incorporación femenina a los puestos directivos se da en un porcentaje más elevado que en el resto de sectores. Al final no se trata de una cuestión de género, sino de una cuestión de talento. Y en el turismo hay mucho talento entre las mujeres y las empresas no pueden permitirse dejarlo escapar.



Director General de Calima Vacaciones

## ANTONIO MIRAGALL

«Nuestro valor añadido es el servicio personal al agente de viajes y el cariño y la profesionalidad que le dedicamos a nuestro trabajo»



La mayorista valenciana Calima Vacaciones celebra este año su 25 aniversario. Radicada en Jávea (Alicante) ha sido pionera en la oferta de paquetes vacacionales a Ibiza en barco desde Denia, destino en el que son especialistas desde 1994. Actualmente ofrecen este producto para todas las Islas Baleares y excursiones diarias a Ibiza y Formentera, tanto diurnas como nocturnas, así como la práctica totalidad de entradas a parques temáticos.

Antonio Miragall, director general de Calima Vacaciones destaca que para ellos el agente de viajes «lo es todo», ya que a través de las agencias se encauza el cien por cien de sus ventas. «Recuerdo que en 1994 empezamos con un listado de 325 agencias entre Valencia, Alicante, Castellón, Murcia y Albacete, hasta llegar a la actualidad, en la que atendemos a agencias de toda España».

**¿Qué supone para una empresa valenciana de touroperación alcanzar el 25 aniversario?**

Evidentemente, supone un orgullo. Cumplir 25 años, siendo una mayorista tradicional, vendiendo exclusivamente a agencias de viajes minoristas ha supuesto un reto alcanzado con muchísimo esfuerzo, seriedad y profesionalidad.

**¿Cómo empezó Calima Vacaciones y cuáles son las principales actividades que desarrolla en la actualidad?**

Iniciamos nuestra actividad en 1994, ofreciendo paquetes vacacionales hacia Ibiza en barco desde Denia, destino del que fuimos pioneros, aunque nuestra experiencia en este destino se remonta a 1984, año en el que comenzaron nuestros contactos con la primera compañía que empezó a operar la línea Denia-Ibiza.

Posteriormente ampliamos nuestro producto al resto de las Islas Baleares. Actualmente, seguimos ofreciendo excursiones diarias a Ibiza y Formentera, tanto diurnas como nocturnas. También, ofrecemos la práctica totalidad de entradas a parques temáticos, tanto a nivel de grupo como individual.

Ha cambiado mucho el mundo de las agencias de viaje y las mayoristas, recuerdo, que en aquellos primeros años, las confirmaciones de las reservas se realizaban por fax, eran otros tiempos y las notificaciones vía e-mail, que hoy nos parecen tan sencillas, ni siquiera existían. Desde entonces hemos recorrido un largo camino.

**¿Qué novedades presenta Calima Vacaciones para esta campaña de verano?**

Básicamente continuamos con paquetes

diarios a Ibiza, Mallorca y Formentera, desde Denia y Valencia, ofreciendo cada día más alternativas, más alojamientos y más posibilidades de disfrutar y siempre intentando dar el mejor servicio y precio.

**¿Qué significa para Calima Vacaciones la figura del agente de viajes?**

¿Qué te voy a contestar?. Lo es todo. Toda nuestra venta se encauza 100% a través de las agencias de viaje. Han sido, son y serán nuestros clientes. Recuerdo que en 1994 empezamos con un listado de 325 agencias entre Valencia, Alicante, Castellón, Murcia y Albacete, hasta llegar a la actualidad, en la que atendemos a agencias de toda España.

**Para terminar, ¿cuáles son los valores añadidos de Calima Vacaciones? ¿en qué se distingue su servicio y oferta?**

Pienso que el cariño y la profesionalidad que le dedicamos a nuestro trabajo cada día. El servicio personal al agente de viajes. Ese es nuestro valor añadido y el que nos ha hecho crecer durante estos 25 años.

Y al respecto, me gustaría dar las gracias a todos nuestros clientes y proveedores, por la confianza durante estos años, y utilizando un símil naviero, que esta singladura sea productiva para todos, al menos 25 años más.



Travelplan

# PANAMÁ

*Un viaje al  
auténtico paraíso*

## GAMBOA Y PLAYA BONITA

7 DÍAS / 5 NOCHES

desde **965€**

por persona

Visitando:

GAMBOA Y PLAYA BONITA



*Director General de Traveltool*

## ANTONI FRAU

*“Queremos que nuestras agencias sean más competitivas frente a las agencias verticales y online”*

**Diez años después de su lanzamiento en 2009 el grupo de gestión de agencias de viajes Traveltool, perteneciente a Logitravel, se ha reinventado y suma a su potente inversión tecnológica en desarrollo y sistemas una línea de producto, lo que proporciona a las agencias independientes la posibilidad de competir con las grandes verticales y las .com.**

**En esta entrevista Antoni Frau, director general de Traveltool, desgana los objetivos del cambio de modelo que ha experimentado el Grupo en este último año para adaptarse a las “nuevas formas de vender” y conseguir que las agencias de Traveltool “sean cada vez más competitivas”.**

### *Cuál es el objetivo de este cambio de modelo?*

Nuestro objetivo es seguir dando soluciones a las agencias y ese ha sido nuestro propósito, y como siempre lo hemos hecho escuchando muy de cerca a las agencias que nos dijeron, que además del producto, de la tecnología y de las herramientas que les ofrecíamos, necesitaban que ampliáramos los servicios que necesita una agencia de viajes.

La reconversión ha venido de manera natural para adaptarnos a las nuevas formas de vender en la actualidad, así que hemos decidido implantar otro modelo en el que podamos volver a conseguir el mismo número de agencias con las que contábamos a finales de 2017.

### *¿Qué balance puede hacernos del ejercicio 2018, el primer año de esta nueva andadura?*

A finales de 2017 contábamos con unos 950 puntos de venta y al iniciar el año 2018 éramos muy conscientes de que al cambiar el modelo en un principio perderíamos entre un 30 y un 35 por ciento de nuestras agencias adheridas, pero con eso ya contábamos y estaba previsto en nuestra hoja de ruta.

En este primer año lo que sí ha resultado muy positivo ha sido que de las 950 agencias hemos mantenido unas 500 y hemos acabado el año 2018 dentro del nuevo grupo ya con unas 550 agencias, porque también hemos contado con nuevas altas y eso ha compensado de

manera positiva la pérdida de agencias que teníamos prevista.

En el primer trimestre de 2019 hemos seguido captando agencias. Y en lo que llevamos de año se han adherido a nuestro proyecto 126 agencias nuevas, con lo que ya contamos con cerca de 700 agencias en el Grupo. Nuestro objetivo es cerrar el año actual con unos 800-850 puntos de venta asociados, no llegaremos quizás a los 950 puntos de venta que teníamos cuando cerramos 2017, pero nuestro objetivo seguirá siendo ese para el próximo ejercicio.

### *¿Cuál es el valor diferencial de Traveltool? ¿Por qué una agencia debería decidirse a formar parte del Grupo?*

Nuestro modelo es muy claro, nosotros ofrecemos una plataforma y un producto que solo está en exclusiva dentro del grupo de gestión Traveltool. El producto lo comercializan, por una parte, las marcas Smytravel, que engloban los touroperadores estratégicos de la empresa, como son Smyholidays (Paquete dinámico y Escapadas), Smytours (Circuitos, Combinados y Rutas en Coche), Smycruises (Cruceros, tanto en su venta de ‘solo Crucero’, como en el paquete de ‘crucero dinámico’), y los consolidadores de transporte Smyflights (vuelos, trenes, ferries, rent a car), y Smyextras (Seguros y Visados). Además, contamos con Smybeds, nuestra central de reservas de hoteles, con un banco de camas propio.

Disponemos de todo el abanico de servicios que una agencia necesita, haciendo mucho hincapié en los productos vacacionales, en los que estamos especializados.

Ofrecemos lo mismo que ofrecen los grandes grupos verticales, por producto, por tecnología, por marketing, pero muy centrados en que la agencia tenga todo lo necesario para poder vender, tramitar con los clientes y trabajar codo con codo con nosotros. Somos especialistas en producto vacacional y contamos con una tecnologías y herramientas muy potentes, que desde hace muchos años estamos ofreciendo, y ese es nuestro diferencial. Queremos que nuestras agencias sean más competitivas frente a las agencias verticales y online.

Hemos reconvertido el modelo, pero seguimos siendo el mismo equipo y seguimos contando con las mismas herramientas con las que contábamos, ahora bien, separando responsabilidades, por una parte, el producto y por otra, los servicios y van muy a la par.



Travelplan

# TURQUÍA

## MÁS ALLÁ DE LOS SUEÑOS



### CIRCUITO CAPADOCIA MÁGICA

Desde Madrid o Barcelona

8 días/7noches

desde **700€**

del 5 de julio al 13 de septiembre

Precio por persona en habitación doble. El precio incluye: vuelo directo ida y vuelta, circuito según programa opción bus, tasas de aeropuerto (150€), traslados, seguro básico de viaje. Consultar condiciones generales en [www.travelplan.es](http://www.travelplan.es). Plazas limitadas. Consultar gastos de cancelación. Precios no válidos para grupos.



Presidente y Ceo de Pullmantur Cruceiros

## RICHARD J. VOGEL

*«Los agentes de viajes han sido, son y serán nuestros principales socios comerciales y prescriptores»*

**Pullmantur en España ha experimentado un incremento del 30% en los últimos dos años. «Este importante incremento -señala Richard J. Vogel, presidente y CEO de la compañía, en entrevista a Gaceta del Turismo- está unido al giro que dimos a nuestra estrategia en 2016, cuando decidimos volver a nuestros orígenes, el ADN español y latino, cerrando Croisières de France, nuestra marca destinada al mercado francés».**

**Además, destaca la labor de los agentes de viajes como «principales socios comerciales y prescriptores», y añade «su labor es imprescindible en el proceso de comercialización, ya que estamos ante un producto todavía desconocido y que genera muchas dudas a los consumidores: en qué se diferencia cada naviera, tipo de cabinas, horarios, régimen del alojamiento, etc. De ahí que sean vitales de cara a solventar las dudas de los clientes y poder aconsejarles».**

**¿Cómo valora la evolución de los resultados de Pullmantur Cruceiros en el mercado español durante los últimos ejercicios?**

Los resultados cosechados en estos últimos años han sido muy buenos, con un crecimiento en el mercado español entre 2016 y 2018 de alrededor del 30 %, cifra que nos invita a ser positivos de cara a esta temporada y a las próximas.

Este importante incremento está unido al giro que dimos a nuestra estrategia en 2016 cuando decidimos volver a nuestros orígenes, al ADN español y latino, cerrando Croisières de France, nuestra marca

destinada al mercado francés.

El mercado español ha asumido gran parte de la capacidad que dedicábamos a Francia, impactando directamente en nuestra cuota de mercado que se sitúa alrededor del 30 %.

**¿Qué novedades presenta la compañía para la temporada 2019-2020 en cuanto a itinerarios?**

Además del lanzamiento este invierno (2018-2019) de Dubai y Leyendas de Arabia, nuestras principales novedades en términos de itinerarios para este verano

están relacionadas con Expedición a las Islas Británicas, una única propuesta de 14 noches que recorre el litoral del Reino Unido e Irlanda; o la vuelta a Israel, en un itinerario de 7 noches que combina escalas en este país, Grecia y Chipre.

**¿Qué porcentaje de las ventas de Pullmantur Cruceiros se realiza a través del canal de intermediación de las agencias de viaje? ¿Va creciendo el porcentaje de venta directa?**

Como siempre digo, los agentes de viajes han sido, son y serán nuestros principales socios comerciales y prescriptores, conocen a la perfección nuestra propuesta. Su labor es imprescindible en el proceso de comercialización ya que estamos ante un producto todavía desconocido y que genera muchas dudas a los consumidores: en qué se diferencia cada naviera, tipo de cabinas, horarios, régimen del alojamiento, etc. De ahí que sean vitales de cara a solventar las dudas de los clientes y poder aconsejarles.

Hoy en día, la mayor parte de nuestras ventas las realizamos a través de los agentes de viajes, reflejo de su peso en nuestro negocio.

**¿Va a reforzar Pullmantur esta colaboración a través de nuevas herramientas, productos, ofertas o fam trips, dirigidos especialmente a estos profesionales?**

Por supuesto. De hecho, su formación es una prioridad, tanto es así que es un eje fundamental de nuestra estrategia. Y es que, día a día trabajamos con miles de agentes de viajes de toda España quienes recomiendan nuestro producto a sus clientes, como hemos visto anteriormente. Si no están formados, si no conocen a la perfección nuestros atributos, itinerarios y novedades, ¿cómo van a poder desempeñar su trabajo correctamente?

Si bien siempre ha sido clave, este año estamos intensificando aún más las acciones de formación bajo el paraguas de #Equiposcomosomos.

Así, hemos lanzado Espacio Inspira, un nuevo proyecto con el que queremos dotarles a de nuevas herramientas de motivación y superación útiles en su vida laboral. A lo largo de este año, celebraremos siete sesiones en cinco ciudades españolas de la mano de prestigiosos coaches como Víctor Küppers y José Luis Abajo Gómez (Pirri).

Asimismo, destacan otras iniciativas como Atrivity, la aplicación de gaming a través de la cual mantenemos formados e informados al canal de venta y, por supuesto, seguiremos apostando por los Fam Trips y los desayunos de trabajo.





Más de 50 años viajando contigo.





*Fundador y Ceo de grandvoyage.com*

## ARVIN ABARCA

**Fundada en 2013 por Abarca, GrandVoyage.com es un touroperador digital y agencia de viajes online pionera y líder en España en la comercialización de paquetes vacacionales de larga distancia. Hasta la fecha ha transportado a más de 15.000 viajeros a 20 destinos diferentes repartidos en 4 continentes.**

**¿En qué es especialista GrandVoyage?**

**¿Por qué tengo que dirigirme a GrandVoyage.com en lugar de acudir a una agencia de viajes tradicional cuando estoy pensando en un gran viaje?**

Fundamentalmente por dos motivos. Primero por el asesoramiento y la atención personal que vas a recibir, justamente nuestra oferta incide en el asesoramiento y la especialización. Contamos con unas 20 personas en booking, cada una de ellas tiene asignado un destino que conoce bien y ofrece atención por teléfono, por email, por whatsapp, a través de cualquier medio, el contacto y la comunicación con ellos es muy fluida y el nivel de asesoramiento es muy bueno.

En segundo lugar, por lo obvio y es que nosotros somos touroperadores directos, desintermediamos y ofrecemos un mejor precio. Una agencia tradicional le pide a un mayorista que le adapte el viaje que le pide el cliente. Y todo esto supone una pérdida en

comunicación, nosotros somos directamente el touroperador, eso incide en el coste, al final el precio es más competitivo.

**¿Qué tipo de cliente es vuestro usuario?**

De todo tipo. La gente empieza a contactar con nosotros desde joven, sobre todo por las lunas de miel, cuando se casan. Nosotros no hacemos viajes de mochilero o de universidad, de gente muy joven no hacemos.

El primer gran viaje para el que suelen contactarnos es el de la luna de miel, en el que quieres asegurarte de que todo sale como has pensado. Y a partir de ahí tenemos gente de todas las edades, quizás mayoritariamente entre los 25 y 55 años, pero es muy amplio.

**¿Cuántos usuarios tiene GrandVoyage?**

Son ya unos 15.000 viajeros los que han viajado con nosotros en estos seis años de recorrido.

Empezamos el primer año en 2013 facturando un millón de euros y ahora

estamos con una expectativa de entre 9 y 10 millones.

El año pasado Suma Capital ha tomado una participación del 32% en GrandVoyage para respaldar su ambicioso plan de crecimiento con el objetivo de triplicar el tamaño de la compañía durante los próximos cuatro años, y sobre todo completar catálogo y así lo estamos haciendo poco a poco, nos falta aún Australia y Nueva Zelanda, hay cosas que no hace falta tener porque no hay demanda, pero todo lo que es el típico gran viaje que uno puede querer hacer, nosotros queremos ofrecerlo.

**¿Cuáles son vuestros destinos más demandados?**

Son aquellos con los que empezamos nuestra actividad: Tailandia, India y Vietnam. Pero, cada año hemos ido ampliando nuevos destinos, hace dos años empezamos a ofrecer destinos americanos. Empezamos en Costa Rica y el año pasado en Argentina, Perú, EEUU, Canadá, que también son destinos muy fuertes. Recientemente, hemos incorporado Cuba a nuestro catálogo en América.

**¿Qué nuevos destinos ofrece GrandVoyage en 2019?**

Este año además de Cuba, Mauricio, Jordania y países nórdicos (que es lo más cercano que nos atrevemos a hacer) e Islandia.



**FOR  
SINGULAR  
PEOPLE  
&  
SINGULAR  
MOMENTS...**

**SINGULAR  
HOTELS**



[sh-hoteles.com](http://sh-hoteles.com)

Directora de Marketing de Ávoris

## ANA GARCÍA

«Los agentes son los diseñadores de los viajes, para nosotros el activo más importante de nuestra compañía»



El programa «Viajeras con B», que ha emitido La Sexta en su tercera temporada, es un recorrido por distintos rincones del planeta que nos enseñarán diferentes viajeras. Los viajes están diseñados por B the travel brand para que disfruten de gastronomía, paisajes, actividades, artesanía y costumbres que ofrecen estos lugares «siempre con el conocimiento experto de nuestros diseñadores de viajes», destaca Ana García, directora de Marketing de Ávoris.

*En esta tercera temporada las viajeras han sido Ágatha Ruiz de la Prada, Lydia Valentín, Marta Hazas, Ruth Lorenzo, Irene Villa y Gisela Pulido.*

*¿Cuáles crees que son las principales claves de su éxito?*

La clave de «Viajeras con B» está en su frescura y diversidad, viajeras muy diferentes conocen seis nuevos destinos cada temporada de la mano de la periodista Nadia Benhahya, seis viajes diseñados para ellas por nuestros expertos agentes de viajes que acertarán con cada detalle para que en su experiencia nos descubran la gastronomía, la cultura, diversión y aventuras de cada país.

*La apuesta de B the travel brand por esta iniciativa ha puesto desde siempre el acento y el protagonismo en las mujeres ¿Son las mujeres las mejores prescriptoras de los viajes?*

Las mujeres tienen un papel importante como prescriptoras y consumidoras de viajes, nuestra experiencia demuestra que son las grandes decisoras de la compra de viajes en el hogar y que son grandes conductoras de todo lo que queremos comunicar en nuestros viajes.

*Los agentes de viajes tienen un protagonismo especial en esta tercera temporada como “diseñadores” de viajes a medida de las viajeras ¿Quiere resaltar esta novedad la importancia que para B the travel brand tienen estos profesionales?*

Ellos son los diseñadores de los viajes que hemos visto en la pantalla, nuestros auténticos especialistas, para nosotros el activo más importante de nuestra compañía porque son los que tienen todo el know how para que nuestras viajeras disfruten de cada rincón sin perderse ni un detalle.

*En esta edición las viajeras visitan Zanzíbar, India, Disneyland París, Mallorca y Laponia. ¿Coinciden estos destinos con las propuestas estrella de B the travel brand para esta temporada?*

Estos destinos son solo una pequeña representación de los más interesantes para este año, pero contamos con muchos más igual de atractivos e importantes. Laponia sin duda será uno de los más demandados este invierno, pero todos nuestros grandes viajes, circuitos por Europa y destinos de playa no dejarán indiferentes a ningún buen viajero que se precie.





LA GESTIÓN COMERCIAL LÍDER EN ESPAÑA CON MÁS DE 4.500 INSTALACIONES

Adaptado a la nueva normativa de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados



Facturación electrónica  
Envío de documentación por email  
Informes a clientes desde Internet

Captura reservas de GDS



Exportación vuelos PRISM Xport Corporate



Conciliación automática de liquidaciones de BSP a partir del fichero PDF



www.bspconvert.com



Solución integral al Suministro Inmediato de Información (SII), nuevo sistema de gestión del IVA/IGIC

Captura datos de sistemas de reservas de proveedores



Generación ficheros de integración de tarjetas AMEX y Diners Club



Generación automática de la Contabilidad. Más de 50 enlaces contables



Venta de seguros integrada con todos los productos de Aon y ERV



Información de vuelos susceptibles de reclamación con Avicclaim y ReclamaTravel



Envío de mensajes a móviles desde las aplicaciones Orbis



C/ Estatuto, 6 A bajo - 12004 CASTELLON  
Tlf.: (902) 10 19 44 - castellon@pipeline.es  
C/Linares, 14 Locales 2-3 - 28025 MADRID  
Tlf.: (91) 542 28 88 - madrid@pipeline.es



Director General de Beroni

## JOSEP BELLÉS

*“Beroni lanza el nuevo motor de reserva de circuitos en todo el mundo”*

La gran apuesta de Beroni fue la creación y desarrollo de la plataforma Wasabi-s en 2007. Tras 12 años y más de dos millones de euros de inversión, sigue manteniendo su liderazgo como plataforma de distribución y reserva online para el agente de viajes. “Wasabi-s ha conseguido evolucionar la figura del agente de viajes, siendo más competitivo al acceder a múltiples contenidos de cada proveedor y reservando en una plataforma multicanal y multigtids, respetando siempre los acuerdos comerciales de la agencia con cada proveedor”, destaca Josep Bellés, director general de Beroni.

**Cuándo nace Beroni y cuál ha sido la evolución de la empresa hasta la actualidad?**

Beroni es partner tecnológico especializado en agencias de viajes desde 1987, año en el que fundé la empresa en Barcelona. Beroni inició su trayectoria personalizando su software según la actividad de la agencia, emisora, touroperadores, receptivos y organizadores de congresos. Actualmente nuestra sede central está ubicada en Balaguer, provincia de Lleida, en la que trabajamos un equipo de 30 personas.

**¿Cuáles son sus servicios más demandados por las agencias?**

Nuestros servicios se centran en ofrecer soluciones tecnológicas basadas en aportar una solución 360º al negocio de la agencia de viajes emisora, tanto leisure como Business travel, automatizando la gestión de expedientes, clientes, oportunidades de venta (CRM) y facturación a clientes con nuestro reconocido software Front-Office. Junto con Retailer y Beconta, software dedicado a automatizar el departamento de administración, contabilidad, fiscal y gerencial, que nos permite dotar al equipo directivo de un óptimo análisis del negocio para garantizar la correcta toma de decisiones.

Además de esto, en 2007 la gran apuesta de Beroni fue la creación y desarrollo de la plataforma Wasabi-s. Después de 12 años y más de 2.000.000€ de inversión, sigue manteniendo su liderazgo como única plataforma de distribución y reserva online en el canal SUITE: herramienta para el agente de viajes. Consiguiendo evolucionar la figura del agente de viajes, siendo más competitivo y accediendo a múltiples contenidos de cada proveedor, reservando en una plataforma multicanal y multigtids, respetando siempre los acuerdos comerciales de la agencia con cada proveedor: Hoteles, Vuelos, Tren, Vuelo+Hotel, Seguro y Circuitos.

Más de 1.300 agencias de viajes y 7 grupos de compras en el mercado español y portugués avalan las ventajas que Wasabi-s aporta al negocio de la agencia, ayudando

### Wasabi-s en cifras 2018

+ 70.000.000€ de ventas realizadas  
3.000.000 de consultas de disponibilidad  
150.000 reservas efectuadas  
+ 1.300 agencias de viajes conectadas  
+ de 7.000 agentes de viajes reservando  
**140% de crecimiento con respecto al 2017**  
70 proveedores integrados

en la transformación digital que cada negocio requiere y con la versatilidad de una tecnología totalmente adaptada a cada necesidad.

Complementando sus prestaciones con la venta al internauta (B2C) y destacando la nueva herramienta de autoreserva para el business travel, mejorada en este 2019 con un nuevo look & feel y nuevas prestaciones de geolocalización de viajeros y estadísticas de BI. Incorporado este año el lanzamiento del nuevo motor de circuitos, dando acceso al agente de viajes en tiempo real, a más de 500 receptivos y más de 3.000 programas.

**¿Está previsto que Wasabi-s incorpore nuevas herramientas y mejoras próximamente?**

Si, Beroni mejora continuamente esta plataforma y en el próximo mes de enero lanzaremos un nuevo motor de reserva de actividades. La agencia de viajes mejora en competitividad al ofrecer al viajero completar su viaje con las actividades en destino y con este nuevo motor de reserva de actividades en todo el mundo el agente podrá hacerlo en tiempo real. También tenemos previsto incorporar nuevas integraciones de proveedores de paquetes vacacionales.



# El éxito de tu empresa, el destino que nos hace diferentes.

BCD Travel es tu socio estratégico en viajes corporativos:

- con la fortaleza y recursos de un gran grupo internacional
- con la flexibilidad y atención personalizada de una gestión local

**Vive la diferencia de un partner 360º**

carlos.moreno@bcdtravel.es | 96 333 92 74

C/ Profesor Beltran Báguena, 4-2º - 46009 Valencia



## HAGAMOS ALGO **FUN!**TASTICO

BCD M&E

Flow. Fluye. Déjate llevar.  
Hazte fan de la **disrupción**.

Siente la pasión de romper con lo establecido  
para construir un universo de emociones.

Si alguna vez lo soñaste, puedes hacerlo realidad.

¿Te atreves a ser **FUN!tástico**?

juani.blasco@bcdme.es | 96 395 55 06

C/ Profesor Beltran Báguena, 4-2º - 46009 Valencia

Country Manager en España de Blue Ribbon Bags

## CARLOS GARCÍA

*Blue Ribbon Bags apuesta por el mercado español*



Blue Ribbon Bags (BRB) es una empresa con sede en Nueva York que ofrece un servicio de búsqueda y rastreo de equipaje en cualquier parte del mundo y con cualquier aerolínea. En entrevista a Gaceta del Turismo, Carlos García, Country Manager de la compañía en nuestro país, destaca que el proceso de recuperación dura 96 horas y si durante ese tiempo no recuperan el equipaje, el cliente recibirá un reembolso por parte de BRB. “El objetivo principal de Blue Ribbon Bags es lograr que el viajero se sienta tranquilo en caso de que su maleta sufra una demora o una pérdida durante su viaje”, señala Carlos García.

### ¿Qué es Blue Ribbon Bags?

Se trata de un servicio de búsqueda y rastreo de equipaje en cualquier parte del mundo y con cualquier aerolínea. Su trabajo es evitar que los viajeros ocupen su tiempo intentando solucionar el problema de la pérdida de equipaje, además contamos con personal y medios informáticos muy sofisticados, que se encargan de mantener al pasajero informado constantemente acerca de la situación de su maleta.

El proceso de recuperación dura 96 horas y si durante ese tiempo no recuperan el equipaje se efectúa un reembolso.

### ¿Cómo funciona?

El servicio se puede comprar en tu agencia o web de viajes favorita. Al contratar el servicio el cliente recibe un número que utilizará en caso de demora o pérdida del equipaje.

Si esto llega a suceder, el viajero lo tendrá que comunicar de inmediato a la aerolínea, y con el número de reporte contactar por teléfono con Blue Ribbon Bags al número gratuito (888) 224 42 43 o a través de su página de internet mediante un link de acceso directo que BRB le habrá facilitado al cliente por email en el momento de la contratación.

En este momento, BRB se encargará de monitorizar el equipaje, su compromiso es encontrarlo y entregarlo antes de 96 horas.

### ¿Qué cantidad se abona en caso de no recuperar el equipaje?

En caso de no aparecer durante ese período de tiempo, el viajero recibirá un reembolso de acuerdo a lo que pagó por el servicio:

Tarifa de Servicio	
Pago de Satisfacción Garantizada	
EUR 5,00	EUR 1.000
EUR 7,50	EUR 1.500
EUR 10,00	EUR 2.000

Los importes correspondientes al pago de satisfacción garantizada son por maleta y máximo dos maletas por persona. Cabe destacar que el servicio es por persona y por itinerario, ósea incluye el viaje de ida y de regreso, sin importar conexiones o escalas.

### ¿Es un servicio adicional a los seguros que pueda tener el viajero?

Sí, es un servicio adicional a los seguros que puede tener el viajero y no excluyente, así que de haber cobrado el reembolso con Blue Ribbon Bags, los clientes también podrán aceptar el reintegro de otras compañías. Además, no es necesario presentar ninguna prueba de lo que se encontraba en la maleta, como los recibos de compra, para recibir el pago.



CATÁLOGO 2019

# Marruecos

*arte y cultura*



AN/29471-1



Ceo de Astroland

## DAVID CEBALLOS

La recién creada agencia española Astroland ha presentado un proyecto ambicioso e interesante en nuestro país. 100 personas podrán ser las afortunadas en dar el primer paso a Marte en 2019 desde una gran cueva situada en Arredondo (Cantabria) gracias a la Agencia Interplanetaria Astroland. «Será una aventura exclusiva para los elegidos, con fines científicos, pero también emocionales, de la que esperamos sacar aprendizajes con el objetivo de mejorar la sociedad actual y aportar nuestros conocimientos para permitir que las personas vivan en otros planetas en el futuro», destaca David Ceballos, CEO de Astroland en entrevista a Gaceta del Turismo.

**¿Cuándo verá la luz Astroland, y en qué consiste exactamente esta aventura?**

La primera misión está prevista para el 16 de julio. Y en breve comunicaremos la entrada de un selecto grupo de biólogos que realizarán una relevante investigación sobre el origen de la vida.

**¿Cómo nace este proyecto? ¿Cómo ha surgido la idea?**

Hay que recordar que este año se cumple el 50 aniversario de la llegada del hombre a la luna, este gran hito hacía pensar que la vida en el espacio más allá del año 2000 sería algo natural. Yo desde niño soñaba cómo sería esta experiencia, luego mi vida me llevó a vincularme al mundo de la vivienda y toda esta ilusión la orienté a desarrollar cómo sería el hábitat del futuro, el tercer ingrediente de la idea surge también de la actividad diaria ya que trabajamos para la Consejería de Cultura. Pero el detonante final fue cuando leí un artículo científico en el que argumentaban que el lugar más compatible con la vida humana fuera de la tierra eran unas grandes cuevas situadas en la superficie de Marte, esto supuso una explosión en mi cerebro, que no he podido frenar hasta hoy en día.

**¿Por qué en Arredondo? ¿Se barajaron otras posibilidades?**

La primera cuestión es que hay muchos de



los componentes que somos originarios de Cantabria, además Cantabria cuenta con una red más de 4000 cuevas de las cuales 200 se encuentran en la zona donde nosotros operamos. Dentro de este gran patrimonio, Cantabria cuenta con 10 cuevas patrimonio de la humanidad.

Según el consenso científico, cualquier colonia humana permanente en Marte deberá instalarse en los tubos de lava, para protegerse del ambiente hostil marciano, siendo letal para nuestro organismo, la falta de atmósfera nos deja a merced de los rayos cósmicos, las bajas temperaturas, las fuertes tormentas de polvo y la ausencia de agua en estado líquido. Todo esto lo resuelve una estación subterránea, además, los astrobiólogos tienen como sueño encontrar alguna forma de vida en estas cavidades, es por eso que los tubos de lava son los lugares que despiertan más interés científico y de investigación.

Hay que recordar que este año se cumple el 50 aniversario de la llegada del hombre a la luna, este gran hito hacía pensar que la vida en el espacio más allá del año 2000 sería algo natural.

David Ceballos, CEO de Astroland.

Localizar la cueva no ha sido tarea sencilla, los equipos de investigación se reparten las áreas de trabajo por cuadrículas y hemos tenido que hacer mucha espeleología hasta dar con la más adecuada por su morfología, tamaño, acceso y adecuación a nuestro proyecto, pero sin lugar a dudas hemos dado con la más adecuada y espectacular para la actividad que desarrollamos. Cuenta con unos accidentes geográficos perfectos y un tamaño que puede entrar una catedral en su interior sin tocar con las paredes, siendo

en su totalidad una muestra de arte natural difícil de igualar.

**¿Qué aspecto de este proyecto científico tiene una vertiente turística?**

Se trata de la primera experiencia con aval científico de tales características que llega a disfrutarse como aventura turística premium, y además servirá para testar nuevas tecnologías y desarrollar nuevas investigaciones de la mano de organismos científicos y autoridades académicas. Será una aventura exclusiva para los elegidos, con fines científicos, pero también emocionales, de la que esperamos sacar aprendizajes con el objetivo de mejorar la sociedad actual y aportar nuestros conocimientos para permitir que las personas vivan en otros planetas en el futuro.

**¿Cómo ha sido recibida esta iniciativa?**

**¿Qué perfil tienen los que se han interesado en participar en ella? ¿A qué perfil de “turista” va dirigida fundamentalmente?**

Hemos comenzado con la selección de los primeros Astrolanders. Las solicitudes están llegando desde diferentes partes del mundo – Asia, África, Europa y América – y los perfiles de los candidatos son muy diversos y especialmente ricos en habilidades y conocimientos. Todos ellos aportan, sin duda, un valor incalculable a la incipiente comunidad de Astrolanders y las posibilidades de networking que conforma.

**¿Cuántas expediciones va a haber? ¿Van a ser periódicas?**

Estamos en fase de testar la experiencia en fase Beta, para estar listos para la primera Misión programada para el 16 de julio de 2019. A ésta les seguirán más misiones con un máximo de 10 tripulantes por misión, con la intención de que haya misiones continuamente de distinta duración.

**¿Nos puede hablar de precios y de canales de comercialización?**

Astroland no deja de evolucionar. Al diseño nuestra experiencia de 100 días 10.000€ con un programa personalizado desde el rigor científico y siguiendo las directrices de las principales Agencias Espaciales estamos añadiendo nuevas posibilidades. Como por ejemplo, experiencia inmersiva de 4 semanas. Estos nuevos programas tienen un precio de entre 3.000€ y 6.000€ están pensadas para que ningún potencial Astrolander se pierda la posibilidad de marcar un antes y un después en la larga lista de grandes experiencias de su vida.

También existe un programa de becas dirigidos a científicos y especialistas. Y propuestas de teambuilding.



# ¡ VIAJA EN CRUCERO FLUVIAL ESTE VERANO !

## LAS PERLAS DEL DANUBIO



**8 DIAS / 7 NOCHES** - Ref. WBB\_ES

VIENA • MELK • DÜRNSTEIN • BRATISLAVA • KALOCSA  
BUDAPEST • ESZTERGOM • VIENA

17 junio, 15 y 29 julio y 19 agosto

Desde **1.295€**



BUDAPEST

## PARÍS, CASTILLOS DEL LOIRA Y SECRETOS DE NORMANDÍA



**8 DIAS / 7 NOCHES** - Ref. PLN\_ES

PARÍS • CASTILLOS DEL LOIRA • VERSALLES  
HONFLEUR • ROUEN • PARÍS

20 julio y 3 y 17 agosto

Desde **1.357€**



PARIS

## LOS TESOROS DEL RIN



**9 DIAS / 8 NOCHES** - Ref. ACB\_ES

AMSTERDAM • DUSSELDORF • COLONIA • COBLENZA  
MAGUNCIA • ESTRASBURGO • BREISACH • BASILEA

23 julio y 24 agosto

Desde **1.375€**



COLONIA



## CRUCEROS "TODO INCLUIDO"



Vuelos incluidos desde Madrid o Barcelona\*



Bebidas incluidas



Garantizado en Castellano



5% DTO contratando paq. de excursiones

Rogamos solicite los programas completos. Precios desde por persona en base a camarote doble en puente principal. Válidos para salidas mencionadas. Ofertas con plazas limitadas. Descuentos sólo aplicables sobre el puente principal. No aplicable a otras categorías, excursiones, traslados, vuelos u otros servicios extras. Sin carácter retroactivo. No acumulable a otras ofertas, descuentos o campañas.

\*Paquete aeroterrestre incluido desde Madrid o Barcelona, plazas limitadas y tasas aéreas no incluidas (desde 37€ por persona). IM067100025 - CreaStudio 1904062. © Shutterstock - Paul Hilbert

Consultas y reservas en su Agencia de viajes más información en [www.croisieurope.es](http://www.croisieurope.es)     

Director General de Panoram Hotel Management

## GUILLERMO PÉREZ PALACIOS

*“Queremos convertirnos en el socio de referencia para hoteleros, inversores y marcas”*



**Panoram Hotel Management es una empresa española de origen familiar con más de 30 años de actividad y de experiencia en el conocimiento de la gestión hotelera. “A lo largo de estos años, -según destaca Pérez Palacios, director general de la compañía- la empresa ha ido adaptándose a las necesidades del mercado y de la industria” hasta convertirse, en 2018, en Panoram Hotel Management, una empresa de gestión hotelera multi-marca, “pionera en España por su apuesta en el modelo de franquicia y la relación con marcas internacionales”. El grupo Accor y Hilton Hotels son algunas de las marcas con las que trabajan.**

**¿Cuándo inicia su actividad Panoram Hotel Management y cómo evoluciona la empresa hasta lo que es hoy, una empresa profesional de la gestión hotelera?**

Nacimos en 1989 como Green Hoteles, centrados en la gestión de hoteles de 2 y 3 estrellas, principalmente en capitales de provincia. Llegamos a contar con 17 establecimientos en ciudades de Castilla-La Mancha, Norte de España y Madrid. La empresa fue evolucionando y adaptándose a las necesidades del mercado.

En 2002 reorientamos nuestro negocio manteniendo la propiedad de dos hoteles en Madrid y centrándonos en profundizar en el proyecto de gestión hotelera bajo la marca Hoteles Temáticos. Fue hace unos diez años, cuando perdimos esa inquietud por tener una marca propia, por

desarrollar una marca hotelera propia, porque nos dimos cuenta que nosotros lo que realmente sabíamos hacer era gestionar el negocio hotelero, hacernos cargo de la operativa de ese negocio. En 2009 empezamos a prestar atención a mercados más maduros y hemos seguido evolucionado y aplicando nuestro amplio conocimiento en la gestión hotelera, incorporando diversos modelos dependiendo del proyecto abordado.

En estos diez años nos hemos centrado en integrarnos con las grandes compañías hoteleras internacionales (como Accor o Hilton), en nuestra expansión más allá de Madrid y llegar a Barcelona con un hotel Mercure y en desarrollar el conocimiento en la gestión hotelera dentro del ámbito de la franquicia.

En 2018 Panoram Parques Temáticos se convierte en Panoram Hotel Management, que es una empresa de gestión hotelera, una empresa que lo que hace es gestionar el negocio que está dentro de los edificios, dentro de los hoteles y esa es nuestra especialización. Saber identificar cuáles son las necesidades que ese hotel tiene, si tiene la necesidad de incorporar una franquicia hotelera, si tiene necesidad de tener una marca independiente y lo que hacemos es ofrecer respuestas a esas necesidades buscando la máxima rentabilidad para el hotel.

**¿Cuántos establecimientos hoteleros gestiona Panoram en la actualidad?**

Ahora mismo gestionamos siete establecimientos y un octavo en construcción, en Alcobendas, a través de los diferentes modelos de operación.

De los ocho establecimientos con los que cuenta Panoram Hotel Management, tenemos cinco en franquicia y tres hoteles actualmente sin franquicia, independientes, que son el hotel Alfaro en La Rioja, el Apartahotel Ramón de la Cruz 41 y el Hotel Negresco Gran Vía, que está en la calle Mesonero Romanos de Madrid y que es de reciente incorporación a la compañía. Estos tres establecimientos por su localización o por su tamaño hemos decidido que lo idóneo es que no pertenezcan a una franquicia.

En cuanto a los hoteles franquiciados que gestionamos son el Ibis Styles Madrid Prado, de la marca Accor, al igual que el Mercure Madrid Centro y el Mercure Barcelona Condor, en ambos casos creemos que la fusión con el grupo Accor ha sido tremendamente beneficiosa y nos permite acercarnos mejor a la excelencia tanto en la venta como en la gestión. Así como el DoubleTree by Hilton Madrid Prado y el Hampton by Hilton Alcobendas, actualmente en construcción y que será el primer Hampton en España.

**¿Qué valoración hace para la compañía de los dos últimos años?**

2017 fue un año para nosotros fabuloso en España, donde crecimos mucho y también fue el año en el que realmente se consolidó la recuperación como país. En 2018 se mantuvo esa tendencia positiva, pero quizás con menos vigor. En lo que llevamos de 2019 hemos tenido unas pequeñas dudas a la hora de plantearlo, sin embargo, ha empezado muy bien. Barcelona ha recuperado muchísimo, la ciudad tiene una capacidad enorme de recuperación y Madrid también ha empezado el año con fuerza, lo que nos permite afrontar 2019 y 2020 con buenas expectativas.



# Hoy volamos con los aviones del mañana

Nuevos A350-900, aviones de última generación más silenciosos, más sostenibles y con mayor confort.





*Ceo de Aquotic.com, el buscador de cruceros más rápido del mundo*

## PABLO LAMAS

*«Compartimos nuestro conocimiento con más de 800 agencias, y no hay mayor recompensa para una empresa que compartir su know-how»*

**¿Cuándo nace Aquotic.com? ¿Por qué esta apuesta por la especialización en cruceros?**

En 2007 empezamos nuestra andadura a través de GoldiumCruceros.com, en esa época no había apenas agencias online de cruceros y en ese momento creamos nuestro primer buscador. Los inicios fueron inesperadamente buenos y la web comenzó a obtener muchas visitas de clientes interesados que nos iban conociendo más rápidamente de lo que nosotros éramos capaces de publicitar así que los primeros años fueron muy buenos. En 2010 y observando que la crisis se hacía cada vez más latente y que debíamos crecer en los tiempos difíciles, la empresa se fusionó con BuscoCrucero.com y a través de esa alianza clave para la empresa y del conocimiento del mercado que teníamos, decidimos crear Aquotic.com, no solo como una solución para clientes finales sino como una solución para agencias de viajes físicas y online no especializadas en cruceros.

**¿Es Aquotic.com el buscador de cruceros más rápido del mundo?**

Bueno, eso dicen y de momento no encontramos ninguno que facilite el precio final de todas las categorías de un

barco en menos de 7 segundos así que creo que sí. Pero esto no es como un Oscar que lo ganas y nadie te lo puede quitar jamás, para ser los más rápidos tenemos que trabajar todos los días en seguir siéndolo y cada día vamos un poco más allá para ofrecerles a nuestros usuarios un buscador que les ayude a encontrar su crucero.

**¿Cuál es la ventaja o ventajas de utilizar Aquotic.com en la búsqueda de un crucero que se adapte a nuestras preferencias?**

Lo primero que queríamos ofrecer en Aquotic era mucha información sobre cruceros, el objetivo siempre es que no tengas que irte a otro sitio a buscar información sobre algo que comercializamos nosotros y eso se nota a poco que navegues por la web. Nuestro equipo de contenido ha trabajado mucho para ofrecer la mayor información posible sobre puertos, destinos, navieras y barcos, pero además creamos un sistema de favoritos y decenas de páginas dedicadas a productos muy concretos como cruceros LGTBI, cruceros por el canal de Panamá o cruceros para singles que profundizan en las preferencias de cada uno de nuestros clientes.

**¿Cuál es la tipología de cliente que utiliza Aquotic.com? ¿Está dirigido solo al mercado español o también lo usan desde otros mercados europeos o internacionales?**

Aquotic nace y vive en España y es aquí donde residen la mayoría de nuestros clientes. En Latinoamérica sin embargo, trabajamos a través de agencias mayoristas a las que les ofrecemos nuestra tecnología para que puedan desarrollar sus negocios y esto nos hace infinitamente felices, porque somos capaces de compartir con más de 800 agencias nuestro conocimiento, y no hay mayor recompensa para una empresa que compartir su know-how.

**¿Qué número de usuarios tiene (mensual, anual, ...)? ¿Cómo ha evolucionado el crecimiento de usuarios de Aquotic.com desde su creación?**

Aquotic tiene muchas visitas y es que como comentaba antes, hay 800 agencias en Latinoamérica utilizando la web. En lo que estamos trabajando es en la diferenciación del cliente final de latinoamérica de las visitas de las agencias de viajes para poder tener un número preciso sobre las visitas a la web. Los porcentajes de crecimiento son muy altos, del año pasado a este, estamos hablando que hemos incrementado nuestros usuarios en un 200% por lo que las previsiones para este 2019 son muy buenas.

**¿Puede el usuario encontrar ofertas o mejores precios en Aquotic.com?**

Sí, definitivamente sí y eso es porque nosotros no solo sacamos una promoción por naviera, sino que las sacamos todas, y esto claro al final hace que puedas ver todo lo que la compañía naviera tiene para ti, además de los descuentos propios de Aquotic.





VERANO 2019

# Vuelos desde **VALENCIA**

Circuitos  
**Easy Going**  
Viaje cómodo

## **Rumanía y Transilvania**

Julio, Agosto, Septiembre, Octubre

Media Pensión + Tasas: **860€**

## **Budapest, Viena, Praga**

Junio, Julio, Agosto, Septiembre

Desayuno + Tasas: **880€**

## **Sur de Italia**

24 Junio al 7 Octubre

Media Pensión + Tasas: **990€**

## **Bellezas de Turquía**

Julio, Agosto, Septiembre

Pensión Completa + Tasas: **990€**

## **Bretaña y Normandía**

Julio, Agosto, Septiembre

Media Pensión + Tasas: **1.020€**



## **Croacia Fascinante**

8 Julio al 26 Agosto

Media Pensión + Tasas: **1.125€**

## **Los Dolomitas y la Toscana**

Septiembre, Octubre

Media Pensión + Tasas: **1.125€**

## **La Rusia de los Zares**

Julio, Agosto, Septiembre

Media Pensión + Tasas: **1.340€**

## **Imágenes de la India**

Julio, Agosto, Septiembre

Pensión Completa + Tasas: **1.330€**

## **Vietnam al completo**

Agosto, Septiembre, Octubre

Pensión Completa + Tasas: **1.690€**



Presidente de la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias

## MIGUEL JIMÉNEZ

*“Debemos estar presentes en todas las organizaciones que nos aporten representatividad”*



Actualmente, 245 casas centrales y más de 300 puntos de venta conforman AEVAV, un volumen de empresas que representa una facturación anual de más de 600 millones de euros. AEVAV, que se encuentra entre las tres primeras asociaciones de agencias de viajes por número de miembros en el ámbito nacional, renovó en 2017 su Junta Directiva y desde entonces la preside Miguel Jiménez. “Una de mis mayores preocupaciones – sostiene – es que las agencias de viajes de Alicante y Castellón se sientan muy bien representadas, para nosotros son uno de los pilares fundamentales de la asociación. La unión hace la fuerza y hay que seguir trabajando para fortalecer nuestra posición en el mercado, aprovechar las sinergias y ser más competitivos”.

***Cuál ha sido la trayectoria de AEVAV a lo largo de su historia? ¿y en qué momento se encuentra actualmente?***

AEVAV tiene 42 años de historia y desde entonces ha ido sumando asociados y no ha cesado en su empeño por posicionar a sus empresas representadas en el mercado. Pero, evidentemente, a lo largo de estos años, el sector ha cambiado mucho y lo que valía hace 30 ó 20 años ahora no vale. Hace dos años nos reinventamos y desde entonces preside la asociación una nueva Junta Directiva, que yo presido.

En este tiempo, hemos intentado renovar

y cambiar la forma de hacer las cosas, ser más colaborativos, más cercanos, potenciar las relaciones con los medios de comunicación y con las instituciones valencianas, y creo que en todo eso hemos avanzado bastante. Tenemos que seguir mejorando, desde luego, pero actualmente estamos representados en las Cámaras de Comercio, en la Generalitat Valenciana a través de la Agencia Valenciana de Turismo, formamos parte de todas las organizaciones empresariales de la Comunidad Valenciana, formamos parte de CEAV (Confederación Empresarial de Agencias de Viaje), de la

CEV (Confederación Empresarial de la Comunidad Valenciana), y de la Unión Gremial que abarca a todo el comercio.

Entendemos que debemos estar presentes en todas las organizaciones que nos aporten representatividad y completar así todas las necesidades de nuestros asociados.

***¿Qué futuro le gustaría para AEVAV?***

A partir de ahora lo que queremos hacer es dar un salto de calidad, como hemos venido haciendo hasta ahora, dedicándole mucho trabajo para seguir mejorando el posicionamiento de las agencias de viajes.

***¿Cómo valora el retraso que está sufriendo este año la aprobación de los viajes sociales del IMSERSO? Y ¿Cómo afecta esto a las agencias de viajes de la Comunidad Valenciana?***

La reivindicación que están haciendo los hoteles la respeto, es cierto que la cantidad que perciben está demasiado ajustada, pero no olvidemos que los programas de viajes del IMSERSO se pusieron en marcha para que las personas que no tenían recursos suficientes para viajar, pudieran hacerlo y para que los hoteles mantuvieran el empleo en la temporada baja.

No solo los hoteles, las agencias de viajes también estamos realizando una gran labor social en estos programas. Percibimos 12 euros con IVA incluido por reserva y, si el cliente viene con la reserva hecha desde su casa por internet, 7,50 euros. Trabajamos con muy poco margen y también reivindicamos una subida de dos o tres euros por reserva para las agencias.

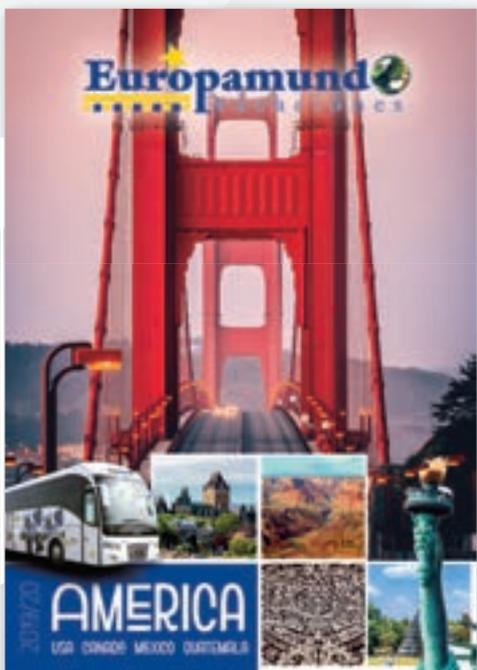
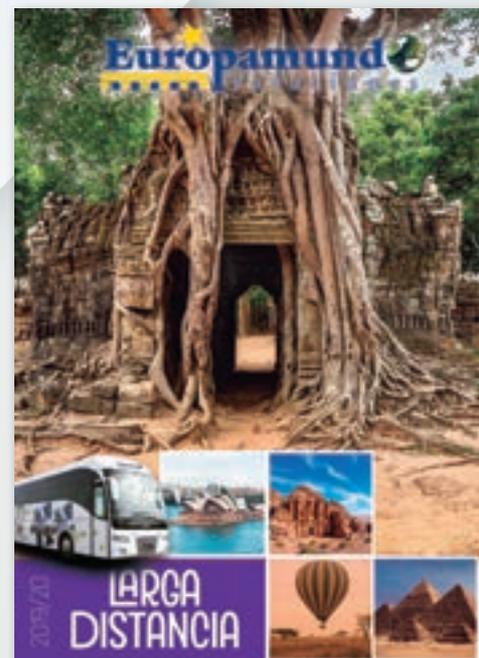
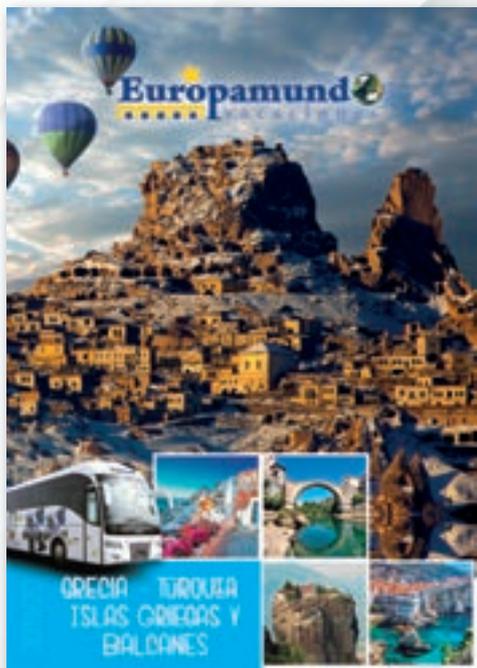
A lo mejor existe una solución estableciendo diferentes baremos en los precios dependiendo de los ingresos de la persona que accede a estos viajes, y los que tengan un poder adquisitivo más alto paguen un poco más que los que no lo tienen.

***Si se encontrara una lámpara maravillosa ¿qué tres deseos le pediría para el sector?***

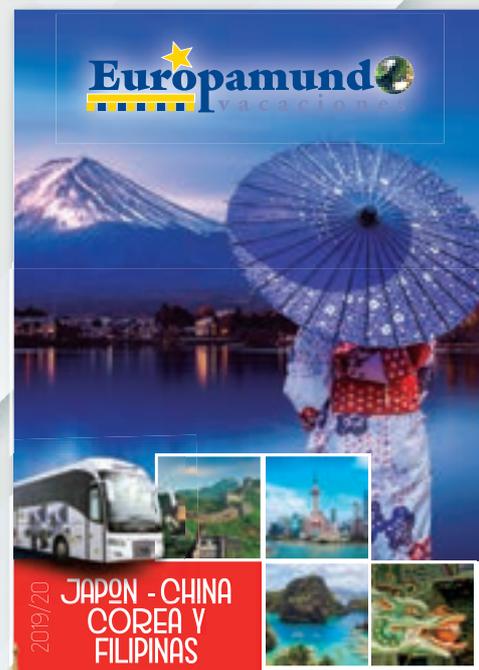
Le pediría solidaridad, implicación y profesionalidad para afrontar con éxito todos los retos que tenemos por delante, de la misma manera que superamos en su día el reto de internet y de la adaptación a las nuevas tecnologías, y ahora internet es nuestro aliado.



**Europamund**  
vacaciones



**NUEVA**  
PROGRAMACIÓN  
**DE CIRCUITOS**  
★ 2019/2020 ★



**YA DISPONIBLE**  
En su agencia de Viajes

[www.europamundo.com](http://www.europamundo.com)



*Presidente de la Asociación Canaria de Agencias de Viajes y  
Touroporadores - ACAVyT*

## ANTONIO GONZÁLEZ

**España cuenta con una nueva organización empresarial de agencias de viajes y touroporadores, miembro de CEAV (Confederación Empresarial de Agencias de Viajes). Constituida formalmente el pasado año 2018, se presentó el 30 de mayo, coincidiendo con el Día de Canarias. ACAVyT (Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Touroporadores) afronta “sacar adelante un proyecto común, desde un enfoque de dimensión regional, de toda la comunidad autónoma de Canarias, como es el de estar actualizados continuamente y adaptarse a las nuevas situaciones de un mercado permanentemente competitivo y cambiante, para garantizar la seguridad, calidad y excelencia en todos los servicios y productos ofertados”, destaca Antonio González, presidente de ACAVyT, en entrevista a Gaceta del Turismo.**

### *¿Cuándo nace ACAVyT?*

La Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Touroporadores se presentó el 30 de mayo pasado, coincidiendo con el día de Canarias, aunque se constituyó formalmente en el primer trimestre de 2018. ACAVyT integra en una sola asociación regional, para toda la comunidad autónoma de Canarias, las antiguas asociaciones provinciales de agencias de viajes de Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria.

Este trabajo de integración se inició hace ya dos años con la preparación de los nuevos estatutos de la actual asociación regional y en febrero de 2019 iniciamos los trabajos de preparación del nuevo Plan Director que marcará las líneas de trabajo de los próximos meses.

### *¿Cuántas agencias de viajes y touroporadores están representadas en ACAVyT?*

En ACAVyT están representados más de 1.063 puntos de venta, agencias de viajes tanto emisoras como receptoras, que se estructuran en más de 400 marcas, de las cuales 221 operan tanto online como presencial, con oficina física.

### *ACAVyT representa tanto a las agencias minoristas como a las mayoristas ¿Por qué se adoptó esta decisión?*

Sí, esto es así. En las antiguas asociaciones provinciales ya estaban representadas tanto minoristas como mayoristas y en la integración de ambas asociaciones hemos mantenido la misma representación, tanto minoristas como mayoristas. El objetivo es aunar en nuestra asociación a todas las empresas del sector, y haberlo conseguido ha supuesto un gran paso hacia adelante, lo que nos motiva a afrontar el trabajo que tenemos por delante con gran ilusión.

### *¿Con qué objetivo se constituye ACAVyT?*

La actividad turística en Canarias representa casi un 14% de nuestro PIB. En los últimos años hemos superado los 16 millones de turistas extranjeros al año. Movemos un volumen de facturación muy significativo, y la constitución de nuestra asociación tiene precisamente como objetivo organizarnos y unirnos en una sola asociación para hacer frente juntos a las diferentes problemáticas que tiene el sector.

El turismo es global y lo tenemos que afrontar desde esa perspectiva. Precisamente ACAVyT surge de aunar esfuerzos y sacar adelante un proyecto común desde un enfoque y dimensión regional, de toda la comunidad autónoma de Canarias, así como en procesos y estrategias profesionales de posicionamientos de socialización e internacionalización.

Desde nuestro ámbito profesional consideramos, que estas últimas décadas, han sido solo el principio de una constante evolución imparable del sector turístico, y continuarán surgiendo nuevos actores y productos que imponen distintas estrategias en la oferta y demanda de un mercado permanentemente cambiante. Nuestro sector tiene la auténtica necesidad y compromiso profesional de estar actualizados continuamente y adaptarse a las nuevas situaciones de un mercado permanentemente competitivo y cambiante, para garantizar la seguridad, calidad y excelencia en todos los servicios y productos ofertados.

### *¿Cuáles son las principales líneas de actuación del Plan Director aprobado por ACAVyT?*

El Plan Director de la asociación, aprobado en febrero, tiene una vigencia de un año hasta el primer trimestre de 2020 y cuenta con diferentes líneas de actuación. Entre las que nos hemos marcado de manera prioritaria están, por ejemplo, la captación de nuevas agencias de viajes, el diseño y desarrollo de la página web corporativa, que ya la tenemos en marcha, la constitución de comisiones de trabajo en diferentes campos que nos afectan como el intrusismo profesional, -que ha aumentado significativamente en los últimos años, no solo en Canarias, sino a nivel nacional- o la internacionalización, el desarrollo de una oferta de servicios a nuestras agencias asociadas (servicios jurídicos, laborales, etc.), darle un fuerte impulso al gabinete de información, comunicación y marketing de nuestra asociación para mantener un posicionamiento y una interlocución activa con la sociedad, y la puesta en marcha de cursos de formación y actualización para nuestras agencias de viajes, al respecto ya contamos con más de 200 cursos ofertados, o el desarrollo de convenios y colaboraciones estratégicas con diferentes instituciones y administraciones tanto públicas como privadas y la gestión de patrocinios como estrategia de marca.





# La Italia

más bella en el mar

Presentamos el  
**Costa Smeralda,**  
nuestro nuevo buque insignia.

**Propulsado por Gas Natural Licuado,  
el combustible fósil más limpio del mundo.**

A partir de Noviembre 2019 desde Barcelona y Palma.



Benvenuti  
alla *felicità*<sup>2</sup>

# LAS VUELTAS AL MUNDO DE CUNARD LINE, UNA EXPERIENCIA ÚNICA EN LA VIDA



**D**e la cultura occidental al Lejano Oriente pasando por las paradisíacas islas del Pacífico y Oceanía, circunnavegar el globo es una auténtica aventura a la altura de los grandes exploradores.

Cunard Line, icono del lujo en alta mar, sigue apostando por ofrecer al viajero experiencias únicas a bordo de los elegantes barcos de su flota. Desde 1922, la compañía ha llevado a más pasajeros que ninguna otra alrededor de todo el globo, llegando a recónditos puntos del mapa como los exóticos destinos de Australia, Alaska o Japón y las islas del Pacífico, el Índico y Oceanía, entre muchos otros. La naviera, representada en exclusiva por Mundomar Cruceros en España y Portugal, ha diseñado tres fascinantes recorridos con el valor añadido que ofrecen sus Reinas.

“Fue el camino que esta nao hizo, el mayor y más nueva cosa que desde que Dios crió el primer hombre y compuso el mundo hasta nuestro tiempo se había visto”, afirmaba el cronista Antonio de Herrera en su Historia General de los Hechos de los Castellanos en las Islas y Tierra Firme del Mar Océano, en referencia a la primera circunnavegación de la Tierra. Se trata de la expedición que Fernando de Magallanes y Juan Sebastián Elcano realizaron hace hoy 500 años y que permanece viva como uno de los grandes hitos de nuestra historia.

Desde 1922 y con el espíritu de los grandes exploradores, Cunard Line, baluarte del lujo en alta mar, ha llevado a más pasajeros

alrededor del globo que ninguna otra naviera, poniendo a su disposición la mayor experiencia en la organización de este tipo de trayectos a bordo de sus tres Reinas. Por ello, la compañía, representada en exclusiva por Mundomar Cruceros en España y Portugal, ha diseñado tres extraordinarios recorridos para sus Vueltas al Mundo 2021. Unos viajes pensados para crear recuerdos inolvidables, vivir momentos únicos donde no existan preocupaciones y dejarse llevar por el insólito sabor de destinos inimaginables, la excepcional belleza de rincones dominados por la naturaleza, el descubrimiento de nuevas culturas y la mezcla de contrastes.

En los primeros meses del año 2021, el Queen Mary 2, buque insignia de Cunard, realizará una travesía de 100 días que llevará a sus pasajeros hasta el Lejano Oriente. Desde Southampton (Reino Unido), el navío viajará hasta el cuerno de África para así dirigirse por el Océano Índico hacia Australia. El Sudeste Asiático será el próximo punto antes de navegar por aguas mediterráneas rumbo al puerto de origen, una vez que haya visitado un total de 22 países con 34 Patrimonios de la Humanidad y lugares como la exótica isla... Mauricio, el asombroso paisaje urbano de Hong Kong, el magnífico Canal de Suez o la ciudad griega de Atenas.

Coincidiendo con su embarcación hermana, el Queen Victoria comenzará su circunnavegación por el mundo en el mes de enero con un fascinante itinerario que, durante 109 días, visitará 24 países y

25 Patrimonios de la Humanidad. Desde la increíble travesía transatlántica del Reino Unido al Caribe, atravesando el Canal de Panamá hasta atracar en las paradisíacas y remotas islas del Pacífico, para después surcar los mares del Sudeste Asiático antes de regresar a Europa bordeando el continente africano, la ruta llevará a esta Reina

hasta los puertos de San Francisco (EEUU), Honolulu (Hawái), Sídney (Australia), Hong Kong, Singapur o Ciudad del Cabo (Sudáfrica).

Desde finales de 2020, los pasajeros del Queen Elizabeth se embarcarán en una aventura muy especial, que se caracterizará por sus itinerarios inmersivos en Australia y Japón. En estos exóticos viajes el buque surcará Oceanía llegando a Nueva Zelanda y las ciudades australianas más importantes para después dirigirse a Japón y a los lugares más emblemáticos del Sudeste Asiático. Un total de 10 países que albergan hasta 24 Patrimonios de la Humanidad y atractivos singulares como el Parque Nacional Fjordland, Bali y Jakarta (Indonesia) o Auckland (Nueva Zelanda).

Amaneceres de película, románticos atardeceres sobre el horizonte que dibuja el mar, varios meses de navegación e imágenes inéditas que cada lugar dejará en la mente del pasajero son la premisa de los tres recorridos que ofrece Cunard Line. Una perspectiva única para ver el mundo a través de los siete mares y los cinco continentes.



# UN VERANO DE TIBURONES CON PRINCESS CRUISES

**D**e la La mayor compañía de cruceros Premium del mundo celebra una vez más su “Summer of Shark” (Verano del tiburón) Princess Cruises volverá a celebrar la “SharkWeek” de Discovery Channel de una forma muy especial a bordo del buque Caribbean Princess. Coincidiendo con este gran evento televisivo y gracias a su colaboración con Discovery Channel, la naviera traerá su particular “Summer of Shark” (Verano del tiburón) a ocho travesías diferentes de este barco a partir del próximo 27 de julio. Desde numerosas actividades y juegos para grandes y pequeños, hasta comida, bebida y decoración temática, pasando por una exclusiva fiesta de estreno previa a la emisión del programa, los pasajeros disfrutarán de uno de los cruceros más divertidos de alta mar. Coincidiendo con la celebración de la “SharkWeek” (Semana del tiburón) de Discovery Channel, el mayor evento televisivo del verano que se emitirá desde el 28 de julio hasta el 4 de agosto, la naviera Princess Cruises volverá a llenar el Caribbean Princess de tiburones una vez más durante su “Summer of Shark” (Verano del tiburón). Se trata de un crucero temático que se realizará en ocho cruceros del barco a partir del próximo día 27 de julio. Como parte del programa Discovery at SEA, el buque ha diseñado numerosas actividades y juegos que desafiarán a grandes y pequeños por igual, además de enseñarles los mitos y los hechos más interesantes relacionados con el universo de estos peculiares animales marinos. En paralelo, los pasajeros podrán disfrutar de la Shark Week en las televisiones de los camarotes, así como asistir a una fiesta de estreno muy especial donde se anticiparán contenidos exclusivos previamente a la emisión del show. Estos estarán también disponibles en otros doce barcos de la flota, en ruta por Alaska y Europa.

La diversión de niños y adolescentes está garantizada en el Camp Discovery, un lugar en el que los más pequeños podrán realizar manualidades, pintarse la cara o incluso hacerse tatuajes de glitter con sus tiburones favoritos. Por otro lado, los adultos tendrán la oportunidad de disfrutar de cócteles de autor, entre ellos un “Shark Attack Margarita” o un “tropical Great Blue Shark” y mocktails. Además, se servirán platos temáticos



como galletas de tiburón y asombrosas esculturas creadas con alimentos, y se ofrecerá a todos los pasajeros la posibilidad de fotografiarse de forma personalizada sobre distintos fondos gracias a un croma. Según Mundomar Cruceros, Representante en exclusiva para España y Portugal de Princess Cruises y Agente preferente en México, “nuestros pasajeros están encantados con la programación

de nuestro Summer of Shark, un viaje por las profundidades del mar pensado para revelar los secretos de uno de las criaturas más temidas del océano”. Y añade, “desde la decoración hasta la comida o la bebida, habrá toques temáticos especiales de la Shark Week por todo el Caribbean Princess, fruto de nuestra exclusiva colaboración con Discovery



## Servivuelo crece un 30% en el primer trimestre del año

El consolidador aéreo Servivuelo ha obtenido unos datos realmente impresionantes, facturando 22,5 millones de euros, frente a los 17,25 del primer trimestre del año pasado. Lo que supone un incremento de algo más del 30%. “Gran parte del éxito viene de la mano del gran aumento en el número de agencias de viajes que han apostado por trabajar con Servivuelo”, ha destacado Elver Villamizar, director de Operaciones de la compañía. ●



## Las Cámaras de la Comunitat Valenciana y Turisme fomentan la competitividad turística

El secretario autonómico de Turisme, Francesc Colomer, y el presidente del Consejo de Cámaras de la Comunitat Valenciana, José Vicente Morata, firmaron en mayo un acuerdo de colaboración para fomentar la competitividad turística del sector empresarial valenciano. El convenio, dotado con 500.000 euros, permitirá dar vida a proyectos en materia de calidad turística, competitividad y promoción del producto turístico. De este modo, se impulsarán proyectos desarrollados por la Turisme CV para avanzar en la calidad y excelencia turística. ●

## La nueva Avis App reinventa el alquiler de vehículos

Avis anuncia nuevas funcionalidades para su innovadora Avis App, que modernizan el proceso de alquiler y otorgan a los viajeros más posibilidades para gestionar su viaje. Gracias a estas mejoras introducidas, la nueva app permite a los miembros de Avis Preferred gestionar la reserva y el alquiler desde su teléfono móvil y evitar las colas del mostrador y el papeleo, además de escoger la marca y el modelo de coche exacto que quieren antes de llegar a la oficina de alquiler. ●

## Benidorm se reúne con agentes de viajes de negocios de toda Europa

La Fundación Visit Benidorm participó en mayo y de la mano del hotel Asia Gardens & Thai Spa en el forum “MICE Body & Soul Europe” de Monchique en Portugal, un evento profesional dirigido a la industria MICE (Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions) y en el que Benidorm mostró su oferta de calidad dirigida a dicho segmento. ●

## W2M Pro, empresa elegida por UNAV para organizar su viaje Post-Congreso en Cuba

W2M Pro organizará el viaje posterior al XXII Congreso de Turismo de la UNAV celebrado en Segovia el pasado mes de abril. El viaje tiene como destino Cuba, coincidiendo con el 500 aniversario de la Habana. ●

## AVASA Travel Group anuncia su alianza con la empresa nixi1



AVASA llega a un acuerdo preferencial con nixi1, empresa líder del mercado en gestión integral de vuelos y hoteles a través de WhatsApp, y se convierte en la primera red de AAVV en incluir dicha tecnología puntera a nivel mundial. ●

## Globalia compra Marsol para completar su oferta en el mercado mayorista

La operación reafirma la apuesta del grupo por el sector turístico. Permitirá mejorar la oferta actual a través de la mayorista Travelplan y beneficiará también a la red de agencias de Halcón Viajes y Viajes Ecuador, así como a la división receptiva Welcome Incoming Services, que cubre en destino todas las necesidades de turoperadores y agencias. ●

Viajar es libertad.  
Viajar es vivir.  
Viajar es descubrir.

\* Por ello, desde Hosbec, seguimos trabajando para que sean muchos los que vivan su experiencia como @enicasciarretta

Benidorm · Valencia · Castellón · Comunidad Valenciana  
[www.hosbec.com](http://www.hosbec.com)

Mediterráneo  
EN VIVO



## Amadeus, la primera comunidad internacional online de agentes de viajes cuenta ya con 6.000 usuarios

De acuerdo con los primeros resultados de Amadeus Live Travel Community (LTC), la primera comunidad internacional online de agentes de viajes, que cuenta ya con 6.000 usuarios en todo el mundo, nuestro país es en estos momentos —con cerca de 600 hilos de conversación y 2.000 publicaciones— uno de los mercados España más activos del mundo, sólo por detrás de Rusia, EE.UU. y Francia.

Los usuarios de la comunidad internacional son mayoritariamente mujeres (63,2%), frente a un 36,8% que son hombres. El perfil predominante de las usuarias es el de una 'millennial', lectora y con gusto por el 'fitness', el 'bleisure travel', las compras, el arte y la cultura. ●



## La UPV estudia los efectos de la ampliación norte del puerto en la economía valenciana

Es un encargo de tres de los agentes locales más importantes: la Cámara de Comercio, la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana y Propeller Valencia. El Instituto de Transporte y Territorio de la UPV analizará en los próximos meses cómo influirá un proyecto que supone una inversión de 1.200 millones. ●



## Avasa&Go. El buscador web de Avasa Travel Group se renueva

Tal como avanzaron en su pasada Convención "Innovando junto a ti" Avasa ha presentado a toda su red de agencias asociadas el nuevo look and feel de su buscador de vuelos, de trenes, de hoteles y de vuelo + hotel, AVASA&GO. ●

## El nuevo A350 de evelop! aterriza en Punta Cana

Evelop! cuenta con cuatro frecuencias semanales a Punta Cana y también la línea aérea de la compañía en Portugal, que opera bajo el nombre de Orbest, vuela hacia ese mismo destino con una frecuencia de tres días semanales. Para la compañía, República Dominicana, es uno de sus tres destinos estratégicos en Caribe, junto al Caribe mexicano y Cuba. ●

## Cristina Castillo se incorpora al equipo de Ventas de Teldar Travel

Cristina Castillo contribuirá al objetivo de Teldar Travel, que quiere hacerse fuerte en zonas que requieren del máximo rendimiento. Con este puesto, Teldar Travel cuenta ya con tres comerciales en la zona centro y diez en total para España. ●

## TANDEM Luxury Travel presenta su nuevo Libro de Viajes

En esta edición se incorporan seis nuevos itinerarios y se amplía la oferta hotelera premium en Estados Unidos, Maldivas y Japón. La portada del libro, que forma parte de una trilogía inspirada en el arte, es un diseño del reconocido ilustrador Ricardo Cavolo. ●

## Germán Inostroza, elegido nuevo presidente de SITE Spain



El hasta ahora director de Comunicación de la asociación y también director de Marketing de MCI Group fue elegido

por unanimidad en la reunión anual de miembros de SITE Spain. Inostroza encabezarla la nueva etapa de la organización acompañado del resto de su nueva junta directiva. SITE Spain es el chapter español de SITE Global, la única organización mundial dedicada a fortalecer y apoyar a la industria de viajes de incentivo. ●

## Globalia Corporate Travel se incorpora a la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa

Globalia Corporate Travel (GCT), la marca del Grupo Globalia dedicada al sector corporativo, se ha incorporado a la Asociación Española de Gestores de Viajes de Empresa (AEGVE) como socio colaborador. ●

GACETA3

Agencia Viajes  
de Negocios

LÍDER

Comunidad Valenciana

2019

PREMIO COMPRENDEDOR

EMPRESA &  
SOCIEDAD  
FUNDACIÓN

EFICIENCIA EN PROCESOS  
Y OPERACIONES

CONSULTIA TRAVEL  
gestión integral de viajes  
de empresa y negocios

EMPRESA

**Eficiencia, control y  
servicio personalizado  
en tus viajes de empresa  
con la tecnología líder**

**IMPLANTACIÓN GRATUITA**

*Cuando un cliente nos dijo "sois mi ángel de la guarda cuando viajo", entendimos que estábamos en el camino adecuado, unir la tecnología al servicio personalizado.*



Tel. Central: (+34) 961 961 905 · E-mail: [marketing@consultiatravel.es](mailto:marketing@consultiatravel.es) · [www.consultiatravel.es](http://www.consultiatravel.es)

CV-m1359V

## Acuerdo de colaboración entre la Feria Internacional de Lisboa e Intur

La directora general de la Feria Internacional de Lisboa (FIL), Maria João Rocha de Matos, y el director general de la Feria de Valladolid, Alberto Alonso, han suscrito un acuerdo para la promoción y divulgación de sus respectivos eventos en el ámbito turístico.

Esa colaboración se ha traducido ya en la presentación de Intur en la pasada edición de la Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), donde se dio a conocer a profesionales, medios de comunicación y público la 23 edición de la Feria Internacional del Turismo de Interior, que se celebrará el próximo mes de noviembre. ●



## Luxotour Grandes Viajes estrena página web

Luxotour Grandes Viajes, la división de larga distancia de la mayorista Luxotour, continúa actualizándose para ofrecer el mejor servicio posible a las agencias de viajes, su único canal de venta, y anuncia el estreno de su nueva página web, que presenta un diseño más moderno y numerosas utilidades. Este cambio ha sido posible gracias al trabajo realizado con la compañía Sistemas de Información Cross, que ha lanzado la nueva tecnología "Prometeus", enfocada a aquellos touroperadores que necesiten vender sus productos a través de las intranets de los grupos de gestión. Esta nueva herramienta se basa en la auto reserva, facilitando así la venta de paquetes turísticos. ●

## El Grupo Iberia estrenará nueve destinos esta temporada de verano

Oso y Bergen, serán las novedades en Noruega a partir de junio. Bari, Génova y Verona, ampliarán los destinos en Italia, donde el Grupo Iberia suma ya 14. Châlons-Vatry (en la Champaña) y Bastia (Córcega) serán las novedades en Francia. Zadar (Croacia) y Corfú (Grecia) completan la nómina de nuevos destinos. Iberia también crece en otros mercados, especialmente en América Latina y en destinos como México, Bogotá, Lima, Montevideo, Quito y Río de Janeiro. ●

## El Aeropuerto de Valencia estrena ruta con Londres-Heathrow de la mano de British Airways

El Aeropuerto de Valencia inició en el mes de abril, coincidiendo con el arranque de la temporada de verano, una nueva ruta con Londres-Heathrow, de la mano de la compañía aérea British Airways, que ofrece esta conexión con vuelo diario al principal aeropuerto de Reino Unido. ●

## Antonio Miralles, nuevo delegado comercial en la zona de Levante de Transrutat



La mayorista de viajes Transrutat ha anunciado la incorporación a su equipo de Antonio Miralles como nuevo

delegado comercial de la zona de Levante. Miralles sustituye así a Rafael Beltrán, cuya jubilación ya anunció la compañía el pasado mes de noviembre después de muchos años en la empresa.

## La tecnología y el cine de lujo llegan a Cinesa Plaza Loranca 2

La compañía líder en exhibición cinematográfica en España refuerza su compromiso con la innovación, la tecnología y el confort con la inauguración de las nuevas instalaciones de Fuenlabrada. El complejo suma 11 salas con butacas reclinables y cuenta con las últimas novedades en calidad visual y de sonido. ●

## Costa Cruceros y Europ Assistance renuevan su asociación

Costa Cruceros renueva por tres años más su alianza con Europ Assistance para garantizar las coberturas en sus cruceros. El acuerdo, de carácter internacional y firmado inicialmente en 2016, ha permitido asegurarse a más de un millón de pasajeros desde entonces. En esta nueva etapa de la colaboración, los clientes de la compañía de cruceros italiana seguirán contando con el Seguro de Reserva Anticipada y la cobertura Multirriesgo Básica para cancelaciones o reembolso de gastos médicos, pero, además, se añaden nuevos servicios de asistencia, como el "Suplemento para gastos médicos", que aumenta esta cobertura hasta 200.000 euros. ●

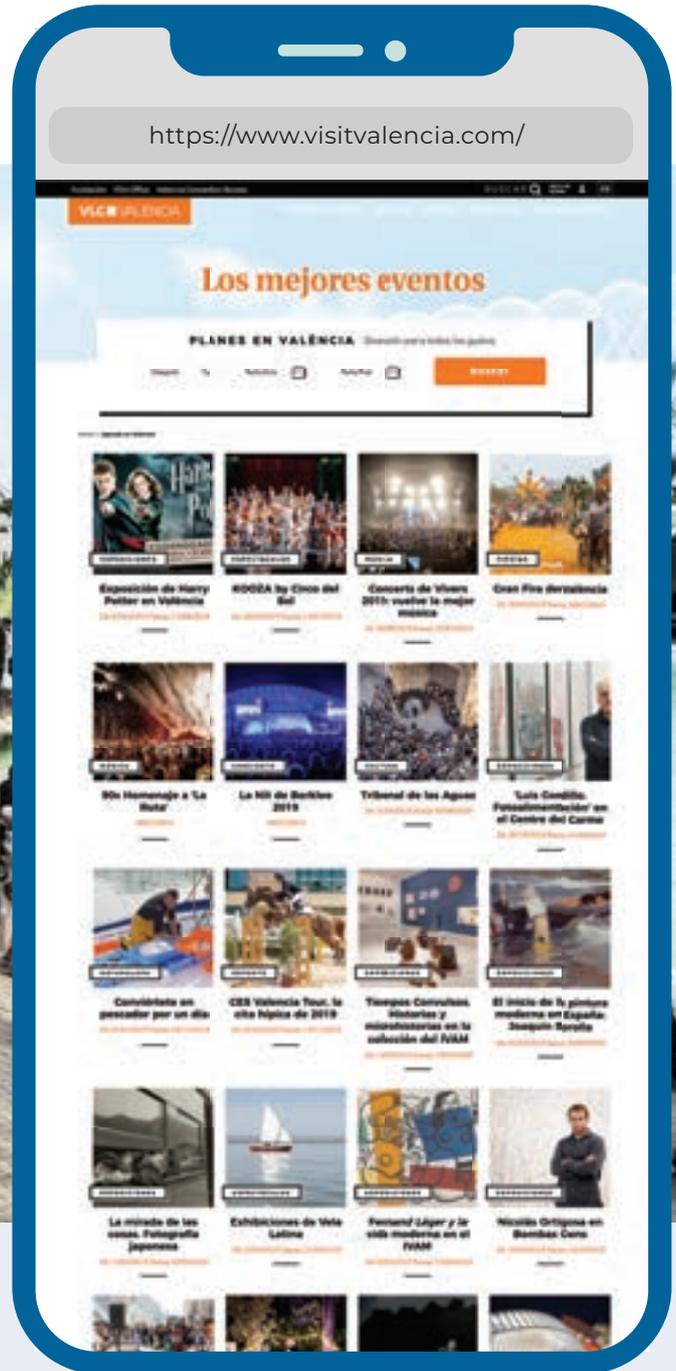


Descubre la oferta cultural de València en

# visitValencia.com



Exposiciones, conciertos,  
eventos deportivos  
y gastronómicos...



¡No te pierdas nada!

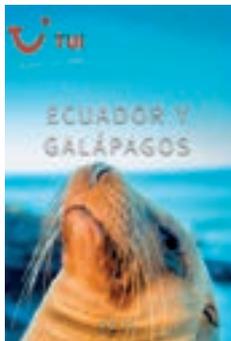
## Ryanair lanza una nueva ruta entre Málaga y Oporto



Ryanair ha anunciado una nueva ruta entre Málaga y Oporto, que operará con tres vuelos semanales a partir del mes de octubre. A esta nueva conexión se sumará, además, un nuevo servicio de invierno a Nápoles, como parte del calendario de invierno 2019 de Ryanair en Málaga. ●

## TUI, especialista en Ecuador y Galápagos

TUI continúa su apuesta por la especialización con la edición de su catálogo, "Ecuador y Galápagos 2019". Un cuadríplico digital con una selección de los programas más demandados. Este folleto, en colaboración con la compañía aérea LATAM, ratifica el interés de la mayorista por ofrecer el mayor porfolio del mercado con propuestas de viaje en destinos donde la competencia no llega. ●



## Iberia Express y Turismo del Ayuntamiento de Madrid lanzan un concurso para plasmar la imagen renovada de la capital en uno de los aviones de la aerolínea

Turismo del Ayuntamiento de Madrid e Iberia Express ponen en marcha un concurso en universidades, escuelas de arte y otras organizaciones a nivel nacional para el diseño de un vinilo, que refleje la identidad gráfica de Madrid acorde con su nuevo icono de los abrazos, así como los valores de la ciudad, que decorará uno de los aviones de la compañía.

El objetivo de esta iniciativa es dar visibilidad a los valores y atractivos de la capital española, tanto en España, como en los diferentes países europeos a los que vuela la compañía. ●



## Los aeropuertos de El Prat y Palma de Mallorca los más impuntuales de 2018

En 2018, alrededor de 22,4 millones de pasajeros se vieron afectados por retrasos o cancelaciones en sus vuelos. Los vuelos con salida desde las Islas Canarias destacan por su puntualidad. El año pasado fue un año marcado por las incidencias aéreas, y, según las previsiones de AirHelp, la situación no se corregirá en 2019, donde se prevé que más de 174.000 vuelos sufrirán retrasos en España.

Según el estudio, el 25% de todas las salidas desde el aeropuerto de El Prat en 2018 se retrasaron o cancelaron por completo. Le sigue de cerca el aeropuerto de Palma de Mallorca, donde el 24,7% de los vuelos no despegaron según lo previsto. ●



## Iberia patrocina la exposición de Sorolla en la National Gallery de Londres

La muestra del pintor español estará disponible hasta el mes de julio. La colaboración de la aerolínea se integra en su proyecto #Talentoabordo, con el que pretende dar difusión de la cultura española en los cerca de 50 países adonde vuela.

La galería más popular del Reino Unido y la cuarta del mundo que más visitas recibe muestra más de 60 obras del pintor valenciano, entre las que se incluyen retratos y paisajes, siempre con esa mirada tan particular al costumbrismo español. ●

## AerTicket alcanza los 50 mercados internacionales disponibles en Cockpit

El grupo AerTicket, líder de la consolidación aérea en Europa, presente en España desde 2010, ha cerrado la implementación del mercado internacional número 50 en su motor de reservas Cockpit. Este hito hace aún más competitiva la herramienta del consolidador, cuyo objetivo para 2019 es poner a disposición de las agencias de viajes las tarifas de más de 80 mercados.

## Air Europa, finalista en los Premios Onboard Hospitality por sus envases de agua sostenibles

Air Europa ha resultado, un año más, finalista en los reconocidos Premios Onboard Hospitality al quedar clasificada entre las cuatro mejores aerolíneas en la categoría de "Lo Mejor a bordo para la sostenibilidad" con Aguaencaja, el brik compuesto por materiales renovables con el que sirve el agua a los pasajeros que vuelan en su clase Business. ●



# PRINCESS CRUISES

regrese como nuevo<sup>SM</sup>

## 380 | destinos por todo el mundo

# Sudamérica

Con Guía Asistente y  
Excursiones Opcionales  
en Español

Exterior desde  
**3.382 €**



## Su viaje completo

4 Febrero 2020 - 18 días  
Vuelos · Hoteles · Visitas  
· Crucero Coral Princess  
· Traslados



\*Posibilidad de Extensión a Iguazú



Es un producto:



CONDICIONES GENERALES: Precio por persona sujeto a disponibilidad. Oferta válida para nuevas reservas. El precio incluye vuelos de I/N desde Madrid o Barcelona, traslados durante el viaje, 1 noche en Santiago de Chile en Hotel 4\* en Régimen de AD, visitas de Santiago de Chile y Valparaíso, crucero, tasas de embarque y tasas aéreas. Durante el crucero se incluye pensión completa a bordo, agua no embotellada, café, té y zumo en el desayuno así como acceso y uso de las instalaciones del barco. Los precios no incluyen las propias del crucero. \*Posibilidad de añadir 2 noches en Iguazú y traslados a las Cataratas. Consultar.



## B the travel brand y Catai inauguran su quinta tienda conjunta en Sevilla

Comodidad y última tecnología son los rasgos más característicos de este nuevo espacio que permitirá vivir experiencias únicas a los viajeros más exigentes. B the travel brand, la marca minorista de Ávoris, división de viajes del Grupo Barceló, abrió a finales de enero las puertas de su nuevo espacio premium en Sevilla. La apertura de esta nueva tienda premium en la ciudad es la sexta apertura que realiza el grupo en España, uniéndose así a las presentes en Madrid, Bilbao, Zaragoza y Málaga. La firma expande su negocio añadiendo a su portfolio un establecimiento más bajo la marca B the travel brand & Catai. ●



## Civitatis alcanza la cifra de 14.000 actividades en 80 países

Cada semana, Civitatis añade a su cartera de destinos nuevos lugares que descubrir. Su esfuerzo por ofrecer al viajero planes divertidos, novedosos y únicos le lleva a buscar constantemente la excelencia y nuevas oportunidades de turismo en los cinco continentes. Tanto es así, que recientemente ha alcanzado la cifra de 14.000 actividades en 80 países diferentes: Rutas enoturísticas, excursiones de aventura, paseos en barco, naturaleza y hasta un tour fotográfico son algunos de los nuevas actividades que se suman a Civitatis. ●

## Grupo Bytour y Click Viaja unen sinergias para mejorar los servicios y prestaciones a las agencias de viajes independientes

De esta forma, Grupo Bytour ofrecerá con su grupo de gestión, la mayor cobertura de servicios turísticos a nivel nacional. Tanto José Moyano, director general de ByTour, como Óscar Alonso, director de Click Viaja, pilotarán este nuevo grupo que espera terminar el año 2019 con más de 500 agencias asociadas. ●

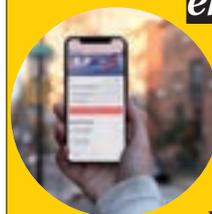
## La suite flotante Punta de Mar amarra en La Marina de València



La startup valenciana lleva su prototipo de suite flotante al pantalán de grandes yates de La Marina. Hoteles y Marinas de distintos puntos del mundo se han interesado ya por el producto para sus instalaciones. El pantalán de grandes yates es el lugar escogido para ubicar el prototipo de la startup valenciana, que después de unos primeros meses inmersa en el desarrollo del proceso de

fabricación, se instala en este hub de innovación y náutica para seguir avanzando en su proyecto empresarial. ●

## GoEuro se convierte en Omio

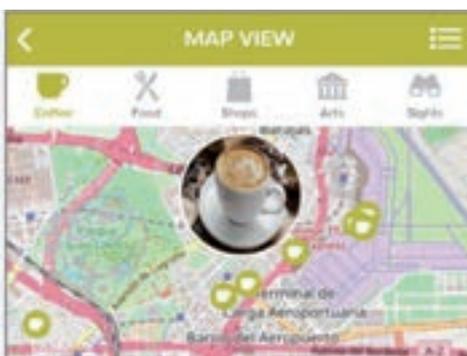


La plataforma de reservas de transporte líder en Europa cambia de nombre para arrancar su estrategia de expansión

internacional. Tras estrenar su nueva imagen al cierre de 2018, la plataforma culmina su cambio de marca con un nuevo nombre adaptable a todos los idiomas. ●

## Muchosol abre mercado en Chipre

También ha inaugurado nuevas regiones en Grecia, Irlanda, Francia y Turquía. Muchosol, la empresa valenciana de alquiler vacacional entra en Chipre con 83 alojamientos. Desde el pasado mes de marzo, los viajeros que quieran conocer nuevos destinos podrán alquilar su villa de vacaciones y descubrir esta maravillosa isla del mediterráneo. ●



## Travel Advisors Guild en colaboración con Amadeus desarrolla una APP que acompañará al viajero corporativo durante todas las etapas del viaje

La Asociación de agencias de viajes independientes Travel Advisors Guild (TAG), ha anunciado el lanzamiento de su nueva APP "MYTAG", con la que los clientes de sus agencias viajes podrán estar conectados vayan donde vayan e interactuar en cualquier momento y lugar. ●

# Tu espacio, tu evento



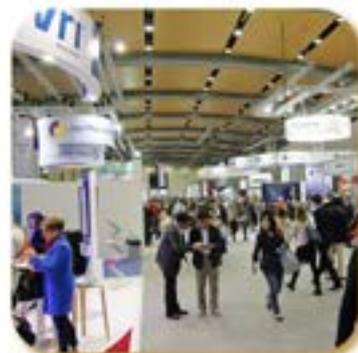
Congresos



Conferencias



Cenas de gala



Ferias



Presentaciones de producto



Rodajes



Convenciones



Y próximamente...  
¡¡Tu Evento!!

**230.000**  
M<sup>2</sup>

**19**

Pabellones

**3**

Auditorios

**48**

Salas de reuniones

**5**

Forums

**±100**

Eventos cada año

**3.000**

Plazas de parking

**102**

Años de experiencia

**18.000**

M<sup>2</sup> de plaza ajardinada



## Disponibles los nuevos catálogos de Catai para la temporada 2019/2020



Catai tiene disponibles los catálogos que recogen los viajes de esta mayorista para la próxima temporada. Cientos de opciones donde será difícil no encontrar el viaje soñado y que se pueden consultar en [www.catai.es](http://www.catai.es) o en los catálogos disponibles en agencias de viajes.

Como cada año, Catai incluye novedades en su programación. En esta ocasión un nuevo catálogo dedicado a Egipto, un país que ha vuelto a la lista de destinos deseados por los españoles y donde esta mayorista cuenta con una cuidada programación con los mejores servicios. Además, se ofrecen nuevos circuitos exclusivos Catai en destinos como China, Vietnam y Camboya o Cuba y nuevos safaris en Sudáfrica. ●

## Wizz Air anuncia dos nuevas rutas desde Castellón

Cuatro frecuencias semanales a Budapest y Katowice a partir de junio. Estas nuevas conexiones desde Castellón comenzarán a operar el 16 y 17 de junio de 2019 respectivamente con dos frecuencias semanales cada una. Wizz Air volará a Budapest los miércoles y domingos y a Katowice los lunes y viernes. Las nuevas rutas, con una previsión de 18.000 pasajeros anuales, también contribuirán a la economía local, el apoyo a puestos de trabajo indirectos en las operaciones del aeropuerto, transporte, hostelería y turismo. ●

## Tourmundial y Club de Vacaciones incorporan a Jesús Abad Gramage como nuevo delegado para la zona de Levante

El área de touroperación de esta firma está formada por un equipo de más de 200 profesionales que con amplia experiencia y especialización por destinos son los encargados de ofrecer a los agentes de viajes la mejor atención y un asesoramiento muy especializado.

En la Comunidad Valenciana la prestigiosa firma ha incorporado a Jesús Abad Gramage, profesional de dilatada experiencia en el ámbito del turismo y gran conocedor de las agencias en esta zona de España. ●

## Evelop y Orbest se alían con Newshore para implementar un nuevo sistema de reservas y check-in

Evelop y Orbest, la compañía aérea española y portuguesa respectivamente del grupo Ávoris, división de viajes del Grupo Barceló, se unen a Newshore, compañía española de tecnología especializada en consultoría y desarrollo de software para aerolíneas, con el fin de diseñar, implementar y poner a disposición de los clientes, nuevos servicios auxiliares y de check-in para facilitar el proceso de compra al viajero. ●

## Air Europa une Madrid y Asturias con cuatro vuelos diarios

Air Europa ha ampliado su operativa doméstica al inaugurar el pasado mes de marzo su nueva ruta regular que une Madrid y Asturias con cuatro vuelos diarios. Con esta ruta, la división aérea de Globalia incrementa su oferta de vuelos nacionales, alimenta sus vuelos europeos y de larga distancia, y mejora la conectividad de Asturias con más de 60 destinos nacionales, europeos y transoceánicos donde vuela la aerolínea a través de su hub de Madrid. ●

## Las agencias de Avasa ya pueden reservar cruceros online

A través de su buscador de cruceros, tanto para B2B como B2C. Tal como anunciaron a su red de agencias en su pasada Convención, Avasa ha ampliado su acuerdo de colaboración con la empresa IST, su partner tecnológico referente en la industria de los cruceros y proveedor de su herramienta "Cruise Browser", y contrata servicios adicionales con el objetivo de potenciar las ventas del producto "Cruceros" dotando a sus agencias de herramientas tecnológicas mejoradas. ●

## TAP supera el 10% de crecimiento en 2018

TAP transporta en 2018 un total de 15,8 millones de pasajeros, un crecimiento del 10,4% respecto al año anterior, superando el crecimiento medio de las compañías aéreas a nivel europeo y mundial. Las rutas que más contribuyen a este notable crecimiento son las europeas, sin contar con Portugal, en las que TAP transporta más de 932 mil pasajeros que en 2017, aumentando un 10,7%. ●



## UN NUEVO ESPACIO PARA TU EVENTO CON INFINITAS POSIBILIDADES



45 cines con tecnología en imagen, sonido y confort  
únicos en España



Tecnología  
IMAX, iSens y  
Dolby® para una  
experiencia  
envolvente



Pantalla  
extragrande  
(hasta 240m<sup>2</sup>)



Proyector  
Full HD



Butacas  
reclinables



Servicio  
live video  
streaming

Con Cinesa Business tu evento se convierte en el protagonista, contáctanos:

## Finnair ofrece 40 vuelos semanales desde España este verano

La compañía aérea duplica sus operaciones desde Barcelona, además de volar desde Madrid, Málaga, Alicante, Palma de Mallorca, Menorca e Ibiza. Ofrece excelentes conexiones vía Helsinki a los principales destinos asiáticos de Finnair (China, Japón, Corea, Tailandia, India, Singapur y Hong Kong), y las dos nuevas rutas de la aerolínea en América (San Francisco y Los Angeles). ●



## La tecnológica Roiback permite a los hoteles incorporar el check-in online

Los tiempos de espera en la recepción de los hoteles se reducen drásticamente con este producto. Más del 80% de los huéspedes completan el check-in online a través del teléfono móvil, frente al 20% restante que lo hace a través de una tablet o del ordenador.

Este nuevo producto permite al huésped evitar esperas y colas innecesarias, y que las gestiones de recepción del hotel sean más rápidas y eficientes. En definitiva, gracias a la digitalización, se mejora la experiencia del cliente de manera directa, se optimizan los recursos de la recepción y se aporta valor añadido. ●



## Cathay Pacific recibe la certificación IATA CEIV Fresh

Cathay Pacific Services Limited (CPSL) se ha convertido en una de las primeras organizaciones en recibir la certificación IATA CEIV Fresh, reconocida mundialmente y que acredita el manejo de productos perecederos.

La certificación, que también fue otorgada a la autoridad del Aeropuerto de Hong Kong en el IATA World Cargo Symposium, subraya la velocidad, la consistencia y la eficiencia de todas las partes involucradas en el aeropuerto en cuanto al tratamiento y transporte de productos perecederos. ●



## ORBIS, software recomendado por el grupo de agencias independientes Traveltool

Traveltool elige las aplicaciones Orbis de Gestión Comercial para Agencias de Viajes como Programa Oficial para sus miembros. Con más de 4.500 instalaciones en toda España, Orbis es la aplicación de gestión líder del mercado, siendo la aplicación recomendada por las principales asociaciones y grupos de gestión de nuestro país, a los que se suma ahora Traveltool. ●

## Saudia Airlines vuelve a operar este verano la ruta entre Málaga y Riyadh

La aerolínea cuenta con otras novedades, como la inauguración de conexiones con Marrakech y Atenas desde Arabia Saudí. Tras la buena acogida del año pasado, Saudia Airlines anuncia que este verano ha vuelto a inaugurar su ruta entre Málaga y Riyadh. Esta conexión contará con dos frecuencias semanales, los jueves y los sábados. ●

## Grandvoyage.com organiza un concurso fotográfico

Grandvoyage.com agencia de viajeros, agencia online especializada en viajes de larga distancia, estuvo presente en el salón del turismo B-Travel, en la Fira de Barcelona del 22 al 24 de marzo, donde organizó un concurso fotográfico para premiar a sus viajeros más creativos. ●

## Iberia recibirá cuatro Airbus A350 adicionales hasta 2023

En total serán 20 las unidades de este modelo que reciba la aerolínea española, de las que tres ya están volando y tres más se recibirán este mismo año. El Airbus A350-900 es un avión de nueva generación, con la tecnología más avanzada que apuesta por la sostenibilidad y reduce el consumo de combustible un 25 por ciento. Este modelo, con el que en la actualidad Iberia vuela a Nueva York y Buenos Aires, es el más silencioso del mercado y ofrece nuevas comodidades para los pasajeros. ●

# Valenciaport donde todo conecta



**Valenciaport** conecta la tradición milenaria de su casco histórico con enclaves vanguardistas, seduciendo al visitante con su gastronomía, sus amplias playas y parques, su clima suave durante todo el año. Una experiencia genuinamente mediterránea desde la llegada a su puerto, con sus infraestructuras cómodas y seguras para pasajeros y buque.

Información turística en:  
[www.visitvalencia.com](http://www.visitvalencia.com)

**VLC** VALENCIA

  
valenciaport  
Autoridad Portuaria de Valencia



*El Gran City Break Europeo*

# VIENA

**V**iena es sin duda una de las capitales europeas con más encanto, siendo elegida por cuarta vez consecutiva como la ciudad del mundo con mejor calidad de vida. La capital imperial, elegante y acogedora, se goza de tener grandes áreas verdes como sus bellísimos parques alrededor del anillo con estatuas de grandes músicos, el Prater, con su Noria Gigante, y los Bosques de Viena. Por la mañana visite el Palacio de Schönbrunn de estilo barroco (tome el metro U-4), Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, donde Mozart a sus cinco años tocó para la Emperatriz Maria Theresia. Su extraordinario parque imperial alberga el zoo más antiguo del mundo y, no deje de subir a la glorieta para disfrutar de unas grandes vistas.

La mayoría de los edificios de interés se encuentran en su casco histórico, Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, donde destaca su catedral gótica Stephansdom (donde se casó Mozart), el Palacio Imperial 'Hofburg', la iglesia Kapuzinerkirche donde está enterrada la familia imperial de los Habsburgo, sus calles peatonales Kärtnerstrasse, Graben, y múltiples de callejuelas estrechas y plazas escondidas. Los majestuosos edificios del anillo – Opera, Parlamento, Ayuntamiento, Burgtheater – fueron construidos en la época de su Emperador Francisco José I. Beatriz.Sologuren@austria.info Seite 3 von 9 Oficina Nacional Austríaca de Turismo Departamento de Información

Como especialidades culinarias tiene el 'Wiener Schnitzel' (escalope vienes), acompañado de una 'Kartoffelsalat' (ensalada de patatas), o el Tapfelspitz (carne cocida de vaca al estilo vienes). En sus 'Würstelstand' (quioscos) tomará las salchichas más sabrosas como el 'Bratwurst' o el 'Käsekrainer' (con queso). Por la tarde noche disfrute de una velada divertida amenizada con música popular cenando en el barrio de Grinzing (tome el tranvía 38), en una de sus tabernas rusticales. Aquí la especialidad vienesa es el vino blanco, el 'Grüner Vertliner' o el 'Gemischter Satz', que acompañan a una buena carne de cerdo, como el 'Schweinsbraten' o el 'Kümmelbraten'.

Día 2: El segundo día dedíquelo a descubrir la Viena moderna, a visitar alguno de sus numerosos museos y conociendo otras facetas de la ciudad. Viena es la ciudad de la música por excelencia. Acuda por la mañana a un entrenamiento de la Escuela de Equitación Española, a algún concierto de los Niños Cantores de Viena, y visite



el cementerio central, Zentralfriedhof, (tome el tranvía 71) donde yacen Strauss, Schubert y Beethoven. Durante todo el año, salvo los meses de verano, podrá asistir a una ópera o ballet en la Ópera del Estado o a escuchar un concierto en la mágica sala 'Großer Saal' del Musikverein. ¿Enamorarse de Viena? El beso más famoso del mundo lo encuentra en el Palacio de Belvedere, edificio superior, donde se encuentra la mayor colección de Gustav Klimt. Desde su balcón de arriba Austria se proclamó libre tras la 2ª Guerra Mundial. La arquitectura moderna del 'Jugendstil' se refleja en los edificios de Otto Wagner y Hundertwasser. Viena cuenta con grandes pinacotecas como el museo Kunsthistorisches Museum, y el de

Leopold, y, en la Albertina podrá disfrutar de grandes exposiciones modernas. Siga las huellas de Sisi en el museo del Hofburg, o las de Sigmund Freud en su praxis de la Berggasse. El café, la segunda sala de estar del vienes, es una de las instituciones culturales más acogedoras y dulces de la ciudad. Grandes literatos como Stefan Zweig, Arthur Schnitzler y Thomas Bernhard acudían aquí a tomar su 'melange' (típico café vienes suave), y a leer la prensa. Y, no hay nada como su excelente repostería, como la 'Sachertorte' (tarta de chocolate), el 'Apfelstrudel' y 'Topfenstrudel' (strudel de manzana y de requesón) con salsa de vainilla, o la 'Mohntorte' (tarta de amapola)



# LUXOTOUR, ESPECIALISTAS EN GRANDES VIAJES TE PROPONE UN GRAN DESTINO DE ASIA SRI LANKA BELLEZA DEL INDICO



**L**uxotur es una empresa mayorista de viajes con casi 40 años de experiencia en el sector. Fundada en el año 1980 en Málaga, e inicio sus actividades con la venta exclusiva de circuitos en Marruecos. Tras décadas de especialización en apostaron por ampliar su cartera con la incorporación de nuevos destinos gestionados desde dos marcas diferenciadas: Luxotour y Luxotour Grandes Viajes.

En **Luxotour**, con sede en Torremolinos, trabajan destinos como Marruecos, Egipto, Túnez, Turquía, Israel, Gambia y Senegal, así como algunos europeos: República Checa, Hungría o Alemania.

En **Luxotour Grandes Viajes**, con sede en Madrid, están especializados en los destinos de larga distancia como Tailandia, Argentina, Birmania, Canadá, EE.UU, India, China, Japón Costa Rica, Japón, etc.

Este equipo de profesionales trabaja con más de 8.000 agencias de viajes en España y con la mayor parte de los grupos de gestión

En esta ocasión Luxotur nos invita a conocer un producto exclusivo en colaboración con sus correponales en uno de los destinos más idílicos del Continente Asiático, nos referimos a Sri Lanka y su programa Belleza del Indico grupos

#### DÍA 1

España – Colombo Salida en vuelo de línea regular hacia Colombo. Noche a bordo.

#### DÍA 2

Llegada a Colombo, una agitada ciudad mezcla de modernidad y vestigios de la época colonial. Asistencia y traslado al hotel. Asistencia y traslado al hotel. Cena y alojamiento.

#### DÍA 3

Colombo - Balapitiya - Mirissa/ Ahangama Desayuno. Salida hacia Galle. En ruta, safari por el río en Madu Ganga y visita de una fábrica de máscaras

tradicionales. Almuerzo. Continuación hasta la colonial Galle, situada en la punta sudoccidental de Sri Lanka, con su imponente fortaleza construida por los holandeses que configura una bonita mezcla de maravilla arquitectónica con la atmósfera exótica del olor de las especias y el viento marino. Este lugar fue incluido como Patrimonio de la Humanidad UNESCO en 1988. Llegada, cena y alojamiento en Mirissa/ Ahangama.

#### DÍA 4

Mirissa - Kataragama – Tissamaharama Desayuno. Salida hacia Tissamaharama, parando en ruta en Weligama para conocer el método tradicional de pesca de los famosos “pescadores zancudos”. Almuerzo. Por la tarde visita del santuario de Kataragama dedicado al dios Skanda y punto de peregrinación de referencia para hinduistas, budistas y musulmanes. Cena y alojamiento.

**DÍA 5**

Tissamaharama - Ella - Nuwara Eliya  
Desayuno. A primera hora de la mañana realizaremos un safari en jeep en el Parque Nacional de Yala, uno de los más grandes y clásicos de la isla que se extiende por un área de 1.200 km<sup>2</sup> de bosques, lagunas y afloramientos rocosos que nos ofrecen una localización particularmente buena para observar a los elefantes. Salida hacia Nuwara Eliya, visitando en ruta las conocidas cascadas de Ella (Ravanta Falls) y una plantación y fábrica de té cercanas. Almuerzo. Llegada al hotel en Nuwara Eliya. Tiempo libre a su disposición. Cena y alojamiento. Dependiendo de los avistamientos de animales o la clausura del parque (generalmente de finales de Agosto a Octubre) el safari se realiza en el PN de Udawalawe en vez del PN de Yala.

**DÍA 6**

Nuwara Eliya – Kandy Desayuno. Salida hacia kandy, en ruta visita de una plantación y fábrica de té, (En su lugar posibilidad de tomar el tren panorámico desde Nanu Oya hasta Peradeniya, no incluido, sujeto a disponibilidad, reservas mínimo un mes antes de la llegada). Llegada y visita del Jardín Botánico. Con aproximadamente 60 hectáreas y 10.000 árboles, es el más extenso de Sri Lanka. Almuerzo. Continuación al mundialmente conocido como Templo Sagrado del Diente de Buda que custodia la reliquia más venerada de todo el país. Por la tarde asistencia a un espectáculo de danzas culturales. Cena y alojamiento.

**DÍA 7**

Kandy - Matale – Dambulla Desayuno. Visita de Kandy en Tuk Tuk. Visitaremos también un taller de tallado de piedras

semipreciosas de Sri Lanka. Salida hacia Dambulla, visitando en ruta Matale donde descubriremos la gran variedad de especias de la isla y donde podremos darnos un masaje en la cabeza con hierbas de 10 minutos de duración. Almuerzo. Visita de las Cuevas Templo de Dambulla, una serie de cuevas conectadas dentro de una roca gigantesca con miles de imágenes de Buda, tanto en pinturas policromas como tallas de piedra y madera. Cena y alojamiento.

**DÍA 8**

Dambulla - Sigiriya - Polonnaruwa – Dambulla Desayuno. Por la mañana, excursión a la Fortaleza de la Roca de Sigiriya. Situada a 300mts de altura, fue construida en la cima de un monolito rocoso que alberga a su vez en la base un conjunto armonioso de jardines. A continuación realizaremos un recorrido por las zonas rurales cercanas, una interesante experiencia que nos permitirá entrar en contacto con la vida rural de la población local. La excursión se realiza usando los medios habituales de transporte del lugar, dempezando en carro de bueyes y continuando con un paseo en barca para finalizar con el típico tuk tuk. Almuerzo típico local. Por la tarde visita de Polonnaruwa, la antigua capital del reino de Sri Lanka, un complejo arquitectónico formado por templos, palacios y una piscina en forma de loto. Cena y Alojamiento en Dambulla/ Sigiriya.

**DÍA 9**

Dambulla – Passikudah Desayuno. Traslado su hotel en Passikuda. Llegada y alojamiento. Resto del día libre en régimen de media pensión

**DÍA 10**

Passikuda Desayuno. Día libre en régimen de media pensión

**DÍA 11**

Passikudah Desayuno. Día libre en régimen de media pensión

**DÍA 12**

Passikudah - Colombo – España Desayuno. A la hora indicada traslado al aeropuerto y salda en vuelo, vía ciudad de conexión con destino final España.

**DÍA 13**

España. Llegada a España.



# El alquiler vacacional arrasa en las AAVV

MUCHOSOL, EL PORTAL VACACIONAL LÍDER EN AGENCIAS DE VIAJE DUPLICA SUS VENTAS EN UN AÑO



El auge del alquiler vacacional es un hecho. Cada vez más clientes escogen esta opción para disfrutar de sus vacaciones. De hecho, se calcula que, en 2020 el sector generará 45.000 millones de euros en España.

Muchosol, la empresa de alquiler vacacional, lo ha experimentado al ver como se han duplicado las ventas de sus agencias. El portal lleva un año siendo proveedor oficial de la mayor parte de Agencias de Viaje del país. Están muy satisfechos con la buena acogida que ha tenido este producto tanto por parte de las AAVV como del cliente final.

**“LOS RESULTADOS HAN SIDO MEJOR DE LO QUE ESPERÁBAMOS. EL ALQUILER VACACIONAL HA TENIDO UNA ACOGIDA SORPRENDENTE”**

- AMPARO DÍAZ, MARKETING MANAGER

Esta temporada, las Agencias de Viaje han tenido la oportunidad de cubrir este nicho de mercado que hasta ahora estaba desierto pues ningún portal ofrecía un producto seguro y regulado. Aquellas que han sacado provecho a esta nueva tendencia han visto crecer su facturación a lo largo de los meses con importes que llegan a superar los 10000€.

**¿Quieres incluir el alquiler vacacional en tu oferta?**

Ponte en contacto con ellos

[www.muchoSol.es](http://www.muchoSol.es) | [agencias@muchoSol.com](mailto:agencias@muchoSol.com) | 961130312



# FOR SHOPPING LOVERS

## EXCLUSIVE COURTESIES

**10%**  
REWARD  
CARD

**+** TAX  
REFUND



For non-resident foreign visitors  
Check in Store for other conditions



DEPARTMENT STORES  
SPAIN & PORTUGAL

**C**elebrity Cruises, la marca del lujo moderno de Royal Caribbean Cruises Ltd. ha presentado oficialmente su último y revolucionario barco, el Celebrity Flora. Un crucero con capacidad para 100 pasajeros, que consigue conectarlos con las Islas Galápagos como nunca antes se había logrado. Se presentó en una ceremonia a favor de la sostenibilidad ambiental y su madrina Yolanda Kakabadse, fiel defensora del medio ambiente y ex presidenta de World Wildlife Fund International, fue la encargada de inaugurar el Celebrity Flora.

Richard Fain, Presidente y CEO continuó: “Yolanda Kakabadse ha sido una madrina excepcional, con gran fuerza moral para la sostenibilidad en Ecuador y en todo el mundo y nos sentimos honrados de tener su inspiración en el Celebrity Flora”.

En el acto, tanto Fain como Lutoff-Perlo, presidenta y CEO de Celebrity Cruises, así como Kakabadse, comentaron la excepcionalidad del barco al compaginar diseño y sostenibilidad y no dudaron en celebrarlo mediante un brindis y el tradicional corte de cinta inaugural hecho por un curioso material: plátanos verdes. La cinta reciclada, fue realizada por un colectivo de artesanas locales conocidas como Manos Mágicas y junto al himno nacional, cantado por dos escolares ecuatorianos, se consiguió dar un guiño al país y a las Islas.

Durante el evento también se dio a conocer una nueva partnership de la compañía. Celebrity Cruises y Earth Echo International, una organización sin ánimo de lucro, colaborarán para introducir una estrategia integral y personalizada en los jóvenes. Con ello pretenden empoderar a una nueva generación de defensores del medio ambiente, tanto en las comunidades locales de Galápagos a través de proyectos de sostenibilidad, como a bordo de los barcos de la compañía que operan en Galápagos mediante actividades para los jóvenes.

A través de esta colaboración, se logrará mejorar el ecosistema de las Islas y con el tiempo, expandir este movimiento a otros lugares del mundo.

Por otro lado, cabe destacar las comodidades del barco. Posee un exterior que ofrece a los pasajeros vistas de 360 grados de las islas, lujosas habitaciones con servicio de asistente personal, restaurantes llenos de glamour, un observatorio al aire libre para disfrutar de las estrellas y seminarios ecológicos dirigidos por expertos. Todo lo necesario para completar un viaje perfecto y vivir la experiencia del Celebrity Flora.



## CELEBRITY FLORA, UN CRUCERO DISEÑADO ESPECÍFICAMENTE PARA LAS ISLAS GALÁPAGOS

Gracias a la introducción de un avanzado sistema de propulsión y la configuración del casco, se ha logrado crear uno de los barcos más eficientes energéticamente de su clase, reduciendo un 15% el consumo al igual que las emisiones atmosféricas. Además, para favorecer al entorno, cuenta con tecnología sin anclajes que mantiene la posición del barco a la par que protege el fondo marino y con estabilizadores de velocidad logrando una suave navegación en todo momento.

Así mismo, dispondrá de sistemas de filtración de agua en los camarotes, lo que permitirá reutilizar la condensación del aire acondicionado para proporcionar agua a las instalaciones de lavandería y equipos de ósmosis inversa para transformar el agua de mar en agua dulce. Además, cualquier material que pueda ser reciclado, reutilizado o donado será parte de un estricto sistema de gestión de residuos



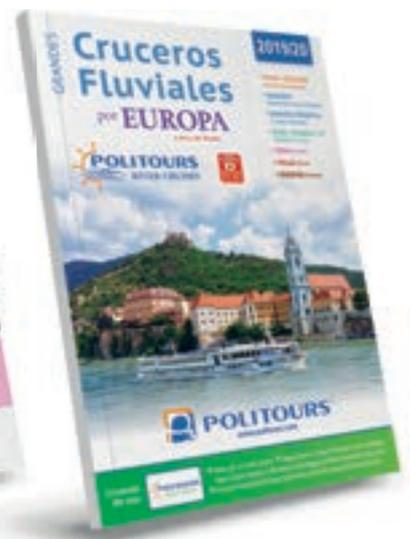
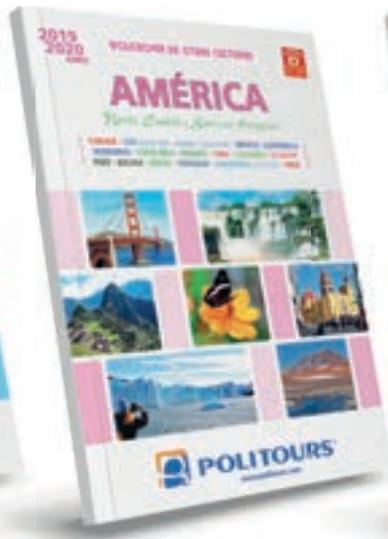
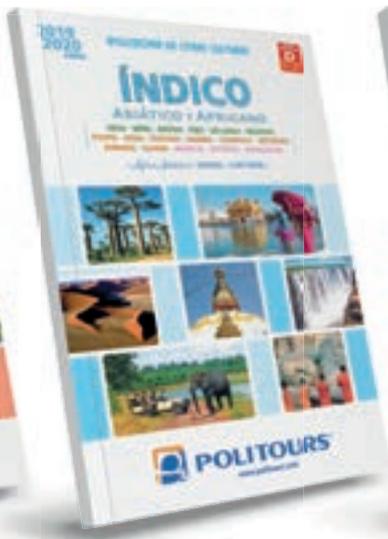


# NUEVAS EXPERIENCIAS

**2019 - 2020**

Aquellas que nacen de la esencia de cada lugar y completan el alma de **LOS MÁS VIAJEROS**. Las que sellan recuerdos imborrables ... Un paso más. Descubra la mayor programación de **TOURS** y **CRUCEROS** por el mundo, sin olvidar el catálogo de **VENTA ANTICIPADA**.

**LEJANO ORIENTE**  
**ÍNDICO ASIÁTICO Y AFRICANO**  
**AMÉRICA**  
**CRUCEROS FLUVIALES**





## OCEANIA CRUISES, LA LÍNEA DE CRUCEROS LÍDER EN GASTRONOMÍA Y DESTINOS EN TODO EL MUNDO, HA LANZADO SU NUEVA COLECCIÓN DE ITINERARIOS PARA 2020-2021 “TRÓPICOS Y EXÓTICOS”

**E**sta nueva colección de itinerarios incluye puertos de escala icónicos y ofrece una gran cantidad de oportunidades para explorar rincones del mundo casi no afectados por el Turismo. Todo esto, junto con el debut de nuestra re-inspirada flota de barcos, conseguirán que el propio viaje sea tan gratificante como los destinos”, ha destacado Bob Binder, presidente y CEO de Oceania Cruises.

### PUNTOS DESTACADOS – COLECCIÓN “TRÓPICOS Y EXÓTICOS” 2020-2021

85 itinerarios, 69 de ellos completamente nuevos, incluidos 13 nuevos viajes a Asia y África, 8 nuevos viajes a América del Sur, 7 nuevas travesías por el Pacífico Sur y Australia, 7 nuevos viajes transoceánicos y 30 viajes extraordinarios al Caribe, el Canal de Panamá y México. Una docena de nuevos puertos de escala que revelan un fascinante mosaico de culturas, como la virgen Isla de la Juventud, la tradicional ciudad costera Miyako en Japón, la fascinante ciudad indonesia de Surabaya y el remoto puerto de Whangarei en Nueva Zelanda.

Explora los tesoros de Cuba con dos docenas de viajes a la isla. La mayoría

cuenta con pernoctaciones en la icónica Habana y muchas se adentran en los rincones menos conocidos del país con llamadas en Cienfuegos y Santiago de Cuba.

Desde la impresionante Hokkaido, la isla principal más al norte de Japón, hasta la ciudad de Burnie en Tasmania, los viajeros podrán elegir entre una amplia selección de interesantes puertos en Asia y Australia.

### UNA FLOTA MEJOR QUE NUEVA

Tanto los viajeros que naveguen por primera vez con Oceania Cruises como los que consideren que Regatta, Insignia, Nautica y Sirena son ya sus segundas casas en alta mar, se sentirán igualmente entusiasmados por la importante inversión de 100 millones de dólares para impulsar la transformación de nuestros barcos. Como pilar clave de nuestra iniciativa OceaniaNext, este programa de mejoras ha introducido una brillante gama de nuevos muebles, telas y tapices de diseño en cada barco, todos ellas con tonos acogedores que evocan el cielo y el océano. Cada camarote y suite es completamente nuevo, maximizando su comodidad y mimándolo con lujos inesperados. Nuestro toque profesional se extiende incluso a Marina

### Nuevos Puertos de Escala

Bali (Celukan Bawang), Indonesia  
Isla De La Juventud, Cuba  
Maceió, Brasil  
Miyako, Japón  
Mooloolaba, Australia  
Muroran (Hokkaido), Japón  
Port Lincoln, Australia  
Puerto Plata, República Dominicana  
Sendai, Japón  
Surabaya, Indonesia  
Tôlanaro (Fort Dauphin), Madagascar  
Whangarei, Nueva Zelanda

y Riviera, que cuentan con sofisticadas y nuevas sorpresas propias. Aunque OceaniaNext es una mejora ambiciosa y arrolladora de la experiencia del huésped, nuestro personal sigue siendo la joya de nuestra corona, siempre disponible para brindar el mejor de los servicios.

Para obtener más información sobre Oceania Cruises, los futuros huéspedes interesados pueden llamar al +44 (0) 345 505 1920 o contactar a su agente de viajes de confianza.





# COSTA CRUCEROS

TRANSFORMA EL INVIERNO EN VERANO

Costa Cruceros presenta sus itinerarios más exóticos en el Caribe, Singapur y Emiratos con una oferta irresistible: sin gastos de cancelación.

**C**ada vez son más los españoles que se animan a viajar en épocas del año alejadas del verano y para satisfacer esta demanda, Costa Cruceros presenta tres itinerarios para la temporada otoño-invierno que incluyen algunos de los destinos más exóticos del mundo. Los barcos de la compañía navegarán por el mar del Caribe para hacer escala en sus numerosas islas vírgenes, por el mar de China Meridional para visitar la ciudad de Singapur o el mar Árabe con su itinerario por Emiratos.

Pensando en aquellos clientes más indecisos a la hora de escoger sus vacaciones, Costa Cruceros ofrece a todos los que realicen una reserva antes del 31 de julio la posibilidad de cancelar su crucero sin ningún tipo de gasto en caso de cambiar de opinión 45 días antes de la salida del itinerario.

## DESTINO, LAS MIL Y UNA NOCHES

Una de las posibilidades que ofrece Costa Cruceros para escaparse de las borrascas otoñales es su itinerario por los Emiratos Árabes y los principales puertos del

**Golfo Pérsico.** El Costa Diadema arribará a las ciudades de las mil y una noches permitiendo a sus huéspedes sumergirse en la magia de los cuentos de Sherezade y el contraste con la modernidad de sus rascacielos. Así, la primera parada será la ciudad de Dubái, donde los pasajeros podrán descubrir sus innumerables encantos con el Burj Duba y sus 828m a la cabeza, para continuar la ruta por la capital Abu Dhabi, hacer escala en Mascate para visitar su Gran Mezquita y, finalmente, llegar a Doha, capital de Qatar.

Costa Cruceros, junto con sus socios estratégicos del sector aéreo, ofrece la opción de seleccionar el punto de partida del crucero, poniendo a disposición de sus clientes vuelos directos a Doha con Qatar Airways (miércoles), a Abu Dhabi, a bordo de un avión operado por Etihad Airways (viernes), y a Dubái con Emirates (sábados).

## DESTINO, 7 ISLAS, 7 PLAYAS

Para quienes se decanten por las paradisíacas playas del Caribe, Costa Cruceros brinda una opción a bordo del Costa Favolosa. Un barco que se adentrará en las Antillas para descubrir el Caribe

latino, el anglosajón y el francés, ofreciendo así una experiencia única y la oportunidad de conocer tres tipos de Caribe a través de 7 de sus maravillosas islas y fascinantes playas.

La compañía de cruceros pone a disposición de sus clientes un vuelo directo desde Madrid a la ciudad dominicana de La Romana, punto de partida del crucero para seguir navegando por Isla Catalina, St. Kitts, Martinica, Guadalupe y St. Marteen.

## Destino, Lejano Oriente

Costa Cruceros apuesta por un tercer destino con su itinerario por el Lejano Oriente. El Costa Fortuna visitará Tailandia, Camboya, Malasia o Singapur, ofreciendo una síntesis perfecta entre la belleza de sus paisajes naturales y su inigualable riqueza cultural. Un crucero que acerca a los pasajeros a las tradiciones orientales sin dejar de lado lo mejor de Italia, fusionando así dos mundos con siglos de historia.

Los clientes de Costa Cruceros podrán reservar sus vuelos a Singapur, ciudad donde comienza esta ruta por el continente asiático, partiendo desde los principales aeropuertos de España.



# EL XXXI CONCURSO MUNDIAL DE PAELLAS INICIA SU EDICIÓN MÁS ILUSIONANTE



**H**ace unas semanas la falla Dr. J.J. Dómine - Port anunció la nueva cita del Concurso Mundial de Paellas que aúna a todos los agentes del sector logístico en un evento de germanor antes de las fiestas falleras. Su XXXI edición tendrá lugar el **viernes 6 de marzo de 2020 en la Antigua Estación del Grao de Valencia.**

Este año, la comisión del puerto de Valencia ha tenido que adelantar su organización debido a la confusión derivada de la publicación de un acontecimiento de similares características sólo una semana después de sus tradicionales "Paellas del Puerto", como llaman coloquialmente al concurso. "Fue un jarro de agua fría enterarnos de la celebración de un evento tan parecido al nuestro que, además, sólo se lleva unos días de diferencia y se dirige al mismo público.

Pero los falleros no somos de rendirnos y estamos trabajando duro para llevar a cabo la mejor edición del concurso que se haya visto", nos relata William Woodward, presidente de la comisión Dr. J.J. Dómine - Port.

El Concurso Mundial supone una **cita imprescindible para el sector empresarial, logístico y portuario desde que se inició en 1990 por los miembros de la comisión de la falla ubicada en pleno barrio del Grao.** En él, las diversas compañías participantes preparan su propia paella junto a sus compañeros del sector en una jornada impregnada de fallas, música y fiesta.

Desde su creación, las "Paellas del Puerto" suponen un día imprescindible para muchas empresa. El año pasado el concurso reunió a más de **9.000 profesionales con un total de 585 paellas inscritas, superando todos sus récords de participación.**

## MÁS DE 100 PAELLAS EN 6 HORAS

Pese a los obstáculos, los falleros de la comisión están impresionados de la acogida que ha tenido la nueva edición en pocos días. Desde que anunciaron la nueva fecha, **son más de 1.800 profesionales** los que se han apuntado a la cita. "Nos motivó mucho más continuar con la organización cuando vimos más de 100 paellas inscritas en apenas una mañana de viernes", cuenta José Luis Ortíz, presidente de la comisión.

Como han defendido en varias ocasiones, la falla Dr. J.J. Dómine - Port cree que este concurso es parte de su seña de identidad. Su propósito, como exponen, es conectar a todos los agentes posibles con el puerto de Valencia en un concurso original organizado y preparado sólo por los falleros de la comisión. Todas las empresas interesadas pueden inscribirse ya mismo en su página web [www.concursomundialpaellas.com](http://www.concursomundialpaellas.com)



## EUROPAMUNDO EXPLORA EL DESCONOCIDO TERRITORIO TÁRTARO EN UN NUEVO CIRCUITO POR RUSIA, PARA VIAJEROS QUE HUYEN DE LAS RUTAS TRILLADAS

Desde 1075 euros 8 días, con salidas durante todo el verano y hasta el otoño, Europamundo propone escapar del calor siguiendo el Volga hacia las estepas rusas, en circuitos combinables con Moscú, San Petersburgo y las capitales escandinavas o de Europa del Este



Entre las novedades de Europamundo para este verano/otoño, una de las favoritas del catálogo es la nueva ruta Rusia-Volga hacia Kazán, el fascinante territorio tártaro que permanece aún totalmente inexplorado para los viajes organizados y la práctica totalidad del turismo. El recorrido, que sigue el curso del Volga desde Moscú hasta Kazán, se puede combinar con los circuitos tradicionales de Rusia, incluyendo San Petersburgo, y a su vez con Escandinavia, Países Bálticos y capitales del Este como Varsovia, Praga o Tallin.

Según Carlos González, Director de Mercado Español de Europamundo, “abrir esta ruta supone un gran reto para cualquier operador turístico, y también para el viajero independiente. Atraviesa zonas muy poco preparadas para el turismo, pero que presentan un increíble patrimonio humano, histórico, paisajístico y cultural. Para Europamundo es clave descubrir nuevos destinos, acercar culturas y contribuir al desarrollo de zonas más aisladas, siempre bajo el marco de un desarrollo sostenible. Pensamos que muchos de nuestros viajeros de Rusia o Países Bálticos apreciarán la oportunidad de ampliar su circuito para acercarse a estas desconocidas tierras tártaras. También otros viajeros que visiten Moscú o San Petersburgo de forma independiente

### ITINERARIO

#### DÍA 1

Moscú. Bienvenidos. Traslado al hotel y tiempo libre.

#### DÍA 2

Moscú. Visita de la inmensa capital Rusa. Entrada al Kremlin. Tarde libre.

#### DÍA 3

Moscú. Entrada incluida al Museo de la Gran Guerra Patria, que muestra muchos aspectos del periodo soviético. Tarde libre.

#### DÍA 4

Moscú - Vladimir- Gorojovets- Nizhni Novgorod. En Vladimir, visita de la majestuosa catedral de la Asunción, Patrimonio Mundial de la Unesco. Almuerzo incluido.

#### DÍA 5

Nizhni Novgorod- Makarjevo Cheboksary.

#### DÍA 6

Cheboksary- Yoskhar- Ola- SvijaschkKazán. adera. Continuación a KAZAN, llegada y alojamiento.

#### DÍA 7

Kazán. Visita guiada y tarde libre.

Día 8. Kazán. Después del desayuno, traslado al aeropuerto y fin del trayecto.

pueden unirse a esta ruta organizada, puesto que por su cuenta el viaje es muy complicado”.

La ruta visita zonas legendarias de la antigua Rusia pero muy poco transitadas: Kazán, la majestuosa capital de la República Tártara, es un crisol de culturas donde la mayoría musulmana, que habla una lengua de origen turco, convive pacíficamente con

sus vecinos rusos y ortodoxos. Muy cerca allí nació Lenin, líder de la Revolución rusa.

Entre Moscú y Kazán, la ruta discurre por el territorio tártaro, siguiendo apacibles carreteras que, entre ciudad y ciudad, atraviesan campos, grandes llanuras, bosques de abedules, lagos y pequeños pueblos de casitas de madera.

Entre parada y parada mágica, Gorojovets, con su Kremlin amurallado y su monasterio del siglo XVII, parece salirse del tiempo. En Nizhi Novgorod, capital del Volga y quinta ciudad más poblada de Rusia, nació Maximo Gorki. El gran monasterio del siglo XV de Makarievo apenas recibe visitas, a pesar de su serena belleza en un emplazamiento junto al Volga.

Cruzar el Volga en ferry lleva 20 minutos, y la ruta continúa hacia Cheboksary, capital de la república de Chuvasia, hermosa y ordenada ciudad a orillas del Volga, para llegar a Yoskhar-Ola, capital de la república de Mari-El, donde sus habitant

- que moraron durante siglos en los bosques -hablan una lengua muy antigua derivada del húngaro-fines. Su centro urbano ha sido totalmente transformado en los últimos años, mostrando una increíble belleza. Svijaschk, la isla del Volga Patrimonio de la Humanidad, acoge al viajero deseoso de explorar lugares desconocidos, antes de llegar a Kazán.



## COSTA CRUCEROS PREMIA LA LABOR DE LOS AGENTES DE VIAJES EN PROTAGONISTAS DEL MAR



**C**osta Cruceros ha reconocido la labor de los agentes de viaje españoles en la vigesimosexta edición de Protagonistas del Mar, a la que han asistido alrededor de 1.800 colaboradores de la compañía de más de 32 países. El Costa Favolosa ha sido el escenario elegido para este evento “extra-ordinario”, que se ha celebrado entre los días 17 y 21 de mayo y que contó con la presencia de invitados tan especiales como el prestigioso chef Bruno Barbieri, la presentadora de televisión italiana Maddalena Corvagio o el grupo de música español “Music Has No Limits”, entre otros. Este acto ha servido de homenaje a los partners que han trabajado directamente con la compañía de cruceros durante este último año, entre los que se encuentran agencias procedentes de diferentes puntos de España. Este año, entre otros. Todos los agentes de viaje asistentes han tenido la oportunidad de disfrutar de aquellas actividades que un mes antes del evento manifestaron ser sus favoritas de entre todas las que ofrece la compañía en sus cruceros. Junto con el equipo directivo de Costa, los asistentes pudieron participar en concursos de elaboración de platos tradicionales italianos, como el pesto o el tiramisú, así como en uno de preparación de cócteles. El ganador de este último será incorporado a la carta de bebidas del que será el nuevo barco insignia de la compañía, el Costa Smeralda. La gastronomía ha jugado un papel fundamental en el evento, no solo por la presencia Bruno Barbieri, reconocido con varias estrellas Michelin, sino también por la oferta culinaria diseñada por el chef corporativo de Costa, Stefano Fontanesi, y la gran variedad de partners de Costa en Italia, como Ferrero, Aperol, Illy, Fabbri o Agrimontana.



## GACETA DE EVENTOS

- ESPAÑA, LÍDER EUROPEO DE LOS MACROEVENTOS DEPORTIVOS Y LOS ESPORTS EN 2019
- AEVAV CELEBRA CON ÉXITO SU II WORKSHOP
- VALÈNCIA ACOGE EL MCE SOUTH EUROPE 2019
- EL VALENCIA BOAT SHOW ALCANZA EL MEDIO CENTENAR DE EXPOSITORES
- MÁS DE 400 EMPRESARIOS PONEN EN VALOR EL TURISMO EN BENIDORM
- EL CLUB NÁUTICO DE VALENCIA, ESCENARIO DE LA PRESENTACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO VLC SPORT
- EL XXXI CONCURSO MUNDIAL DE PAELLAS INICIA SU EDICIÓN MÁS ILUSIONANTE
- COSTA CRUCEROS CELEBRA PROTAGONISTAS DEL MAR 2019

# LA MARINA DE VALÈNCIA



**DONDE LAS COSAS BUENAS PASAN**

**En 2018, 7,7 millones de personas visitaron La Marina de València. Es el segundo año con beneficios operativos, por primera vez en la historia del CVo7.**



## **La Marina de València, en cifras:**

- 40 empresas de actividades y servicios náuticos.
- 19 restaurantes
- 13 clubs, federaciones y escuelas deportivas náuticas.
- 4 centros dedicados a la formación, la innovación y el emprendimiento.
- 8 edificios históricos.
- 820 amarres
- 2.500 m2 de área de ocio infantil
- 4 km de carril bici

**L**a Marina de València no es solo un puerto deportivo. Ni una dársena histórica. No es solo un paisaje digno de Instagram. La Marina de València es un organismo vivo, un proceso de transformación de un frente marítimo basado en criterios de sostenibilidad y diseño colaborativo, referente hoy en todo el mundo. La Marina de València lidera actualmente la reconversión de los puertos históricos, en base a su valor público y productivo. De ser un no-lugar, un contenedor obsoleto de los vestigios de dos grandes eventos (America's Cup y Formula 1), ha pasado a convertirse en un espacio dinámico "donde las cosas buenas pasan." "Cosas" como una

mañana de running bajo la brisa, una paella compartida frente al mar, un concierto en La Pèrgola, un encuentro de emprendedores/as, la instalación de un hub tecnológico, un paseo relajante, una salida en kayak, una plantación colectiva de árboles, la creación de un skatepark, la apertura de un nuevo espacio cultural, la rehabilitación de un Tinglado histórico, una gran regata o conocer a alguien interesante. El 31% de los visitantes de La Marina de València afirman haber conocido a alguien cuando han frecuentado la dársena. Sinergias. "Cosas" enriquecedoras que también pasan en La Marina, el segundo lugar sociocultural más visitado de la ciudad, después del cauce del Túria, un distrito de la innovación y un espacio donde experimentar, bajo el paraguas de La Marina Living Lab.



Todas estas “cosas” pasan hoy en el antiguo puerto de la ciudad, convertido en un espacio de más de un millón de m2 abierto a la innovación y la náutica. Un espacio público recuperado para la ciudadanía, que participa en su diseño y plan de usos, junto a las universidades, los emprendedores, las empresas, los trabajadores y trabajadoras del recinto, los vecinos y vecinas de Poblats Marítims... Hoy las personas viven La Marina. Hacen su Marina. Esa apropiación ciudadana y activación productiva del frente marítimo son dos de los principales ejes del Plan Estratégico 2016-2021 desarrollado por el Consorcio Valencia 2007. Este organismo, conformado por tres administraciones públicas (Ajuntament de València, Generalitat Valenciana y Gobierno de España), nació para gestionar las necesidades de una competición náutica (America's Cup) y hoy se ha propuesto ser un instrumento de gestión territorial ágil y eficiente, abierto a la colaboración público-privada. La Marina, al servicio de la ciudad, como un barrio más y como motor de València en base a la economía del conocimiento. La náutica como puerta al mar, entendida en todas sus facetas: el deporte, la formación, la industria, el comercio y la náutica 4.0.

## Dicen de La Marina de València...

“Tras los grandes eventos, por fin se re-plantea la posibilidad de recuperar este espacio para la ciudadanía que es esencial” **Felip Bens, escritor**

“Ahora hay un modelo: el de La Marina de València donde, desde 2016, hay un proyecto estratégico sostenible y a largo plazo”. **Ricard Pérez Casado, ex alcalde de València**

“La Marina es un espacio de oportunidad para recuperar un lugar de la ciudad cargado de simbolismo. Por la magia que le da ser un espacio urbano vinculado al agua” **Julia Pineda, arquitecta**

“La Marina es un proceso de renovación urbana, absolutamente vanguardista en el ámbito europeo”. **Pau Rausell, Coordinador de EconCult**

“La energía en La Marina y la conexión de la economía emergente con el espacio público es una oportunidad para ofrecer una nueva cara de la ciudad”. **Ethan Kent, vicepresidente de Project for Public Spaces**

“La Marina Living Lab ha demostrado una capacidad impresionante para probar, procesar y escalar enfoques para interactuar con la sociedad civil”. **Philippa Collin, Associate Professor, Institute for Culture and Society, WSU**

“Queremos aunar a los empresarios, compartir y dinamizar la Marina de una manera “anticíclica”, porque esta es una marina para vivirla todo el año” **Javier de Andrés, presidente Asociación de Empresarios de La Marina**

# AEVAV CELEBRA SU II WORKSHOP EN EL CASTILLO DE ALAQUAS



**E**l viernes 7 de junio de 2019, la Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viajes (AEVAV) celebró por segundo año consecutivo un gran **workshop** en el **Castillo-Palacio de Alaquàs**. Los principales proveedores del sector ofrecieron información sobre todas sus novedades en este evento, que se desarrolló de 19:30 a 22:15 horas y al que siguió una cena a los pies del castillo. Para amenizar la jornada, un trenecito turístico recorrió las principales calles del municipio.

**80 agencias de viajes y 56 proveedores turísticos** participaron en el Workshop, que reunió un total de **300 profesionales**, 220 de los cuales asistieron también a la cena posterior.

Inauguraron el acto la Alcaldesa en funciones de Alaquàs, Elvira García Campos, y el presidente de AEVAV, Miguel Jiménez, acompañados de la regidora de comercio Sandra Conde y el regidor de economía Toni Saura, entre otras autoridades. Tras la inauguración, AEVAV hizo entrega de los siguientes reconocimientos a la **“Labor y Compromiso**

para con las Agencias de Viajes de la Comunidad Valenciana”:

- **Josep Gisbert Querol**, Director General de Turismo Comunidad Valenciana
- **Antonio Bernabé**, Director Turismo Valencia
- **Evarist Caselles Moncho**, Cap de Gestió Turística del Patronato Provincial de Turismo Valencia
- **Joan Serafí Bernat**, Director General Aeropuerto de Castellón
- **Francesc Ferrer Escrivá**, Presidente Unión Gremial
- **Elvira García Campos**, Alcaldesa en funciones de Alaquàs
- **Antonio Saura**, Alcalde entrante de Alaquàs el día 15-06-19

AEVAV aprovechó el acto para realizar un **reconocimiento** a las agencias **Dela Viajes, Valencia Trip y Viajes Marqués**, que han cumplido **25 años como miembros de la Asociación**. Miguel Jiménez, Presidente de AEVAV y Miguel Ángel Domínguez, Gerente de AEVAV, hicieron entrega de

estos reconocimientos y destacaron que **AEVAV ha incorporado 38 nuevas agencias durante el año 2018.**

**Creada en 1977 y con 251 agencias**



asociadas y más de 280 puntos de venta en la actualidad, AEVAV es una de las principales asociaciones de nuestro país. El Castillo-Palacio de Alaiquès, es una

mansión nobiliaria del siglo XVI, declarada Monumento Histórico Artístico Nacional. Posee características residenciales, con artesonados en las estancias, azulejería y

disposiciones ornamentales e importantes elementos arquitectónicos que anuncian el Renacimiento.



# VALINOR



## REPRESENTACIONES TURÍSTICAS, S.L.



CUATRO DESTINOS DE EXCEPCIONAL DIVERSIDAD:  
INDIA, NEPAL, SRI LANKA Y MALDIVAS.

Por ser nativos o haber vivido allí, los miembros de nuestro equipo conocen perfectamente las diferentes facetas de la India, de Nepal, de Sri Lanka y de las islas Maldivas.

Es para nosotros un placer compartir nuestros conocimientos y ayudarles a descubrir esta maravillosa parte del mundo: Asia meridional, vibrante y llena de tradiciones ancestrales.

A través de nuestra amplia selección de estancias en grupo o individuales, queremos dar a su viaje un toque de magia del nivel de la excepcional diversidad del mosaico de India y el sur de Asia.

Creado en 1988, el Receptivo Acme Voyages ofrece a los viajeros individuales, la posibilidad de agruparse a un grupo y a los grupos la posibilidad de personalizar sus viajes en a la India, Nepal, Sri Lanka y las Maldivas.

Nuestros puntos fuertes: experiencia, conocimiento íntimo del subcontinente indio, escucha y asesoramiento.

Su equipo formado por 30 profesionales del turismo de la India, Sri Lanka y del Nepal, tiene un perfecto conocimiento de los destinos y del excepcional patrimonio que ofrecen



PANAMA

Aventuras 2000 es el operador más grande de Panamá, con más de 20 años en el mercado.

Ofrece un servicio integral, que incluye todos los servicios turísticos para garantizar un 100% de satisfacción.

Panamá, con las islas de dos océanos, la selva y las montañas; una ciudad metropolitana moderna y cosmopolita... todo en un solo lugar con una excelente infraestructura turística completa.

⌘ DMC especializado en incentivos, congresos y convenciones, con un alto poder de contratación en hotelería y venues.

⌘ Vuelos chárter

⌘ Eventos

⌘ Cruceros

⌘ Tours

⌘ Flota de autobuses más grande y moderna de Panamá, con transporte de lujo.

Contamos con un personal altamente cualificado con un programa de capacitación continua.



VALINOR-MUNDO LUSO *te ofrece los mejores receptivos en sus respectivos destinos.*

Portugal, Madeira, Azores, Cabo Verde, Mozambique, Emiratos, Subcontinente Indio, Argentina, Brasil, Perú, Colombia, Costa Rica, Panamá y Estados Unidos, junto a la prestigiosa cadena hotelera Dom Pedro Hotels, Portugal & Brasil.

**CONTACTOS: PEDRO ALCABA:** [palgaba@e-valinor.com](mailto:palgaba@e-valinor.com) - **CLOTI RIVERO :** [crivero@e-valinor.com](mailto:crivero@e-valinor.com)



**EL CAIRO, PRÓXIMO DESTINO DIRECTO DE IBERIA**

Los vuelos se iniciarán el 2 de marzo de 2020, con cuatro frecuencias semanales.

A partir del 2 de marzo de 2020, sujeto a aprobación gubernamental, El Cairo se incorpora a la red de destinos de Iberia.

La aerolínea española ofrecerá cuatro vuelos directos a la semana, operados por aviones A319, con capacidad para 141 personas. Esto supone una oferta de 1.128 asientos semanales en ambos sentidos. En total, estos nuevos vuelos permiten conectar a través de la T4 del aeropuerto de Madrid desde más de 100 destinos en Europa, América, Oriente Medio y Asia.



**VALENCIAPORT ANUNCIA EN CASABLANCA QUE ORGANIZARÁ LA FERIA MEDITERRANEAN PORTS & SHIPPING EN 2021**



Mar Chao, en su intervención ante la comunidad logística de Casablanca ha anunciado que Valencia acogerá y organizará la edición de la Mediterranean Ports & Shipping de 2021, un anuncio que supone una clara demostración de la importancia que Marruecos tiene para Valenciaport y, por tanto, para las em-

presas españolas. "Somos un eslabón logístico capacitado y con vocación de prestación de servicio a los exportadores e importadores marroquíes y españoles; por lo que la celebración en Valencia de un encuentro que permita fortalecer relaciones entre ambas partes contribuye también a mejorar la competitividad de Valenciaport", ha explicado Mar Chao.

El puerto de Valencia mantiene una importante red de conexiones con puertos marroquíes que se refleja no sólo en que es destino de las rutas de los grandes busques, sino en las más de 50 conexiones semanales con hasta 10 puertos de Marruecos. En concreto con los puertos de Agadir, Casablanca, El Jadida, Jorf Lasfar, Mohammedia, Nador, Tanger, Tanger Med, Kenitra y Rabat.

**EL VALENCIA BOAT SHOW ALCANZA EL MEDIO CENTENAR DE EXPOSITORES**

A cuatro meses de su apertura de puertas, el Valencia Boat Show ya tiene confirmada la presencia de más de medio centenar de expositores, lo que supone un 60% de la mejor cifra del certamen, alcanzada en 2017 con 80 empresas exponiendo en el salón valenciano. Además, entre los expositores confirmados se encuentran las grandes marcas de embarcaciones y motores marinos, que no han dudado en estar presentes un año más en el evento, que se celebra del 30 de octubre al 3 de noviembre en La Marina de València.



El salón náutico de Valencia cuenta para 2019 con un ambicioso proyecto que combina de forma estratégica los espacios profesionales y las zonas abiertas al público, con una amplia oferta de actividades de ocio y gastronomía, así como áreas dedicadas a la innovación, la formación, la cultura o el turismo náutico.

**OPERINTER INAUGURA LAS NUEVAS INSTALACIONES DE SUS OFICINAS EN BARCELONA**



La empresa, integrada en Grupo Alonso, ha inaugurado el nuevo edificio de sus oficinas y almacén en Barcelona. El objetivo es adaptarse al crecimiento experimentado de la transitaria en los últimos años, y, al

mismo tiempo, poder aprovechar su proximidad a la plataforma intermodal del grupo en Can Tunis. La cita ha coincidido con el XV aniversario de la constitución de la compañía en la ciudad condal.

Operinter ha inaugurado sus nuevas instalaciones en Barcelona. El edificio se encuentra, concretamente, en la calle Botánica de L'Hospitalet de Llobregat. Con este nuevo emplazamiento, Operinter busca adaptarse al crecimiento experimentado en los últimos años por parte de la transitaria, integrada en Grupo Alonso, y contar con un posicionamiento acorde a su representatividad.

**MÁS DE 400 EMPRESARIOS PONEN EN VALOR EL TURISMO EN LA JORNADA DE BENIDORM**



Un año más, AEFA, Cámara Alicante, CEV Alicante, EDEM, HOSBEC y AVE han organizado la tradicional Jornada de Turismo en Benidorm, que ya va por su 6ª edición, reuniendo a más de 400 empresarios y directivos de distintos territorios de España, para analizar, apoyar y contribuir a fortalecer a un sector clave para la economía de la Comunidad Valenciana y de España.

El objetivo de esta Jornada, de carácter anual, que se ha convertido en una cita de referencia a nivel nacional, es analizar el turismo como uno de los principales motores de la economía española y poner en valor el papel del sector desde una perspectiva transversal. Como en las ediciones anteriores, la Jornada ha tenido lugar en Benidorm, como un reconocimiento a un modelo líder en España, en concreto en el Centro de Convenciones Grand Luxor de Terra Mítica.

**AVIS BUDGET GROUP ESPAÑA ABRE UNA NUEVA OFICINA EN EL CENTRO DE BARCELONA**

Avis Budget Group España inaugura su nueva oficina en una de las zonas comerciales clave de Barcelona, La Rambla de Cataluña. De esta forma, la compañía refuerza su estrategia para estar en el corazón de las ciudades y ofrecer un servicio cercano y personalizado a sus clientes.



La compañía líder en el sector del rent a car, Avis Budget Group España, inaugura una nueva oficina en pleno corazón de Barcelona, en el número 40 de La Rambla de Cataluña. Esta nueva apertura responde a la estrategia de la compañía por estar cada vez más cerca de sus clientes sean cual sean sus necesidades, ya sean corporativas o turísticas, siempre ofreciendo el mejor servicio posible.

**ATA-CV SE INTEGRA EN LA CEV**



El presidente de la Confederación Empresarial de la Comunitat Valenciana (CEV), Salvador Navarro y el presidente en funciones de la Asociación de Trabajadores Autónomos (ATA-CV), Alberto Ara, han firmado este jueves, en la sede de la Confederación y con el presidente de ATA a nivel nacional, Lorenzo Amor, como testigo, el acuerdo de integración de la organización de autónomos en la CEV con el que se garantiza la unidad del tejido empresarial de esta Comunidad en su conjunto, al incluir a grandes empresas, pymes y autónomos.

Tras el acuerdo alcanzado por CEOE y ATA con carácter nacional, el pasado 25 de abril la Junta Directiva de la CEV aprobó la incorporación de ATA-CV como miembro de pleno derecho de la Confederación.

**EL CLUB NÁUTICO DE VALENCIA, ESCENARIO DE LA PRESENTACIÓN DEL CLUB DE PRODUCTO VLC SPORT**

El evento fue presidido por Antonio Bernabé, director de Turismo Valencia, acompañado de David Gómez coordinador del programa y Jose Pablo Vázquez, presidente del Comité ejecutivo y directivo de la firma Viajes Transvia, junto a Emilio Pinedo Rubio, Hotel Ad Hoc Parque Guillermo Goiría Claramunt, El Bosque Golf Manolo del Río Gisbert, Startbike València Alex Heras Lorente, Fundación Trinidad Alfonso Marisa Arlandis Pardo, Real Club Náutico València (en representación del sector náutico), Anna Esteve Escoi, Levante UD y Juan Antonio Pardo Cabrera, Fundación Deportiva Municipal.



La terraza del Club Nautico de Valencia, fue el escenario escogido hace unos días, para la presentación oficial al sector turístico del Club de producto VLC SPORT, creado recientemente por Turismo Valencia junto a una destacada representación empresarial del sector deportivo en la Comunidad Valenciana.

 paisajes.es  

# Circuitos Verano 2019



 paisajes.es  

 **CIRCUITOS NACIONALES  
E INTERNACIONALES**  
Verano 2019



- Salidas directas desde Comunidad Valenciana, Murcia y Albacete sin cambio de autobús en Madrid

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

**LAS RESERVAS DE VIAJES PARA VACACIONES DE VERANO CRECEN UN 7% RESPECTO A 2018**



Según la encuesta que realiza ACAVe, los países asiáticos se consolidan como una de las opciones más demandadas esta temporada por los viajeros que reservan sus vacaciones a través de agencias de viajes.

- Baleares y las costas del Mediterráneo se mantienen en primera posición de las opciones preferidas por los viajeros que han elegido destinos en España,

no obstante, crece la demanda de destinos urbanos.

- Con la nueva directiva de viajes combinados las agencias son más que nunca necesarias para ofrecer las garantías necesarias para que cualquier viajero pueda recibir la atención legal necesaria en caso de retrasos, cancelaciones u otros incumplimientos.

Las reservas de viajes de los españoles para esta próxima temporada de verano sigue la tendencia creciente de los últimos años. Según la encuesta que realiza ACAVe (Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas) entre sus más de 500 agencias de viajes asociadas, el nivel de reservas para vacaciones de verano 2019 a estas fechas se sitúa aproximadamente un 7% por encima del mismo periodo del año pasado. Este porcentaje podría acabar incrementándose con reservas que se realicen a partir de ahora y en fechas más cercanas al inicio de las vacaciones.

**DIT GESTIÓN REUNIRÁ EN PEÑÍSCOLA EN SU 2ª CONVENCION A MÁS DE 1.000 PROFESIONALES TURÍSTICOS**



El evento destinado a sus más de 850 agencias de viajes asociados se desarrollará en el Palacio de Congresos de Peñíscola (Castellón) del 29 de noviembre al 1 de diciembre.

Ofrecerá un intenso programa que incluye conferencias, workshop, talleres temáticos, mesa redonda, premios, así como diversas actividades de ocio.

DIT Gestión prepara la 2ª Convención para sus más de 850 agencias de viajes asociadas, en Peñíscola (Castellón), del 29 de noviembre al 1 de diciembre. Este evento, que reunirá más de un millar de profesionales turísticos de España y Portugal, ofrecerá un intenso programa que incluye conferencias, workshop, talleres temáticos, mesa redonda, premios, así como actividades de ocio.

**VALÈNCIA ACOGE EL MCE SOUTH EUROPE 2019**



Recientemente tuvo lugar la firma del acuerdo de colaboración por el cual la ciudad de València se convierte en sede del MCE South Europe, encuentro profesional de turismo MICE que se celebra del 13 al 15 de octubre. Así, Francesc Colomer, Secretari Autòmic de Turisme, y Antonio Bernabé, director de la Fundación Turismo València han forma-

lizado el apoyo al evento en un encuentro con Alain Pallas, CEO del Europe Congress. València es la primera ciudad española que acoge este evento.

Tal como ha señalado el secretario autonómico de Turismo, “se trata de una gran oportunidad para la Comunitat Valenciana que da continuidad y refuerza la apuesta que los grandes eventos del turismo MICE están haciendo por nuestro destino”, al tiempo que ha recordado que el pasado mes de abril la ciudad de Benidorm ya acogió el M&I Forum. Además, ha destacado que “el turismo MICE es fundamental para nuestro posicionamiento en los distintos mercados, tanto nacionales como internacionales” y ha incidido en que “no sólo se trata de crecer en visitantes sino de mejorar en cuestiones que consideramos fundamentales, como son la desestacionalización, el incremento del gasto y el refuerzo de la imagen que proyectamos como destino”.

**LA MARINA DE VALÈNCIA CONVOCA UN CONCURSO PARA HUMANIZAR EL ENTORNO DEL TINGLADO 2**

La ciudadanía y, en especial, el vecindario de Poblats Marítims participará en el diseño del entorno del Tinglado 2, una superficie de más de 10.000m<sup>2</sup>. Así lo plantea el Consorcio Valencia 2007 (CVO7), gestor de La Marina de València, que la pasada semana ha convocado un concurso de ideas para humanizar esta área a través del *placemaking*, es decir, la co-creación del espacio implicando y poniendo en el centro a sus usuarios. A través de este concurso, se seleccionará un equipo multidisciplinar que diseñará y coordinará el proceso de *placemaking*. El objetivo final es devolver el valor al histórico Tinglado 2 y convertir su entorno en un gran espacio público para el disfrute de las personas. El plazo para presentar ofertas finaliza el 2 de septiembre y el presupuesto de licitación es de 115.000 euros (+ IVA).



**ARMAS TRASMEDITERRÁNEA OFRECE ESTE VERANO MÁS DE UN MILLÓN DE PLAZAS ENTRE PENÍNSULA Y BALEARES**

El Grupo Armas Trasmediterránea ofrece, para estos tres meses de verano, 1.100.000 plazas de pasajeros para sus rutas entre la Península y Baleares y 200.000 plazas para sus trayectos interislas. Una oferta que abarca desde el 17 de junio hasta el 15 de septiembre. El Grupo opera este verano en Baleares con una flota de diez buques de los cuales seis son ferries, dos fast ferries y dos cargueros.



**Gandía, Ibiza y Palma estrenan la alta velocidad con el Ciudad de Ceuta**

Entre las principales novedades para esta temporada estival, destaca la incorporación, desde el pasado fin de semana, del recién nombrado *Ciudad de Ceuta*, ex *Milenium Dos*. Un fast ferry, que conecta Gandía – Ibiza – Palma, y que responde a la demanda de un barco de alta velocidad en estas conexiones acortando, de esta forma, la travesía a dos horas y media así como desde Ibiza hasta Palma en dos horas y cuarto

**VALENCIAPORT SE PREPARA PARA LA GRAN CELEBRACIÓN DE LA COOL LOGISTICS**

Del 17 al 19 de septiembre, el puerto de Valencia se convertirá en el epicentro de Europa para el transporte de productos refrigerados.



La Autoridad Portuaria de Valencia (APV) continúa avanzando en los preparativos de la XI Cool Logistics Global, la principal feria europea para la logística de productos refrigerados que se celebrará en Valencia del 17 al 19 de septiembre. Durante tres días, Valenciaport acogerá a los principales agentes de la escena logística y ofrecerá un lugar de encuentro en el que los propietarios de la carga perecedera, profesionales de la logística y del transporte y representantes de navieras y autoridades portuarias podrán debatir y evaluar sobre las claves tecnológicas y las tendencias del mercado para este sector

**CENTAURO RENT A CAR AMPLÍA SU PRESENCIA EN VALENCIA Y ABRE SU SEGUNDA OFICINA**

Esta nueva sucursal se suma a la que ya tiene la compañía en la ciudad desde 1998, ubicada en el Aeropuerto de Manises.



Con esta operación la empresa continúa con su plan de expansión con el que ya dispone de 33 sucursales en los principales destinos turísticos de Europa.

Centauro Rent a Car refuerza su presencia en Valencia con la inauguración de una nueva oficina en la estación de AVE de Joaquín Sorolla. Con esta apertura, la décima de la compañía en lo que va de año, la empresa suma ya dos sucursales en la capital valenciana tras aterrizar en 1998 en el aeropuerto de Manises.

La nueva oficina, que generará alrededor de 12 puestos de trabajo directos e indirectos, es la quinta que abre la compañía después de estrenar oficinas en Sevilla (Santa Justa), Málaga (María Zambrano), Barcelona (Sants) y Madrid (Atocha), como parte de su plan estratégico de consolidarse en el segmento de AVE en España.



**HILTON DEBUTA EN ALICANTE**

“Alicante es cada vez más popular entre los turistas que buscan ocio y cultura y una muestra es la demanda de hoteles de calidad por parte de los usuarios en la región”, añadió Patrick Fitzgibbon, vicepresidente de desarrollo de Hilton EMEA. “Casa Alberola será uno de los pocos hoteles de una marca internacional en Alicante y, como parte de Curio

Collection by Hilton, se beneficiará de los 100 años de experiencia de Hilton en el sector, manteniendo al mismo tiempo su carácter único”.

Diseñado por el arquitecto local José Guardiola Picó, Casa Alberola fue construido en 1894, de estilo neoclásico y con influencias que recuerdan la tradición marítima y la cultura mediterránea de Alicante. El hotel boutique es fácilmente reconocible por su torreón y está situado en el paseo marítimo de la ciudad, donde el famoso vino Fondillón de la región fue exportado en su día a todo el mundo.

El hotel contará con 46 habitaciones, muchas de las cuales tendrán vistas a la Marina Deportiva del Puerto de Alicante, puerto de salida de la Volvo Ocean Race; así como con un restaurante y un bar para los huéspedes y los habitantes de la ciudad.

# Valencia

BUS TURISTIC



The Original  
Tour of  
Valencia  
Spain

# Conoce Valencia de una forma cómoda y divertida



Audio guía en 10 idiomas



+34 699 982 514



[www.valenciabusturistic.com](http://www.valenciabusturistic.com)

# Conoce el Parque Natural de la Albufera

Albufera  
BUS TURISTIC



Audio guía en 8 idiomas





# LA SEXTA EDICIÓN DE LA NOCHE DEL SOCIO DE ACAVE REÚNE A MÁS DE 200 INVITADOS EN LA PLAYA DE BARCELONA

**A**CAVe celebró el pasado jueves 28 de junio por la noche, en el restaurante Red Fish – Club Patí Vela de la playa de Barcelona la VI Noche del Socio, con la asistencia de más de 200 invitados que disfrutaron de la cita anual del sector. El evento contó con el apoyo y participación de ERGO, Qatar y Vueling.

Martí Sarrate, presidente de ACAVe fue el encargado de dar la bienvenida a los asistentes y en su parlamento destacó que “la Noche del Socio quiere reconocer a todos los asociados que han apostado por formar parte de este modelo de éxito que es hoy ACAVe, una entidad innovadora en servicio y profesionalidad que representa a todos los ámbitos del sector: receptivos, emisores, MICE y cruceros”.

Asimismo, Sarrate puso en valor “la asesoría jurídica, que se ha convertido en un activo imprescindible para que las agencias puedan canalizar la gestión de reclamaciones propias y de sus



clientes”. Sarrate ha destacado también la gran labor que desarrolla el equipo jurídico en otros ámbitos como la lucha contra el intrusismo profesional y en el asesoramiento para la adaptación de sus socios a nuevas normativas como la nueva ley de viajes combinados y servicios vinculados, que requirió de la organización de sesiones de formación por toda España donde participaron más de 600 agentes de viajes.

El presidente de ACAVe recordó que la

asociación “ostenta la representación de todas las agencias de viajes españolas en la patronal europea, ECTAA, y por consiguiente estamos participando activamente en la denuncia planteada contra IATA para reformular el actual modelo de comercialización de billetes aéreos”.

## **SOBRE ACAVE**

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVe) es la patronal de agencias de viajes de ámbito estatal. ACAVe es la Asociación más representativa de España y engloba más de 500 asociados y alrededor de 1.000 puntos de venta en toda España. Forman parte de la Asociación agencias de las diferentes tipologías: emisoras vacacionales y corporativas, tour operadores, receptivas de costa y de ciudad, agencias online y empresas de cruceros.



# GACETA DEL TURISMO CELEBRA LA 6ª GALA DE LOS PREMIOS LÍDERES DEL SECTOR

**PREMIOS  
GACETA  
DEL TURISMO  
2019**

**D**estacados representantes del sector turístico, profesionales de agencias de viajes, compañías aéreas, mayoristas, empresas de cruceros, logística, cadenas hoteleras, entidades bancarias, empresas consultoras y de innovación turística, rent a car, seguros y ocio, entre otros sectores se dieron cita en la gala de la 6ª edición de los Premios Gaceta del Turismo el pasado miércoles, junto a las autoridades del turismo y el transporte de la Comunitat Valenciana, que acudieron a apoyar y a reconocer el esfuerzo diario de estos profesionales.

Entre las autoridades presentes, el secretario autonómico de Turismo, Francesc Colomer, recibió un reconocimiento por la organización de la I Mostra del Turisme de la Comunitat Valenciana, de manos del director y editor de la publicación, Rafael Miñana.

Francesc Colomer, secretario autonómico de Turismo, recibe el reconocimiento por la organización de la I Mostra del Turisme de la Comunitat Valenciana de manos de Rafael Miñana, director de Gaceta del Turismo.

Colomer remarcó que “se trata de una cita ineludible” y agradeció a Gaceta del Turismo “vuestra implicación para informar y poner en valor relatos positivos de un sector que es fundamental para nuestra comunidad”. Del mismo modo, apuntó que “necesitamos premiados que nos ilustren el camino de referencias”.

En este sentido, Colomer aseguró que “el turismo es un juego de equipo, porque sólo sumando tendremos alguna oportunidad en este mercado llamado mundo”, al tiempo que incidió en que “un equipo necesita objetivos y conciencia de sus fortalezas y debilidades para poder construir una propuesta de valor”.

Cabe recordar que la I Mostra de Turisme de la Comunitat Valenciana, que se celebró en la Ciutat de les Arts i les Ciències en octubre de 2018, se inició con el doble objetivo de contribuir a la desestacionalización de la actividad turística y de vertebrar la Comunitat Valenciana desde el prisma turístico. Así, la intención de Turisme Comunitat Valenciana es darle continuidad y poder consolidar una cita en la que los ciudadanos de las tres provincias pudieron conocer la diversidad de la oferta que pueden encontrar en su propio territorio, con el objetivo de “estimular nuestro principal mercado emisor, el de los propios ciudadanos de la Comunitat”.





Por su parte, Antoni Bernabé, director de la Fundación Turismo Valencia, recibió un reconocimiento por el Programa Film Office puesto en marcha por la Fundación. Bernabé agradeció el reconocimiento y destacó “la transversalidad de estos premios que representan la transversalidad de la actividad turística porque son muchas las empresas que se ven reconocidas y todas ellas en las diferentes actividades que conforman la experiencia turística y que consiguen que la Comunidad Valenciana sea un destino cada vez mejor posicionado”.

El reconocido programa Film Office es un programa de la Fundación Turismo Valencia que promueve internacionalmente Valencia como el mejor espacio para la realización de rodajes y está permitiendo que cada vez sean más las promotoras y productoras que eligen Valencia para rodar spots publicitarios, series, cortos y largometrajes. “Es un esfuerzo de la Fundación y de muchísimos profesionales del ámbito audiovisual de la Comunidad Valenciana y de nuestra ciudad que están colaborando para que Valencia sea cada vez más un gran plató para todo el mundo”, concluyó Bernabé.

Rafael Miñana, editor y director de Gaceta del Turismo, quiso aprovechar la ocasión para dar la enhorabuena a los premiados y agradecer a todos los presentes haber hecho posible esta gran gala “quiero agradecer a quienes nos permiten, en citas como ésta, exaltar los valores del esfuerzo, de la creatividad y la innovación, valores que permiten al sector turístico avanzar y seguir creciendo”. Javier Noguera, delegado de Europamundo Vacaciones (izq.) recibe el premio de manos de Miguel Ángel Jiménez, presidente de AEVAV.

Miñana agradeció asimismo “al gobierno valenciano que se va” y dio la bienvenida “al que entra, por haber sido capaces de acercarse al sector, escuchar sus demandas y buscar soluciones”.

El editor y director de Gaceta del Turismo quiso, además, hacerse eco de las peticiones del mundo empresarial valenciano y reivindicó para la Comunidad Valenciana “una conselleria de Turismo con entidad propia, tan importante para el sector”.

La gala, que se celebró en el Hotel Balneario Las Arenas de la ciudad de Valencia, terminó con el sorteo de los mejores viajes del verano para los agentes. Este año los destinos fueron China, Cuba y Panamá de las compañías Iberia-British Airways, Cubaires y Air Europa y cualquier destino del mundo de las rutas de las compañías KLM y Turkish Airlines. Diputación de Valencia. Princess Cruises recibió el galardón Líder Cruceros Premium.





Viajes y escapadas  
Eventos corporativos

### Experiencias:

Gastronómicas -  
Enoturismo - Cicloturismo -  
Boat experience - Deportes  
- Ocio Entradas para  
Conciertos, Musicales,  
Parques, Teatros



Tel.: 960 23 52 22  
[experiencias@tripula.es](mailto:experiencias@tripula.es)  
[www.tripula.es](http://www.tripula.es)







**TOURMUNDIAL**

*Mejor herramienta reservas Touroperacion*  
**Luis Ortiz de Vallejuelo**  
 Subdirector Comercial y Marketing  
**Eva Blasco**  
 Presidente Confederacion EmpresariaValenciana

**MUNDIMAROC**

*Lider Touroperacion Marruecos*  
**Miguel Flores**  
 Delegado Levante  
**Eva Blasco**  
 Presidente Confederacion EmpresariaValenciana



**PANAVISION TOURS**  
**PANAVISION RIVER CRUISES**

*Mejor herramienta reservas Touroperacion*  
*Cruceros Fluviales Exclusivos*  
**Javier Chorda, Delegado Levante**  
**Eva Blasco** Presidente Confederacion EmpresariaValenciana

**CUBAIRES**

*Lider Touroperacion Cuba*  
**Yolexi Shing, Director General**  
**Viajes Sunshine Luxury Travel**  
**Eva Blasco** Presidente Confederacion EmpresariaValenciana





**ROYAL CARIBBEAN CRUISES**

***Lider Mundial Cruceros Premium***

Francisco Marco Head of Retail Spain  
 Susana Domenech Regional Sales Manager Levante  
 Francesc Sanchez,  
 Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**LUXOTOUR**

***Premio Mejor Booking 2018***

Antonio Pelegrin  
 Director General Grandes Viajes  
 Eva Blasco  
 Presidente Confederacion Empresarial Valenciana



**AVASA TRAVEL GROUP**

***Lider Grupo de Gestion***

Recoge el premio: Carlos Lopez Director general  
 Eva Blasco Presidente Confederacion Empresarial Valenciana



**AUTORIDAD PORTUARIA VALENCIA**

***Premio Promocion sector Cruceros***

Francesc Sanchez,  
 Director General Autoridad Portuaria de Valencia  
 Rafael Miñana



**GEOMOON**

***Lider Division Franquicias y Asociados***

Tomas Fernandez Uriarte Director General  
 Eva Blasco Presidenta Confederacion Empresarial Valenciana



**TRAVELTOOL**

***Lider Tecnologia***

Antonio Frau Director General - Pilar Ruiz Manager Symtravel  
 Eva Blasco Presidenta Confederacion Empresarial Valenciana



**PREMIOS  
GACETA  
DEL TURISMO  
2019**



**BCD TRAVEL**

*Agencia de Viaje Líder Sector MICE*

Juani Blasco

Director Consulting & Client MICE

Francesc Colomer

Secretario Autonómico de Turismo de la C. Valenciana



**AON RISK TRAVEL SOLUTIONS**

*Lider sector Seguros de Viajes*

Josep Garcia,

Manager Travel Division

Francesc Colomer

Secretario Autonómico de Turismo de la Comunidad Valenciana



**BUS TURISTIC VALENCIA**

*Lider Turismo Receptivo - Servicio al Visitante*

Francisco Tomas Director General

Antonio Bernabe,

Director General de la Fundacion Turismo Valencia



**GRUPO AIR FRANCE-KLM**

*Lider Rutas Aereas con Europa*

**DELTA AIR LINES**

*Lider Rutas Aereas con Estados Unidos*

Sandrine Salmon Trade Corporate Account Manager C.Valenciana y Murcia

Miguel Jimenez, Presidente Asociacion Empresarial de Agencias de Viajes



**IBERIA-BRITISH AIRWAYS**

*Líder Rutas Aereas con Latinoamerica*

Santiago Escuder

Director Regional zona Este

Miguel Jimenez,

Presidente Asociacion Empresarial de Agencias de Viajes



**TRIPULA**

*Premio Creacion Experiencias Turisticas C.Valenciana*

Luis Curras Director General

Evarist Caselles

Director General de Valencia Turisme de la

Diputacion de Valencia





### **ROYAL AIR MAROC**

*Lider Rutas Aereas con Africa*

Hassan Benbrahim Representante de  
Royal Air Maroc Cataluña, Baleares y Levante.  
Miguel Jimenez,

residente Asociacion Empresarial de Agencias de Viajes AEVAV



### **MSC ESPAÑA**

*Operador Lider en el Puerto de Valencia*

Carolina Lorente Deputy Branch Manager  
Daniel Mozo Trade Manager Mediterraneo  
Francesc Sanchez Director General de la Autoridad Portuaria de Valencia



### **RAMINATRANS**

*Empresa Logistica del año*

Rafael Milla Presidente  
Francesc Sanchez Director General  
Autoridad Portuaria de Valencia



### **AUTOCARES TRANSVIA**

*Operador Lider Transporte de Viajeros*

Juan Andres Director General  
Francesc Sanchez Director General  
Autoridad Portuaria de Valencia



### **SH HOTELES**

*Cadena Hotelera Lider Comunidad Valenciana*

Javier Valles  
Director General  
Francesc Colomer  
Secretario Autonomico de Turismo



### **FERIA DE VALENCIA**

*Lider Organización Ferias y Convenciones*

Juan Martinez Pàrra, Manager Event Department  
Francesc Colomer,  
Secretario Autonomico de Turismo de la C Valenciana





**NORWEGIAN CRUISES LINES**

*Premio Entretenimiento a Bordo*

Ainhoa Soria Communication Area

Francesc Sanchez

Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**CROISIEUROPE**

*Premio Cruceros Fluviales Premium*

Tomas Fernandez

Director España y Portugal

Francesc Sanchez,

Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**PRINCESS CRUISES MUNDOMAR**

*Lider Cruceros Premium*

Carlos Baño

Delegado Levante

Francesc Sanchez

Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**EUROPAMUNDO VACVACIONES**

*Lider Touperacion Grandes Viajes*

Javier Noguera. Delegado Levante

Miguel Jimenez Presidente de AEVAV



**TRAVELPLAN**

*Lider Circuitos Europeos*

Beatriz Oltra

Ejecutiva ventas Valencia y Alicante

Eva Blasco Presidenta Confederacion Empresarial Valenciana



**POLITOURS - POLITOUR RIVER CRUISES**

*Premio Touperacion Grandes destinos*

*Premio Mejor flota Cruceros fluviales*

Carlos Garcia Delegado C.Valenciana

Eva Blasco Presidente Confederacion Empresarial Valenciana



**BALNEARIO LAS ARENAS RESORT & SPA**

*Lider celebración Reuniones y Conferencias Valencia*  
 Carlos Boga General Manager Hotel  
 Francesc Colomer,  
 Secretario Autonomico de Turismo de la C Valenciana

**VELES Y VENTS - GRUPO LA SUCURSAL**

*Lider Organización Eventos Especiales y Gastronomía Luxury*  
 Corinna Hellmann Directora Comercial y Javier Andres Director General  
 Francesc Colomer  
 Secretario Autonomico de Turismo de la Comunidad Valenciana



**GOURMET CATERING**  
**ESPACIOS VALENCIA**

*Lider en Catering para Eventos Especiales*  
 Narciso Vicente, Presidente  
 Francesc Colomer  
 Secretario Autonomico de Turismo de la C Valenciana

**AMResorts**

*Mejor Cadena Hotelera del Caribe*  
 Jorge Diaz Jubera, Sales Manager Spain and Portugal  
 Francesc Colomer,  
 Secretario Autonomico de Turismo de la Comunidad Valenciana



**CONSULTIA TRAVEL**

*Lider sector Viajes de Negocios*  
 Juan Manuel Baixauli, Presidente  
 Francesc Colomer  
 Secretario Autonomico de Turismo de la C. Valenciana

**CINESA**

*Lider en Entretenimiento y Eventos Tematizados*  
 Carlos Navarro Gines Ejecutivo de ventas Barcelona  
 Levante y Zona Sur  
 Francesc Colomer  
 Secretario Autonomico de Turismo de la Comunidad Valenciana



**TURKISH AIRLINES**

*Lider Rutas Aereas con Oriente Medio  
Premio mejor clase Business*

Marina Fresneda  
Marketing Sales office C.Valenciana  
Miguel Jimenez,

Presidente Asociacion Empresarial de Agencias de Viajes deValencia



**MARINA VALENCIA**

*Premio Promoci3n Turística fachada Maritima de Valencia*

German Gil  
Responsable de Explotacion de la Marina de Valencia  
Antonio Bernabe,  
Director General de la Fundacion Turismo Valencia



**DMC SPAIN TOURS**

*Premio líder Destination Manager Company de Valencia*

Jorge Lamiran Director General  
Evarist Caselles Director General de  
Valencia Turisme de la Diputacion de Valencia



**MANOLO TRAVEL**

*Premio Promocion Turismo Rural y Fiestas Patronales*

Manuel Leon Director General  
Evarist Caselles  
Director General deValencia Turisme de  
la Diputacion de Valencia



**RECLAMA TRAVEL**

*Premio Defensa del pasajero Aereo*

Fernando Oñiga Director General  
Miguel Jimenez  
Presidente Asociacion Empresarial de Agencias  
de Viajes deValencia



**AMADEUS**

*Premio Innovacion Tecnologica*

Alberto PonteConsolidators Consortia Manager  
Miguel Jimenez, Presidente Asociacion Empresarial  
de Agencias de Valencia



**PIPELINE**

*Lider en sistemas de gestión para Agencias de viajes*  
 Manuel Sos  
 Director General  
 Miguel Jimenez,  
 Presidente Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Valencia



**ETHAD AIRWAYS**

*Lider Rutas Aereas con Emiratos Arabes*  
 Marina Cortizo, General Manager Spain  
 Magda Briet, Sales Account  
 Beatriz Pulido Sales Account  
 Miguel Jimenez,  
 Presidente Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Valencia



**COSTA CRUCEROS**

*Premio Formación al Agente de Viajes*  
 Jorge Serrano Director ventas  
 Francesc Sanchez  
 Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**PULLMANTUR CRUCEROS**

*Premio Crucero Estilo Español*  
 Fernando Giner Delegado Levante  
 Francesc Sanchez  
 Director General Autoridad Portuaria de Valencia



**RYANAIR**

*Primero Operador Aereo de la Comunidad Valenciana*  
 Carlos Ortiz  
 Regional Manager Spain & Portugal  
 Miguel Jimenez Presidente  
 Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Valencia



**MSC CRUCEROS**

*Operador líder de Cruceros en el Puerto de Valencia*  
 Luis Blanes Jefe Ventas Levante  
 Cristina Mora. Delegada comercial Valencia  
 Francesc Sanchez,  
 Director General Autoridad Portuaria de Valencia



 **PREMIOS  
GACETA  
DEL TURISMO**  
2019





# Concurso Mundial de Paellas

XXXI EDICIÓN

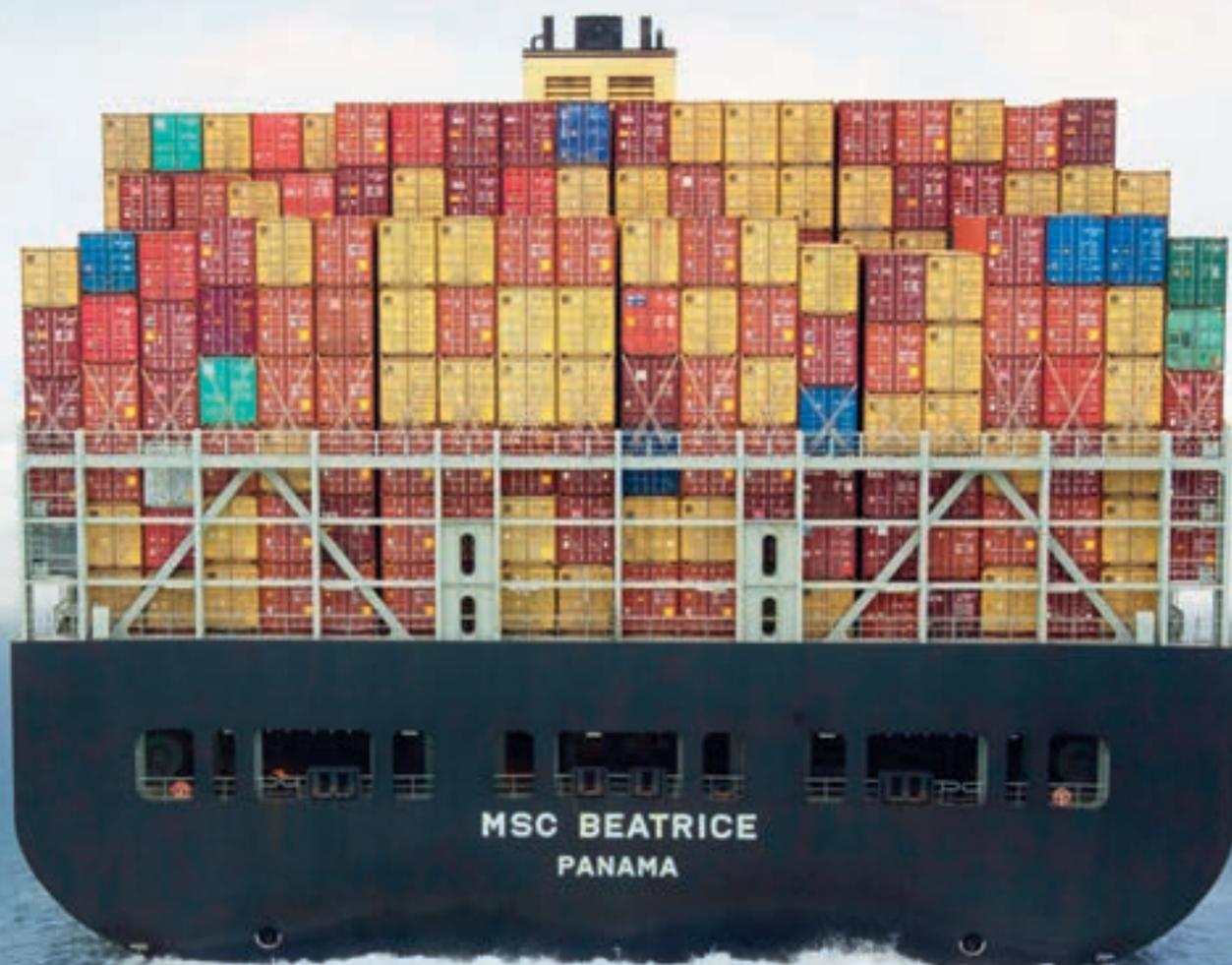
Más de 30 años organizando el evento original que une a todos los agentes posibles con el puerto de Valencia

[www.concursomundialpaellas.com](http://www.concursomundialpaellas.com)



Organiza

**Viernes, 6 de marzo de 2020**  
Antigua Estación del Grao de Valencia



## CONFÍE EN UN LÍDER DE MERCADO

Desde 1970, MSC ha crecido hasta convertirse en una compañía líder en el transporte de contenedores así como un socio fiable para empresas de todo el mundo. Nuestra red de transporte terrestre, ferroviario y marítimo nos permite ofrecer servicios puerta a puerta sostenibles y fiables a nivel mundial. Los equipos locales de MSC se aseguran de que, sea cual sea su carga, siempre esté en buenas manos.

Para más información, por favor no dude en ponerse en contacto con su oficina de MSC:

**+34 96 335 9100** o [esp-info@msc.com](mailto:esp-info@msc.com)

[msc.com](https://www.msc.com)

