



Partners



ceav partners

CEAV cuenta con diversos partners con los que mantiene acuerdos de colaboración que incluyen acciones relacionadas con la visibilidad, la formación, la asesoría turística y la participación en los workshops del CEAV Protour.

Si quieres saber más, contacta con nosotros a través de nuestra directora comercial, Cristina Bou, en el correo cristinabou@ceav.info



amadeus

IBERIA

Mundiplan

renfe

TURISMO SOCIAL
WWW.TURISMOSOCIAL.COM



europ
assistance

RECLAMA
TRAVEL



ceav partners

PLATA



BRONCE



TURISMO Y AVIACIÓN: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL FUTURO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

Por Antonio Linares, director de Ventas España, Portugal y norte de África de Iberia

En un mundo cada vez más interconectado, la relación entre turismo y aviación se ha convertido en un motor esencial para el desarrollo económico, social y cultural. España es un ejemplo paradigmático de esta alianza: un país que no solo lidera el turismo internacional, sino que también ha consolidado un modelo único de conectividad aérea que impulsa su competitividad global.

ESPAÑA: UN MODELO ÚNICO DE CONECTIVIDAD Y TURISMO

La configuración territorial española —con dos archipiélagos y dos provincias en el norte de África— convierte al transporte aéreo en una infraestructura crítica. No se trata únicamente de movilidad, sino de cohesión social y territorial. En regiones como Canarias o Baleares, el avión es el principal medio de conexión con la península y entre islas, garantizando

igualdad de oportunidades, acceso a servicios y desarrollo económico.

Este papel estratégico se refleja en las cifras: entre enero y septiembre de 2025, más de 294 millones de pasajeros pasaron por los aeropuertos españoles, un crecimiento del 4,1 % respecto al año anterior. Paralelamente, España se mantiene como una potencia turística global: se prevé que en 2025 reciba cerca de 98 millones de turistas internacionales, con un impacto económico superior a los 260.000 millones de euros, equivalente al 16 % del PIB nacional.

En este contexto, la aviación no solo facilita la llegada de millones de visitantes, sino que también distribuye el turismo, democratiza el acceso a destinos y contribuye a la diversificación económica. Iberia, como aerolínea líder en España, desempeña un papel clave: en 2024, su actividad generó 13.000 millones de euros en el PIB nacional y 177.000 empleos directos e indirectos, representando un 1% del PIB y del empleo del país.



TURISMO Y AVIACIÓN: UNA ALIANZA ESTRATÉGICA PARA EL FUTURO Y EL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL

RETOS ESTRUCTURALES DEL SECTOR AÉREO

A pesar de este dinamismo, la aviación enfrenta desafíos que requieren respuestas coordinadas. La escasez de talento especializado es uno de los más urgentes: Europa necesitará 75.000 técnicos de mantenimiento de aeronaves y más de 267.000 pilotos en la próxima década, lo que obliga a reforzar la formación profesional y atraer jóvenes a disciplinas técnicas.

La digitalización es otro reto clave. La inteligencia artificial, la analítica predictiva y la automatización están transformando la industria, mejorando la eficiencia y personalizando la experiencia del cliente. Sin embargo, la tecnología debe potenciar —no sustituir— el trato humano, la empatía y la atención personalizada que caracterizan al turismo, señas distintivas de Iberia.

Por último, la sostenibilidad exige una transición ecológica que vaya más allá del impacto ambiental. Implica integrar el turismo en la vida local, preservar la identidad cultural y garantizar beneficios compartidos. La Estrategia España Turismo 2030 es un paso en esta dirección, situando a los residentes en el centro de las políticas turísticas.

PLAN DE VUELO 2030: LA RESPUESTA DE IBERIA

Ante estos retos, Iberia ha diseñado su Plan de Vuelo 2030, una hoja de ruta que moviliza 6.000 millones de euros en inversión y se articula en tres pilares: conectividad, talento y digitalización. Este plan contempla la incorporación de nuevos aviones de largo radio, la apertura de nuevas rutas, como Toronto y Monterrey, la renovación de la flota con modelos más eficientes y la consolidación del hub de Madrid como centro de conexión internacional, compitiendo con los aeropuertos del norte de Europa.

En el ámbito del talento, Iberia prevé contratar 1.000 profesionales al año, impulsar programas de formación y reforzar la colaboración con centros educativos para atraer vocaciones aeronáuticas. Y en digitalización, la compañía avanza hacia una migración completa a la nube, con más de 50 modelos de inteligencia artificial aplicados a

mantenimiento predictivo, atención al cliente y planificación de rutas, además de herramientas que mejoran la experiencia del viajero.

Este plan no es solo una estrategia empresarial: es la expresión de un compromiso con la competitividad, la sostenibilidad y la excelencia en el servicio.

La aviación es mucho más que una industria: es un motor de progreso y cohesión. España, con su modelo turístico y de conectividad, demuestra cómo el transporte aéreo transforma sociedades. En Iberia, asumimos el reto de seguir impulsando esta transformación con inversión, innovación y colaboración. Porque el futuro del turismo y la aviación se construye trabajando juntos: aerolíneas, agencias de viajes, instituciones públicas y todos los actores del ecosistema turístico.





ESTAS FIESTAS TÓMATE EL TIEMPO

PARA SABOREAR CADA MOMENTO



www.tastingspain.com

IRYO, LA VELOCIDAD DEL CAMBIO: CÓMO EL PRIMER OPERADOR PRIVADO DE ALTA VELOCIDAD EN ESPAÑA ESTÁ REDEFINIENDO LA RELACIÓN CON EL CANAL PROFESIONAL



En apenas tres años, iryo ha pasado de irrumpir en el mercado ferroviario español a convertirse en un referente de innovación, sostenibilidad y cercanía con el canal profesional. Hoy, el primer operador privado de alta velocidad en España sigue acelerando su crecimiento con una estrategia clara: poner la tecnología, la flexibilidad y la experiencia de cliente al servicio de las agencias de viajes y las empresas.

La compañía ha demostrado que la liberalización ferroviaria no solo trae competencia, sino también nuevas formas de entender el viaje. Su modelo, basado en la eficiencia y la atención personalizada, ha ganado terreno entre los viajeros y el sector corporativo. Y ahora, con el lanzamiento de nuevas herramientas digitales y la renovación de su estructura tarifaria, iryo da un paso más en su apuesta por un ecosistema colaborativo con el trade.

UNA NUEVA FORMA DE GESTIONAR LOS VIAJES EN GRUPO

Entre las novedades más destacadas se encuentra la nueva herramienta de reservas online para grupos de entre 10 y 30 personas. Disponible exclusivamente para agencias registradas, esta solución pionera permite gestionar cotizaciones y confirmaciones en tiempo real, sin necesidad de intermediación. Hasta ahora, las reservas grupales se tramitaban únicamente por correo electrónico, pero el nuevo sistema digitaliza completamente el proceso, ofreciendo mayor autonomía y rapidez.

La plataforma no solo ahorra tiempo, sino que introduce funcionalidades inéditas en el sector: iryo es el único operador ferroviario en España que permite combinar en un mismo localizador pasajeros en diferentes zonas de confort. Para las

IRYO, LA VELOCIDAD DEL CAMBIO: CÓMO EL PRIMER OPERADOR PRIVADO DE ALTA VELOCIDAD EN ESPAÑA ESTÁ REDEFINIENDO LA RELACIÓN CON EL CANAL PROFESIONAL



agencias, supone una ventaja operativa y comercial significativa, especialmente en un mercado donde la demanda de viajes colectivos, turísticos, educativos o corporativos continúa creciendo.

“Esta herramienta refleja nuestro compromiso con la digitalización del canal profesional y con facilitar la gestión diaria de las agencias”, señala Guillermo Turner, director de Ventas de iryo. “Queremos que nuestros partners trabajen con más autonomía, sin renunciar a la flexibilidad ni a la calidad de servicio que nos caracteriza”.

TARIFAS MÁS SIMPLES, VIAJES MÁS FÁCILES

La simplificación de las tarifas es otro de los movimientos estratégicos recientes de la compañía. En un mercado cada vez más competitivo, iryo ha decidido reorganizar su oferta para hacerla más comprensible y coherente con las necesidades reales de los clientes.

Las tarifas se agrupan ahora en dos zonas de confort —Inicial e Infinita—, con cuatro modalidades que cubren desde el viaje más económico hasta el más completo: Inicial, Inicial Superior, Infinita e Infinita Bistró. La idea es ofrecer una experiencia más clara y flexible, manteniendo el sello de confort, atención y diseño que distingue a la marca.

La tarifa Inicial sigue siendo la más competitiva, mientras que la Inicial Superior se orienta a empresas y profesionales que necesitan flexibilidad en sus desplazamientos. La Infinita apuesta por la comodidad con asientos XL, y la Infinita Bistró añade la experiencia gastronómica a bordo, servida directamente en el asiento. Todas ellas incluyen las ventajas exclusivas de la compañía, como el servicio gratuito de Cercanías y el programa de fidelización Club Yo, que permite acumular iryos para canjear por descuentos o tarjetas regalo.

IRYO, LA VELOCIDAD DEL CAMBIO: CÓMO EL PRIMER OPERADOR PRIVADO DE ALTA VELOCIDAD EN ESPAÑA ESTÁ REDEFINIENDO LA RELACIÓN CON EL CANAL PROFESIONAL



Para Guillermo Turner, esta reestructuración es fruto de la escucha activa: “No es un cambio de nombres, sino una evolución natural de nuestro producto. Hemos adaptado nuestras tarifas a lo que realmente valoran nuestros clientes: flexibilidad, transparencia y opciones que simplifican la toma de decisiones”.

VIAJAR POR TRABAJO, PERO CON EXPERIENCIA

El tercer pilar de esta renovación es el refuerzo del programa iryo Empresas, la propuesta dirigida a corporaciones y pymes que gestionan viajes de negocio. El programa consolida a iryo como un aliado de confianza para el segmento corporativo, combinando eficiencia, flexibilidad y sostenibilidad con una atención cercana.

Las empresas acceden a descuentos por consumos sobre las tarifas Inicial Superior e Infinita, además de beneficios exclusivos como cancelaciones

100% gratuitas, cambios de horario sin coste y la posibilidad de cambiar su tren siendo no-show hasta dos horas después de la salida prevista.

EL ALIADO DEL TRADE EN LA NUEVA MOVILIDAD

Con estas iniciativas, iryo no solo mejora su oferta, sino que redefine su papel dentro del ecosistema de turismo y viajes corporativos. La compañía ha entendido que el futuro del transporte ferroviario pasa por integrar tecnología y cercanía humana, por ofrecer soluciones personalizadas tanto al viajero individual como al profesional, y por mantener un diálogo constante con quienes mejor conocen al cliente: las agencias de viajes.

iryo avanza así en su propósito de liderar la nueva era de la alta velocidad en España, donde la innovación, la eficiencia y la colaboración serán las verdaderas vías del futuro.



mundicover

El comparador de Seguros de viaje, para los que más saben de viajes

La mayor variedad
de **seguros de viaje**
en una **única web**



Más de **50 seguros de viaje** de **5 compañías** diferentes
comparados en precios y coberturas

CON y SIN Anulación; Grupos y Radiales; Cruceros; Aventura; Nieve;
Anuales Multiviaje; Seguros para NO residentes en España y receptivos Schengen;
Seguros con Descuento para Agentes de viajes y sus acompañantes

Cotiza, compara y contrata

www.mundicover.es

DA DE ALTA TU AGENCIA EN:
www.mundicover.es



Atención Exclusiva para
Agencias de Viajes:

91 084 87 36

booking@mundicover.es

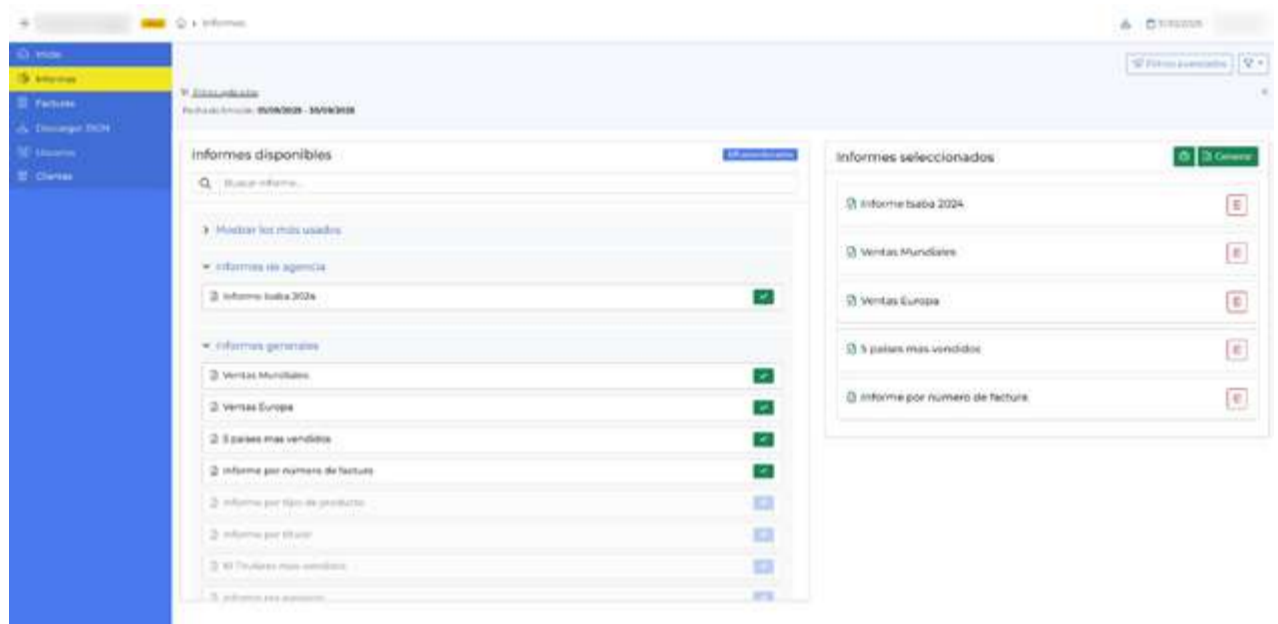


PIPELINE SOFTWARE

ORBIS CORPORATE: LA GESTIÓN INTELIGENTE DE LOS VIAJES DE EMPRESA

En un entorno en el que las agencias de viajes necesitan ofrecer cada vez más control, trazabilidad y automatización a sus clientes corporativos, Pipeline Software presenta **Orbis Corporate**, una plataforma tecnológica diseñada para transformar la gestión de los viajes de empresa.

Orbis Corporate es una solución avanzada que actúa como puente directo entre la agencia y el cliente corporativo, permitiendo gestionar de forma centralizada facturas, pagos, informes y toda la información relacionada con los desplazamientos empresariales. Se trata de una herramienta 100 % online, segura y moderna, que forma parte del ecosistema Orbis desarrollado por Pipeline Software.



UN CANAL DIRECTO ENTRE AGENCIA Y EMPRESA

Orbis Corporate nace con un objetivo claro: ofrecer a las empresas información actualizada y en tiempo real sobre los servicios gestionados por su agencia de viajes, de manera normalizada y automatizada.

La plataforma facilita un acceso único para cada cliente corporativo, desde el que puede consultar reservas, descargar facturas electrónicas, realizar pagos pendientes y generar informes personalizados de los viajes realizados.

Desde el ERP Orbis Web, las agencias pueden sincronizar automáticamente las reservas procedentes de diferentes fuentes —GDS, bancos de camas, webs de proveedores o documentación de viaje— y trasladarlas a Orbis Corporate ya enriquecidas con datos clave como destinos, costes, emisiones de CO₂ o centros de coste asignados.

El resultado es una gestión integral del viaje corporativo, sin intervención manual, más ágil y transparente.

INFORMACIÓN FIABLE Y ACCESIBLE

Cada cliente corporativo dispone de un acceso personalizado con distintos niveles de permisos definidos por la agencia.

La información se organiza en pestañas intuitivas que facilitan el trabajo diario tanto del agente como del usuario final:

- **Informes:** permite generar listados personalizados con filtros avanzados (por fechas, proyectos, departamentos, peticionarios, destinos, proveedores o pasajeros). Los informes pueden exportarse a PDF o Excel o programarse para su envío automático por correo electrónico.
- **Facturas:** muestra todas las facturas emitidas, con búsqueda rápida, filtros por cliente o fechas y la posibilidad de descargarlas en distintos formatos o agruparlas en archivos comprimidos.
- **Descarga JSON:** para las agencias que integran su información con otros sistemas, Orbis Corporate permite generar ficheros JSON por rangos de fechas, garantizando la interoperabilidad.
- **Clientes y usuarios:** la agencia puede crear y gestionar sus propios usuarios, definir roles (administrador o usuario) y asignar visibilidad según clientes o centros de coste.



PIPELINE SOFTWARE

Todo ello con una interfaz limpia, moderna y personalizable: el usuario puede mostrar u ocultar columnas, guardar filtros favoritos o reordenar la información según sus necesidades. Cada detalle está pensado para ahorrar tiempo y reducir errores, maximizando la eficiencia en la gestión diaria.

AUTOMATIZACIÓN Y CONTROL

Uno de los pilares de Orbis Corporate es la automatización de procesos repetitivos. Las agencias pueden programar informes periódicos, establecer filtros predefinidos por cliente o exportar masivamente facturas con un solo clic.

La información se presenta de forma visual y estructurada, permitiendo un seguimiento preciso de los gastos por proyecto, departamento o viajero.

Asimismo, la plataforma incluye funcionalidades que facilitan la emisión y distribución de facturas electrónicas, generadas automáticamente desde el sistema de reservas de la agencia y entregadas al cliente en su espacio privado. Cada factura incorpora datos analíticos adicionales –código del proyecto, autorización de viaje o identificador del pasajero– que permiten a las empresas disponer de una trazabilidad completa.

SEGURIDAD Y CUMPLIMIENTO NORMATIVO

Desarrollado íntegramente por Pipeline Software, Orbis Corporate garantiza el almacenamiento seguro de toda la información, el cumplimiento de las normativas vigentes y la compatibilidad con los sistemas de factura electrónica y reporting exigidos por la Administración. Su arquitectura basada en roles y permisos asegura que cada usuario vea únicamente los datos que le corresponden, protegiendo la confidencialidad de la información corporativa.

INTEGRACIÓN CON EL ECOSISTEMA ORBIS

Orbis Corporate se integra con otros módulos clave de Pipeline Software:



- **Orbis Booking**, para la gestión de reservas multiproveedor.
- **Orbis Hoteles**, que conecta con consolidadores hoteleros como WebBeds, Abreu o Go Global Travel.
- **Orbis Pay**, para la gestión de cobros online mediante tarjeta, Bizum o transferencia.

Esta integración permite un flujo de trabajo continuo desde la reserva hasta la facturación, aportando una visión 360° de la operativa corporativa.

TECNOLOGÍA DE CONFIANZA PARA AGENCIAS DE VIAJES

Con más de tres décadas de trayectoria en el sector, Pipeline Software reafirma su compromiso con la innovación y la digitalización del turismo.

Orbis Corporate representa un paso decisivo hacia una gestión de viajes de empresa más eficiente, segura y sostenible, en la que la tecnología se pone al servicio de la agencia. Gracias a esta herramienta, las agencias pueden ofrecer a sus clientes corporativos una experiencia profesional, transparente y personalizada, consolidando su papel como socios estratégicos en la movilidad empresarial.

Pipeline Software
Tecnología para agencias que avanzan.
Más información en www.pipeline.es



Nadie te da más



Compromiso con el medio ambiente



De centro a centro



Más trenes y destinos que nadie



Personaliza tu viaje

renfe

**Trenear[®], del latín,
poder escaparte
y disfrutar cada fin de
semana de la cultura y
la gastronomía de uno
de los 35 destinos
conectados por
alta velocidad.**

Spain By Train te lleva en alta velocidad
a descubrir tranquilamente 35 destinos
de España para tenerlo todo.

spainbytrain.org



##Spainbytrain

CIUDADES EN ALTA VELOCIDAD

CDV INICIA UNA NUEVA ETAPA CON LA INAUGURACIÓN DE SU SEDE EN ALICANTE Y LA SALIDA DE SU FUNDADOR

La compañía tecnológica CDV, partner de CEAV y especializada en soluciones B2B para agencias de viajes, ha cerrado un periodo clave en su desarrollo con dos hitos que marcan el comienzo de una nueva etapa: la inauguración de su nueva sede en la Plaza de Luceros (Alicante) y la salida de su fundador, Juanfran Trasmonte, tras un acuerdo alcanzado con el accionariado.

El acto inaugural, celebrado el 30 de septiembre, reunió a representantes institucionales, asociaciones sectoriales, proveedores estratégicos y el equipo de la empresa, que tuvo ocasión de recorrer las instalaciones y conocer el nuevo espacio de trabajo. La sede, situada en un punto emblemático de la ciudad, simboliza –según el equipo directivo– el crecimiento de CDV y su apuesta por un modelo centrado en las personas, la sostenibilidad y la combinación de talento joven y experiencia.

Para CDV, nacida en Elche y evolucionada desde una startup a un operador consolidado en la distribución turística, la apertura de la sede representa “un paso adelante en solidez, proximidad y compromiso con el sector”.

En otro orden de cosas, la empresa formalizó la salida de su fundador, Juanfran Trasmonte, impulsor del proyecto desde 2014. Trasmonte, cuya visión permitió poner en marcha un modelo disruptivo de consolidación aérea apoyado en tecnología ágil y eficiente, abandona la compañía tras completar la transición con el accionariado mayoritario de Alzis. Desde la empresa se ha subrayado su aportación al crecimiento sostenido de CDV y al posicionamiento que ha alcanzado en los últimos años, con cifras positivas y expansión continuada.

Desde Alzis, como inversores mayoritarios han agradecido a Juanfran Trasmonte su dedicación a la compañía, deseándole éxito en sus nuevos proyectos y mostrando, tras el cierre de esta etapa, su apoyo incondicional al equipo directivo actual, liderado por Javier Beas, para que continúe con la senda de crecimiento experimentada por la compañía desde su incorporación a finales del ejercicio 2022.



CDV, PRESENTE QUE REPRESENTA EL FUTURO

Si hace unos meses os presentábamos en estas mismas líneas a Manon Morland, joven y brillante directora de booking de CDV, hoy queremos profundizar un poco más en el conocimiento de otras personas del equipo directivo joven de CDV: profesionales que representan el presente, pero que también garantizan el liderazgo futuro de la empresa.

En CDV las personas son lo primero. Así nos lo transmiten y así lo reflejamos: foco en las personas “clientes” —los agentes de viajes— y, para que todo fluya en ese canal, un equipo de personas “empleadas”, que lideran desde la cercanía el trato diario y la relación continua con los profesionales de las agencias. Una filosofía que da pleno sentido a su eslogan: “Cerca de Vosotros”.

Hoy queremos presentar en *Mundo Inédito* a estos directivos y managers de CDV que lideran y representan a un equipo joven, pero con amplia experiencia. Algunos están en la compañía desde su creación: la han visto nacer y han crecido profesionalmente con ella. Otros se han incorporado en los últimos años, aportando frescura, dinamismo y nuevas miradas. Dos palabras los definen: compromiso y talento.

Se habla mucho en el sector sobre cómo retener el talento. En CDV creemos que el talento te elige cada día: no se trata de retener, sino de ganarse cada día el respeto, la confianza y el compromiso de quienes hacen suyo el proyecto, lo defienden y lo hacen crecer.

Por ello, hoy ellos son los protagonistas. Queremos dar visibilidad y poner nombre y rostro a estas personas —hombres y mujeres— que garantizan el relevo generacional, no solo en CDV, sino en un sector en constante transformación.

MANON MORLAND, directora de Booking 24/7

Se incorporó al equipo incluso antes de que CDV saliera al mercado, por lo que ha crecido con la empresa y la empresa con ella. Fue la primera directora del equipo y precursora de otras mujeres que, posteriormente, se han sumado a puestos de responsabilidad.



JOSÉ RAMÓN SÁNCHEZ, director de IT

También presente desde el origen fundacional de la empresa, ha visto pasar a varios directores de IT y ha sabido esperar su oportunidad, siempre aportando. Siendo CDV una plataforma tecnológica con desarrollos propios, se puede imaginar el peso que recae sobre José Ramón y su equipo. Sin duda, uno de los pilares “silenciosos” de la compañía.

VÍCTOR RONDA, Product Manager de Aéreo

Ha desarrollado toda su trayectoria profesional en CDV junto a Manon y José Ramón. Creció en el área de booking, demostrando grandes capacidades de trabajo en equipo y liderazgo. Su competitividad y talento le auguran un futuro prometedor dentro de la organización.

LAURA GARCÍA, coordinadora del Equipo Comercial y de Marketing

Si el claim de CDV es Cerca de Vosotros, Laura es la responsable no solo de haberlo creado, sino de hacerlo realidad cada día. Es apoyo imprescindible para el equipo comercial y para su dirección, siendo parte esencial de la relación directa con los agentes de viajes.

ELENA SÁNCHEZ, coordinadora del Equipo de Booking

Destaca por su integración en el equipo y por aportar frescura y creatividad desde la espontaneidad. Lidera con solvencia la compleja labor de la atención telefónica y la resolución de incidencias.

ANA CUENCA, coordinadora del Equipo de Administración

Una de las incorporaciones más recientes, en un área clave como pagos y cobros. A menudo se olvida la importancia del back office en los resultados, la imagen y la actividad de una empresa: en estos departamentos se sustenta parte esencial de la credibilidad corporativa.

Son un equipo y son el **presente que representa el futuro**. Hoy no tocaba hablar de otras figuras directivas —incluido su director general, **Javier Beas**—, pero todos ellos forman parte del crecimiento y del éxito de CDV.

vPayment

Más eficacia para tu equipo. Más control para ti.

vPayment es la solución digital que te permite gestionar tus gastos generando Tarjetas virtuales de un solo uso.

- Limitadas por gasto y fecha para pagos internacionales y pago directo.
- Todos los pagos a proveedores en un único Estado de Cuenta.
- Herramientas de control online.
- Integrado con tus proveedores sin necesidad de instalar ninguna tecnología nueva.

MÁS INFORMACIÓN

American Express Europe, S.A. Avenida Partenón 12-14. 28042 Madrid.
NIF A-82628041. Registro Mercantil de la Provincia de Madrid, Tomo 15.348.
Sección 8ª del Libro de Sociedad, Folio 204, Hoja M-257407. Número de registro 6.837 en el Banco de España. Entidad de pago autorizada de acuerdo a la normativa de servicios de pago vigente. www.americanexpress.es

AMERICAN
EXPRESS



MEETGERMANY 2025 REÚNE AL SECTOR TURÍSTICO EN MÁLAGA

El Workshop MeetGermany 2025, organizado por la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT), se celebró el 16 de octubre en el Parador de Málaga Golf, convirtiendo a la ciudad en punto de encuentro entre los profesionales del turismo alemán y español. El evento congregó a representantes de España y Portugal junto a 18 empresas alemanas de destinos, transporte, hotelería y receptivos, además de un dinámico taller de networking con agencias de viajes del sur de España.

La celebración del workshop se enmarcó en la sólida trayectoria de cooperación entre Alemania y CEAV, una relación de años que ha dado lugar a múltiples acciones conjuntas de formación, promoción y desarrollo de producto. En 2025, además, Alemania fue Destino Premium del CEAV Protour, reforzando su presencia en la gira y consolidando su papel como uno de los mercados internacionales estratégicos para las agencias españolas.

Durante el encuentro, la ONAT compartió los últimos resultados del Nation Brands Index 2025, que sitúan a Alemania en el segundo puesto a nivel mundial en reputación global, y dentro del Top 10 como destino turístico. El país destacó especialmente en el ámbito cultural, ascendiendo del sexto al tercer puesto gracias al valor de su patrimonio histórico y la vitalidad de sus ciudades.

El workshop sirvió también como presentación de las líneas de promoción turística para 2026. Con MeetGermany 2025, la ONAT volvió a demostrar la fortaleza de la marca Alemania y su compromiso con el trabajo conjunto con las agencias españolas, un modelo de colaboración en el que CEAV participa activamente desde hace años.



Este cliente viaja protegido con ReclamaTravel... y lo notan.

600 € por retraso o cancelación (*)

Hasta 1.500 € por pérdida de maleta

(*) SOLICITE CONDICIONES DE APLICACIÓN

Retrasos - Cancelaciones - Perdidas de equipaje y de enlace

 **RECLAMATRAVEL**

comercial@reclamatravel.com

960 660 283

TURISMO SOSTENIBLE DESDE EL PRESENTE PARA AFRONTAR EL FUTURO CON AMBICIÓN

El turismo en la provincia de Alicante vive un momento de estabilidad, con una tasa media de ocupación del 79,2 % hasta septiembre de 2025 (un punto más que el año anterior) y un incremento del 5,4 % en la rentabilidad (RevPAR). Sin embargo, más allá de las cifras, el panorama invita a reflexionar sobre la sostenibilidad del modelo. Ser la principal actividad económica y de empleo de la provincia no basta si no se acompaña de un compromiso real con la sostenibilidad.

La falta de control sobre los alojamientos turísticos ilegales ha dañado la reputación del sector y alimentado el descontento social frente a la masificación. A ello se suman los desafíos ambientales globales, que exigen soluciones capaces de reducir los impactos del turismo.

Desde la Asociación Provincial de Hoteles y Alojamientos Turísticos de Alicante (APHA) asumimos el reto de liderar el cambio a través de la autorregulación y la incorporación de prácticas sostenibles que conviertan al turismo en una actividad limpia y beneficiosa para los ecosistemas. Queremos ser un referente en gestión hotelera sostenible y en la promoción de un turismo responsable que mire al futuro sin olvidar su entorno.

Hemos puesto en marcha proyectos centrados en la economía circular, la descarbonización, la eficiencia hídrica y la protección del entorno natural. En materia de economía circular, impulsamos la reducción de residuos, el uso eficiente de recursos y la ampliación de la vida útil de los materiales. Nuestros hoteles implementan sistemas de reciclaje integral, reutilización de aguas grises, compostaje y eliminación de plásticos de un solo uso.

Frente al cambio climático, la hotelería alicantina avanza hacia la neutralidad climática mediante planes de descarbonización. Se instalan paneles solares, se mejora el aislamiento térmico y la eficiencia energética. Además, APHA promueve una campaña de reforestación en la provincia con especies autóctonas, en colaboración con empleados, clientes y administraciones. Cada árbol simboliza el compromiso del sector con el planeta y con las generaciones futuras.



TURISMO SOSTENIBLE DESDE EL PRESENTE PARA AFRONTAR EL FUTURO CON AMBICIÓN

En una provincia marcada por la escasez de agua, el uso responsable del recurso es esencial. APHA lidera campañas de concienciación y ahorro hídrico, fomenta tecnologías de bajo consumo y la reutilización eficiente en lavanderías, jardines y piscinas. También colaboramos con ayuntamientos y entidades locales en la protección del litoral y de los espacios naturales, asegurando la coexistencia entre turismo y naturaleza.

La sostenibilidad también se refleja en la diversificación de la oferta. Los nuevos establecimientos asociados apuestan por el turismo de salud, bienestar y desconexión, incorporando programas de alimentación saludable, spas ecológicos y terapias naturales. Esta tendencia refuerza la calidad y posiciona a Alicante como un destino de equilibrio físico y emocional.

Otro eje fundamental es el compromiso con la comunidad. A través de la campaña Eso que tú me das, destacamos el papel del turismo no solo en la economía, sino también en la cohesión social. Apostamos por el producto local y de kilómetro cero, con menús elaborados con ingredientes de la huerta alicantina, vinos con denominación de origen y productos artesanos. Cada propuesta gastronómica refuerza la identidad del territorio y apoya a los pequeños productores.

El trabajo de APHA ha sido reconocido con premios de la UEPAL, La Gaceta del Turismo y el certamen Alicante Gastronómica, que destacan su labor en responsabilidad social, apoyo al sector y fomento del turismo responsable.

Hoy, APHA avanza con una hoja de ruta sólida y un proyecto asociativo en expansión. En los dos últimos años ha duplicado su número de miembros y agrupa a más de 125 establecimientos en 26 municipios, con 13.700 plazas y 6.100 habitaciones. La asociación se consolida como motor del turismo sostenible en Alicante, apostando por la calidad, la innovación y el respeto ambiental.

Sostenibilidad, bienestar social y desarrollo económico son los tres pilares sobre los que APHA construye un futuro turístico equilibrado, consciente y próspero para toda la provincia.



SAVOIR FAIRE
FRANÇÉS

CALIDAD
ALEMANA

SOSTENIBILIDAD
DANESA



Europcar

BEST OF EUROPE

DESCUBRE NUESTRA AMPLIA
GAMA DE VEHÍCULOS PREMIUM

europcar.es

ELEGIR BIEN LA MALETA: EL PRIMER PASO PARA UN GRAN VIAJE

Por Benzi

En un contexto en el que las aerolíneas aplican políticas distintas según la tarifa o el destino, escoger bien la maleta se ha convertido en una parte fundamental de la planificación. En Benzi lo sabemos bien: desde hace más de tres décadas acompañamos a viajeros de todo el mundo con maletas, mochilas y accesorios diseñados para hacer cada trayecto más cómodo, seguro y eficiente.

TIPOS DE EQUIPAJE Y CUÁNDO UTILIZAR CADA UNO

Equipaje de mano o maleta de cabina

Es la opción más práctica para quienes buscan agilidad. Se transporta en la cabina y debe caber en los compartimentos superiores o bajo el asiento delantero. Las medidas más habituales rondan los 55 × 40 × 20 cm y un peso máximo de 10 kg, aunque cada aerolínea aplica sus propias variaciones.

Mochila o artículo personal

Además del equipaje de mano, la mayoría de aerolíneas permite un artículo personal gratuito (mochila, bolso o maletín) que debe ir bajo el asiento delantero. Es ideal para lo esencial: documentación, portátil o dispositivos electrónicos.

Las mochilas semirrígidas, con estructura ligera y múltiples compartimentos, son especialmente útiles en viajes de trabajo o desplazamientos cortos.

Equipaje facturable

Pensado para viajes largos o internacionales, se entrega en mostrador y viaja en la bodega del avión. Permite transportar más peso y volumen: lo habitual son 23 kg por pieza y un máximo de 158 cm en la suma de alto, ancho y fondo.

Los materiales rígidos —como el ABS o el policarbonato— protegen mejor el contenido frente a golpes y rozaduras. Los modelos expandibles ofrecen hasta un 25 % más de capacidad sin comprometer la estabilidad.



MEDIDAS Y POLÍTICAS MÁS HABITUALES

Aunque cada aerolínea establece sus propias condiciones, conviene tener algunas referencias:

Ryanair: un artículo personal gratuito (40 × 30 × 20 cm) y una maleta de cabina de 55 × 40 × 20 cm hasta 10 kg con la tarifa Priority.

Vueling: permite una maleta de mano de 55 × 40 × 20 cm y un artículo personal de 40 × 30 × 20 cm; el equipaje facturable puede alcanzar los 30 kg.

easyJet: admite una mochila pequeña (45 × 36 × 20 cm) y ofrece una maleta de cabina de hasta 56 × 45 × 25 cm.

Iberia: autoriza una pieza de cabina de 56 × 40 × 25 cm y un artículo personal de 30 × 40 × 15 cm; el equipaje facturable estándar es de 23 kg y 158 cm totales.

Siempre es recomendable verificar las condiciones específicas antes de viajar, ya que pueden variar según tarifa o destino.

ELEGIR BIEN LA MALETA: EL PRIMER PASO PARA UN GRAN VIAJE

ELEGIR EL TAMAÑO ADECUADO

Cabina (55 × 40 × 20 cm aprox.)

Ideal para escapadas cortas o viajes de negocios. Permite evitar la facturación y agilizar el embarque. Los modelos con ruedas dobles, materiales ligeros y cierres seguros garantizan comodidad y resistencia.

Mediana (40 × 59 × 24 cm aprox.)

Equilibra capacidad y manejabilidad. Es la opción más versátil para viajes de entre cuatro y siete días. Los formatos expandibles resultan muy útiles si se prevé regresar con más equipaje.

Grande (46 × 69 × 29 cm aprox.)

Pensada para estancias prolongadas o viajes internacionales. Puede albergar entre 23 y 30 kg. Es recomendable comprobar que la suma total de dimensiones no supere los 158 cm, incluso cuando está expandida.

Mochilas y artículos personales

Las mochilas técnicas actuales incorporan compartimentos para portátil, tejidos impermeables y estructura ligera. Son un complemento funcional que aporta movilidad y orden en desplazamientos frecuentes.

CONSEJOS PRÁCTICOS PARA UN VIAJE SIN IMPREVISTOS

- Verifica medidas y peso antes de viajar: las políticas cambian con frecuencia.
- Pesa la maleta antes de salir para evitar costes por sobrepeso.
- Distribuye correctamente el contenido: los objetos pesados deben ir en la base, sobre las ruedas.
- Etiqueta el equipaje con nombre y teléfono.
- Aprovecha las cremalleras expandibles.
- En trayectos combinados (avión-tren o avión-coche), prioriza materiales ligeros y asas reforzadas.



UN ELEMENTO ESENCIAL EN LA EXPERIENCIA DE VIAJE

El equipaje es una parte clave de la cadena de valor del viaje. Elegir correctamente la maleta no solo mejora la experiencia del pasajero, sino que también facilita el trabajo diario de las agencias y de quienes hacen posible cada desplazamiento. En un sector donde cada detalle cuenta, contar con un equipaje adecuado puede marcar la diferencia.

En Benzi llevamos más de treinta años diseñando cada pieza pensando en las necesidades del viajero moderno: funcional, resistente y adaptable. Nuestra experiencia y compromiso nos permiten ofrecer soluciones compatibles con las principales aerolíneas europeas, creadas para acompañar a quienes viajan con confianza y estilo.

Benzi. Vayas donde vayas.



Seguro de viaje AV Temporal

Calidad-precio inmejorable
para gozarlo en tu viaje:



Gastos médicos hasta 1.000.000 €

**Mascotas: gastos médicos,
hospedaje y traslado**



Robo y daños de equipos Informáticos

Deportes de Aventura, SIN sobrecoste



Cruceros Incluidos SIN sobrecoste

Anulación e interrupción de viaje



Contrata ya:

afiliados.travelfine.es

+34 911 098 666

agencias@travelfine.es



PARQUES REUNIDOS PROMOCIONA EL PARQUE ALEMÁN TROPICAL ISLANDS CON LAS PRINCIPALES AGENCIAS DE VIAJES ESPAÑOLAS

El grupo Parques Reunidos organizó el primer *Fam Trip* al exótico parque in-door Tropical Islands, ubicado en Berlín, al que asistieron representantes de las empresas NH Hoteles, Viajes El Corte Inglés, Destinia, New Travellers (World to Meet), Pangea, Welcometickets (Grupo AVORIS) y Nautalia Viajes.

Para Parques Reunidos, una de las compañías líderes en el sector del entretenimiento con 32 parques distribuidos en Europa y Australia, la colaboración con agentes de viajes es uno de los canales clave que mayor crecimiento está registrando. Gracias a la alianza estratégica con CEAV, Parques Reunidos está reforzando su relación con *partners* actuales mediante una comunicación más fluida y propuestas comerciales adaptadas a sus necesidades.

Una de las acciones recientes para posicionar los parques de ocio estratégicos de la compañía entre el canal de agencias de viajes ha sido la celebración del primer *Fam Trip* en el que Parques Reunidos invitó a un grupo de agentes de viajes al parque alemán Tropical Islands, ubicado en Berlín, con el objetivo de que conocieran en profundidad las características de este original emplazamiento como complemento a una estancia en Berlín para todos los turistas españoles.

Tropical Islands es el mayor parque acuático cubierto del mundo, que cuenta también con una selva tropical y se extiende a lo largo de un terreno de 600 hectáreas. Con un diseño espectacular, el parque ofrece una

combinación entre parque acuático tradicional y otras actividades de ocio, incluyendo diferentes formatos de alojamiento en el Dome (habitaciones premium y suites *Water Falls*, sobre la cascada de agua o *Sky*, ubicadas en medio de la selva exótica, albergues de aventura o habitaciones de diseño) junto a la novedosa zona de Ohana, donde los visitantes pueden disfrutar de diferentes entretenimientos como juego de bolos, karaoke, zonas familiares, restaurantes y bares. Los agentes de viajes invitados pudieron realizar diferentes prospecciones en Tropical Islands tanto de las diferentes opciones de lodging como de las divertidas pistas de bolos, restaurantes o zona de spa, entre otros.

Por la cercanía de este exclusivo parque a la ciudad de Berlín, a unos 60 km, Tropical Islands se posiciona como uno de los destinos turísticos destacados para familias como complemento ideal a una estancia en la ciudad y plantear una extensión de una noche al resort de Tropical Islands como experiencia única e inolvidable.

Parques Reunidos se alió en esta visita estratégica con 'Visit Berlín' *partner* que ofreció un increíble tour por la ciudad de Berlín explorando el turismo y la gastronomía de la zona. Junto a Visit Berlin y algunos proveedores locales, los asistentes al *Fam Trip* de Parques Reunidos en Berlín conocieron de primera mano las mejores propuestas culturales y de ocio que la región puede ofrecer a las familias españoles que desean próximamente viajar a Alemania.





Avanzamos juntos
Crecemos contigo

Estamos evolucionando para ofrecerte más.
Muy pronto, lo descubrirás.

2026 marcará un nuevo comienzo:

- Experiencias más simples y rápidas.
- Tecnología que impulsa lo que haces.
- Soluciones que aportan más valor a tu agencia.

**Todo con la cercanía, la confianza
y el compromiso de siempre.**

Atención al cliente
93 419 14 83
winsartorio.com

winsartorio
concentra
grupo



El club de Intermundial para los que saben ganar.

Con Interclub lleva tu negocio al siguiente nivel



Acumula dinero en tu Interclub Wallet.



Eventos, formación y campañas exclusivas.



Vende más, gana más.

Nuevo



Obtén **hasta un 3% de retorno** con tus ventas.

Solo necesitas:

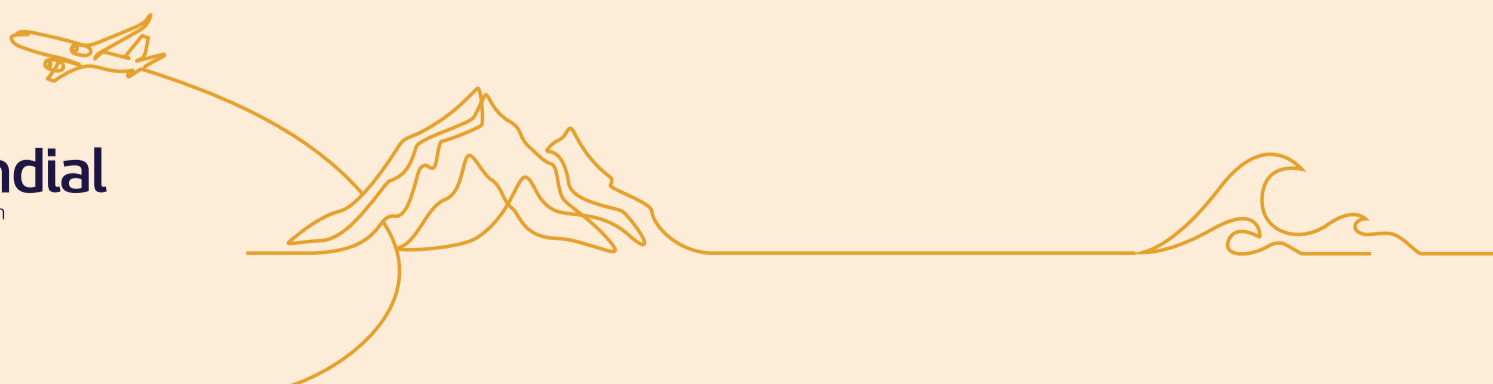
- Darte de alta en Interclub.
- Fijar un compromiso de venta a tu medida.



¡Únete ahora mismo!



Intermundial
Travel insurance in motion



CAMBIA TU BACKOFFICE

cambia tu forma de trabajar

Libera a tu agencia de la gestión compleja y consigue una mayor eficiencia con un backoffice potente, seguro y 100% adaptado a la normativa actual.

travelcloudsystem.com

Contrata antes del 1 de enero de 2026 y consigue:

20% de descuento en tu migración + formación gratuita*

Integra en una única plataforma todas las operaciones clave de tu agencia: reservas, proveedores, facturación, tesorería y reporting avanzado. Diseñado para agencias que exigen precisión, control y cumplimiento. Tendrás tranquilidad fiscal, control documental y gestión inteligente, sin necesidad de sistemas externos ni procesos manuales, integrando Veri*Factu, SII, SES Hospedajes, Gestor Documental y Factura Electrónica, entre otros procesos.

Infórmate en el 91 361 71 10 o escríbenos a comercial@travelcloudsystem.com.

*Consulta las condiciones de la promoción



TRAVEL
CLOUD
SYSTEM

EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE OUIGO EN ESPAÑA

OUIGO presentó en noviembre el primer estudio de impacto socioeconómico independiente que cuantifica la contribución de un operador ferroviario al desarrollo económico, la cohesión territorial y social y la descarbonización de la movilidad de España.

Elaborado por Afi, el informe Efecto OUIGO: el impacto real en España de la nueva movilidad documenta con rigor científico cómo la democratización de la alta velocidad ferroviaria ha generado un impacto medible en la economía, el empleo, el turismo y la sostenibilidad del país.

El impacto económico de OUIGO



La huella económica en España

El **proyecto OUIGO** en España ha requerido una **inversión de más de 700 millones de € desde 2019**.

En 2024, la actividad de **OUIGO**:

- ✓ Ha contribuido con **159 millones de € al PIB español** de manera directa, indirecta e inducida (a través de la operativa + pago de cánones ferroviarios).

1€ de valor añadido generado por OUIGO



genera 9€ adicionales en la economía gracias al impacto sobre sus proveedores: industria, logística, energía...

- ✓ Ha ayudado a crear y mantener **2.890 puestos de trabajo** de forma total.

425 empleos directos en la plantilla de OUIGO

≈ 50% mujeres vs 20% en promedio del sector



La contribución al mantenimiento de la infraestructura

Hasta 2024, **OUIGO** ha pagado **205 millones de € a Adif – Alta Velocidad** para la gestión y mantenimiento de la infraestructura.

Los cánones abonados por **OUIGO** en 2024:

- ✓ Contribuyeron con **72 millones de € al PIB**
- ✓ Sostuvieron a **1.130 empleos**

Previsión de **+1.000 millones de €** en abono de cánones durante 10 años.



El impulso al turismo

El **impacto del gasto de los turistas** que viajaron con **OUIGO** supuso en 2024:

+ 610 millones de € al PIB.

+ 11.000 empleos en nuestro país: hostelería y restauración, comercio, actividad cultural, etc.

EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE OUIGO EN ESPAÑA

La aportación a la sociedad



Bienestar para los usuarios

La llegada de **OUIGO** a España se ha traducido en:

↓ **Reducción de los precios de los billetes** de tren de Alta Velocidad.

OUIGO lidera la bajada de precios:

➤ Ha ofrecido los **precios más baratos** durante el 70% de los meses en el trayecto **MAD-BCN**.

↳ Contribuyendo a la **reducción del 40% en el precio medio del billete** tras la liberalización.



OUIGO también ofrece calidad.

Es la **única compañía** que:

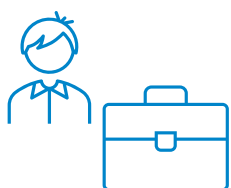
- **compensa a partir de los 30 min de retraso**, más allá de los requisitos legales.
- **informa proactivamente** de los derechos de compensación.



☐ **25% de usuarios** no había viajado en Alta Velocidad antes de **OUIGO**.

☐ **85% pasajeros afirma viajar más** desde que **OUIGO** lideró la apertura a la competencia del mercado ferroviario español..

☐ **Puerta de acceso** para jóvenes, estudiantes, autónomos y familias.



1/2 estudiantes y 1/5 autónomos no habrían hecho el trayecto sin los **precios accesibles de OUIGO**.

☐ **+ 9/10 viajeros por negocios** afirman que la oferta de **OUIGO** ha **contribuido al desarrollo de su actividad profesional**.



98% de los usuarios de **OUIGO** recomendarían sus servicios a miembros de su entorno.

EL IMPACTO SOCIOECONÓMICO DE OUIGO EN ESPAÑA

La contribución al territorio y la sostenibilidad



El apoyo a la cohesión territorial

OUIGO conecta **15 destinos** y transporta a **más de 200.000 viajeros cada mes**, uniendo grandes urbes con ciudades más pequeñas.



- **80% pasajeros de OUIGO son turistas: 9/10 turistas nacionales.**
Especial beneficio para **destinos medianos**: **OUIGO** posibilita la llegada de 160.000 turistas adicionales a Alicante, 206.000 a Valencia y 5.400 a Valladolid.
- **1/3 de los residentes** de las provincias de la considerada España despoblada **acceden ya a Alta Velocidad con competencia**, gracias a **OUIGO**.
- **1/10 de los usuarios de OUIGO** reside en 1.050 localidades diferentes pertenecientes al **medio rural**.



Contribución a la sostenibilidad ambiental

OUIGO transporta viajeros y beneficia a los consumidores, **desarrollando su actividad de la forma + sostenible:**

El tren emite **15 veces menos** que el transporte por carretera,
17 veces menos que el transporte aéreo.

80% usuarios han reducido uso de coche o avión, por ir en tren.



La Alta Velocidad ya es 100% tracción eléctrica procedente de fuentes renovables.

El legendario éxito de Broadway
llega por fin a Madrid.

Consigue ya
tus entradas
a través de
tu agencia o
turoperador
de confianza!

RODGERS + HAMMERSTEIN'S

CENICIENTA

EL MUSICAL

El clásico de siempre contado como nunca

También puedes disfrutar de precios especiales para grupos.
Más información en comercial@stage-entertainment.com.

IBERIA CARDS SE CONSOLIDA COMO EL REFERENTE EN MEDIOS DE PAGO VINCULADOS AL VIAJE CON EL LANZAMIENTO DE TRES NUEVOS PRODUCTOS



La compañía refuerza su estrategia de crecimiento sostenible, centrada en la personalización y en alianzas estratégicas para mejorar la experiencia del cliente viajero. Para ello, lanza al mercado tres nuevos productos pensados en diferentes estilos viajeros: Iberia Icon+, Iberia Zenit e Iberia Aire.

Iberia Cards, la entidad de pagos y financiación al consumo conocida por su vinculación con Iberia y su programa de fidelización Iberia Club, ha presentado hoy su visión estratégica para los próximos años y el lanzamiento de su nueva gama de productos: Iberia Icon+, Iberia Zenit e Iberia Aire.

Con el objetivo de ofrecer soluciones más personalizadas y adaptadas al estilo de vida de cada viajero, Iberia Cards lanza tres nuevos productos que redefinen la experiencia de viajar:

- **Aire:** Diseñada para viajeros jóvenes que valoran la calidad y la flexibilidad, ofreciendo ventajas en experiencias y servicios asociados al programa Iberia Club y otros servicios como descuentos en gasolina, alquiler de coches, seguros de viajes, tarjetas telefónicas e-Sim
- **Icon+:** Un plan pensado para quienes le piden más a sus viajes y buscan una tarjeta versátil, con

acumulación extra de Avios en compras cotidianas, accesos a fast track en aeropuertos y a las salas vip de Iberia.

- **Zenit:** La opción premium para viajeros frecuentes, la única tarjeta del mercado con acceso al nivel Iberia Club Oro, seguros premium y ventajas exclusivas tanto en Iberia como en partners de Iberia Club y sector viaje.

Estas nuevas tarjetas refuerzan el compromiso de Iberia Cards con la innovación y la experiencia del cliente, integrando tecnología, seguridad y beneficios únicos en los ecosistemas de Iberia e Iberia Club. El objetivo de la compañía es consolidarse como el líder indiscutible en medios de pago vinculados al sector de viajes en España, apostando por la digitalización avanzada, la personalización y la expansión de sus soluciones de pago.

La compañía, cuyos productos se comercializan por canales de distribución propios, de BBVA y Banco Santander, fue pionera en el lanzamiento de tarjetas co-brand vinculadas al sector viajes en España para los clientes de Iberia. Actualmente, cuenta con 200.000 clientes y una cuota de mercado cercana al 10% en compras con tarjeta de crédito en el sector viajes.

IBERIA CARDS SE CONSOLIDA COMO EL REFERENTE EN MEDIOS DE PAGO VINCULADOS AL VIAJE CON EL LANZAMIENTO DE TRES NUEVOS PRODUCTOS

UNA PROPUESTA DE VALOR ÚNICA PARA CRECER A TRAVÉS DE ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Iberia Cards articula su propuesta de valor diferencial combinando las ventajas derivadas de su pertenencia al grupo IAG –como la obtención de Avios, acceso a niveles del Programa Iberia Club y promociones exclusivas para volar– con beneficios provistos por un ecosistema de partners estratégicos en sectores clave como seguros, carburantes, viajes y entretenimiento. “Iberia Cards es un pilar clave en nuestra estrategia de fidelización. Nos permite estar presentes en la vida diaria de nuestros clientes, reforzando su vínculo con la marca incluso cuando no están volando. Esa conexión es la que convierte una preferencia en lealtad”, indica el presidente de la entidad, Víctor Moneo.

La estrategia de crecimiento de Iberia Cards se basa en un propósito claro:

Permitir que sus clientes puedan viajar de un modo diferencial y hacer que cada gasto con sus tarjetas facilite el siguiente viaje. Para ello, la compañía ha desarrollado una nueva familia de productos que permita llegar a distintos tipos de viajeros.

“Los partners son esenciales en nuestro modelo de crecimiento”, explica Francisco Javier Cobo Velasco, director general de Iberia Cards. “Es un *win-win*. Por un lado, enriquecen la propuesta de valor de las tarjetas aportando beneficios tangibles a nuestros clientes; por otro, obtienen visibilidad, recurrencia y preferencia de marca, porque nuestros usuarios piensan en ellos cada vez que pagan”, asegura. “Adicionalmente, nuestra experiencia construyendo con Iberia un caso de éxito de fidelización a través de una tarjeta de crédito, nos permite replicar este modelo para otras grandes empresas que quieran reforzar la vinculación de sus clientes y mejorar sus programas de loyalty”.

Mirando al futuro, la compañía está aprovechando su experiencia y capacidades tecnológicas para expandir sus soluciones de pago a otras entidades del sector turístico. Esto incluye el desarrollo de soluciones



BNPL (*Buy Now Pay Later*), que ya utilizan operadores de referencia, y tarjetas virtuales para agencias, desarrolladas en el marco de su acuerdo estratégico con VISA.

EL VÍNCULO EMOCIONAL COMO ACTIVO ESTRATÉGICO

Más allá de la tecnología y los productos financieros, la visión de Iberia Cards pone un énfasis especial en el vínculo emocional con el cliente. La compañía busca posicionarse como una marca “cercana, aspiracional y que realmente mejora la experiencia de viajar”, apalancándose en los valores de confianza y excelencia asociados a la marca Iberia.

“Iberia Cards es mucho más que una tarjeta de crédito: es un compañero de viaje”, concluyen desde la empresa, “porque nuestro compromiso es ofrecer un producto de confianza, con beneficios reales y un servicio de primer nivel, que abra la puerta a nuevas oportunidades y experiencias para cada cliente”.

ARKRIA MANAGEMENT: TÚ ALIADO 24/7 CUANDO EL VIAJE IMPORTA

En un sector tan exigente como el nuestro, donde cada viajero es una responsabilidad y cada incidencia puede marcar la diferencia, las agencias de viajes necesitan algo más que un proveedor: necesitan un respaldo real. En **Arkria Management** llevamos años ocupándonos de lo que más tiempo y energía consume en el día a día de una agencia: la **gestión de incidencias y la asistencia operativa 24/7 en cualquier parte del mundo**.

Nuestro trabajo consiste en proteger al viajero y, a la vez, proteger la reputación de la agencia que confía en nosotros. Actuamos con la rapidez y la precisión que exige el mercado actual. Cancelaciones, retrasos, conexiones perdidas, cambios urgentes de itinerario o imprevistos en destino... lo abordamos todo con un objetivo claro: **resolver antes de que el cliente final tenga motivos para preocuparse**.

UN SERVICIO QUE NO DESCANSA

La actividad turística no entiende de horarios. Por eso, nuestro equipo opera como una torre de control disponible los 365 días del año. Cada expediente se gestiona con profesionalidad, empatía y una coordinación milimétrica.

Para muchas agencias, trabajar con Arkria supone liberar estructura interna, mejorar la calidad de vida del equipo y garantizar que sus viajeros estén atendidos en todo momento. La tranquilidad tiene valor, y en este caso, se nota.

TECNOLOGÍA ÚTIL PARA DECISIONES RÁPIDAS

En Arkria apostamos por herramientas que facilitan la operativa, no que la complican. Nuestro sistema interno de alertas, trazabilidad y documentación garantiza que cada movimiento queda registrado y que cada incidencia se resuelve con transparencia y criterio.

Además, seguimos desarrollando soluciones tecnológicas orientadas al viajero corporativo y al cliente VIP, con información en tiempo real y asistencia inmediata.



NUESTRO COMPROMISO

Arkria nació para resolver problemas, pero con el tiempo se ha convertido en un soporte estratégico para agencias de todos los tamaños. Nuestra filosofía es sencilla: **actuar rápido, comunicar bien y cuidar tanto al viajero como a la agencia**.

Creemos en un servicio discreto, profesional y humano, que aporta valor real y que acompaña al sector a seguir creciendo.

Si eres una agencia y quieres reforzar tu operativa sin aumentar estructura, estaremos encantados de ayudarte.

Puedes contactar con Arkria Management para conocer cómo trabajamos o solicitar una demostración de nuestro servicio 24/7.

- Info@arkria.com
- www.arkria.com