

EDICIÓN INVIERNO 2025

Viajar es mirar el mundo desde otra perspectiva

Desde CEAV te deseamos Felices Fiestas y Próspero Año Nuevo



Contenidos



Editorial

Os presentamos el nuevo número de invierno de nuestra revista CEAV News.



Asesoría jurídica CEAV

Resumen de la actividad jurídica de CEAV en 2025, por Ana Barluenga, directora del Área Jurídica.



Noticias CEAV

Todas las noticias del sector, incluyendo la 8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, Jornadas técnicas de CEAV, II Encuentro Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes, CEAV Protour...

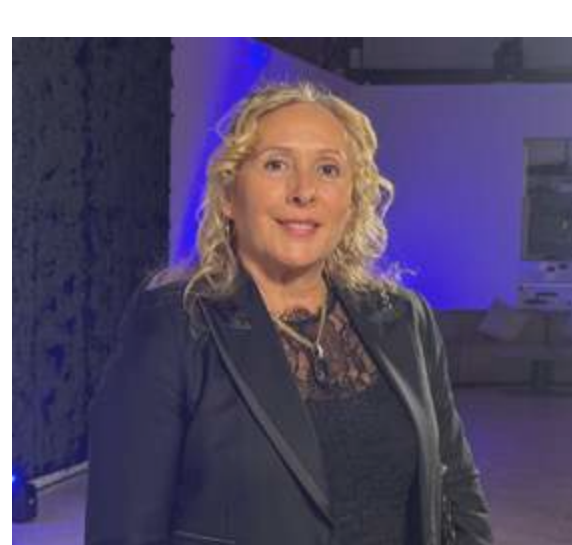


Experiencia y juventud

Imprescindibles para el futuro del sector, por José Manuel Lastra, vicepresidente primero ejecutivo de CEAV

- 1. REDUCE EL CONSUMO DE PAPEL:** Digitaliza documentos y usa papel reciclado.
- 2. AHORRO ENERGÍA:** Usa luces LED y apaga equipos cuando no los uses (energía vampirica). Maximiza el uso de la luz y la ventilación natural.
- 3. ÁREAS VERDES EN LA OFICINA:** Incorpora plantas para mejorar la calidad del aire.
- 4. REDUCE, RECICLA Y EVITA EL PLÁSTICO DE UN SOLO USO:** Utiliza botellas tipo cantimplora, recicla y clasifica. Recuerda que: "La mejor basura es la que no se genera".
- 5. AGUA:** Cierra bien los grifos, reporta fugas, usa reductores de flujo y el botón adecuado (cable descarga) en inodoro.
- 6. TRANSPORTE SOSTENIBLE:** Fomenta el uso de bicicletas, transporte público o el carpooling entre empleados.

Recuerda que, si me imprimes, me gusta el papel reciclado



Las asociaciones nos informan

Todas las noticias de FAAV, AVIBA, ACAVYT, AEAUV, AGAVI, Viajes Triana y AAVOT Cantabria.



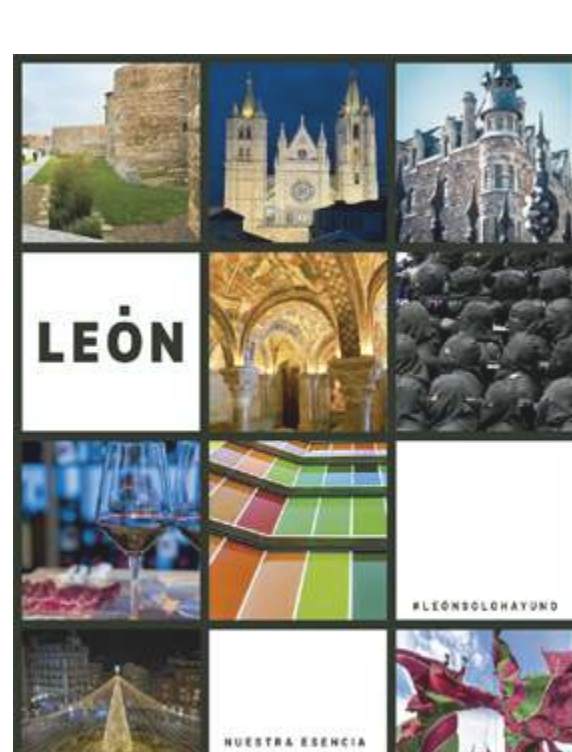
Nos vamos de viaje

Fuerteventura



Nos vamos de viaje

Jaén

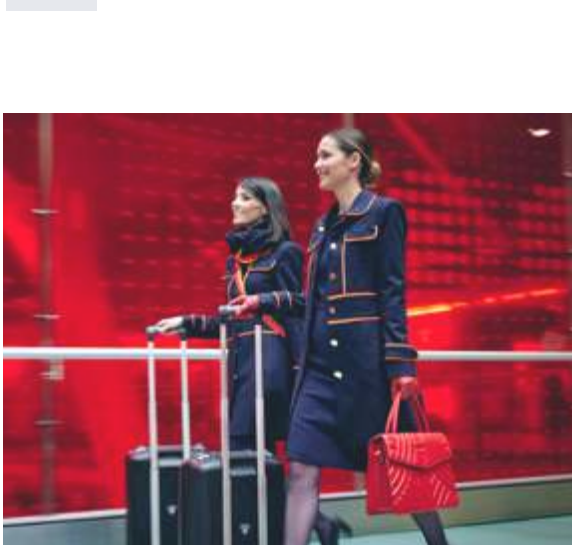


Entrevista: Miguel Henales



CEAV Partners

Presentamos las últimas novedades de nuestros partners.



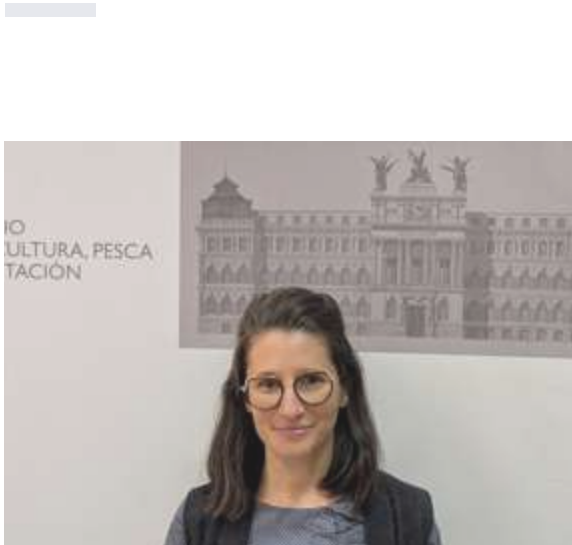
CEAV Iberia



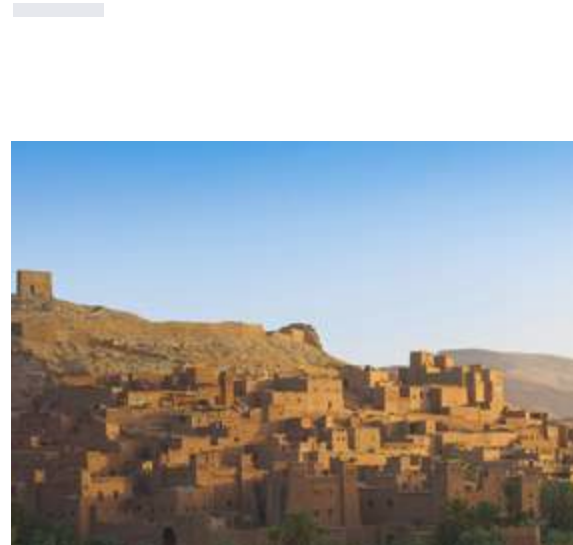
CEAV Iberia Cards



Agenda CEAV



Entrevista: Laura Hernández Dato



Hoy dormimos en... Grup Xaluca

Especialistas en el Gran Sur de Marruecos.





ceav news

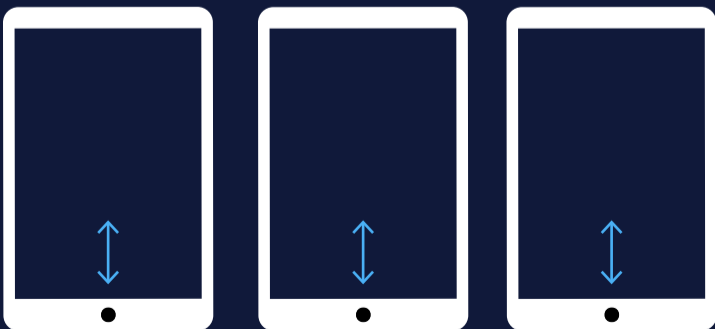
Instrucciones

Para disfrutar en la aplicación sin problemas



Este magazine
se lee en vertical

Navegación por la APP



Para avanzar por las diferentes secciones de la aplicación muévete en vertical.

Interactividad dentro de la APP



Pulsa para
ver contenido



Pulsa para
volver al menú



Arrastra para
pasar página



Pulsa para
ver vídeo



Pulsa para
detener vídeo

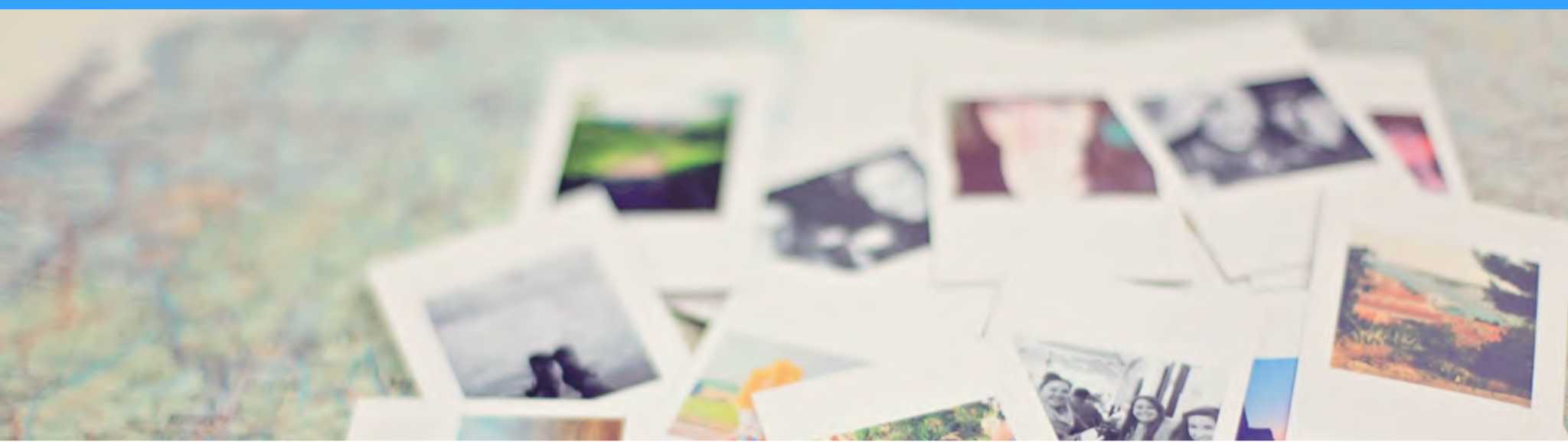


Editorial

ceav
news



Editorial



ceav
news

CEAV ANTE EL CIERRE DE 2025: CONSOLIDACIÓN DEL TRABAJO ESTRATÉGICO Y ASOCIATIVO

2025 ha sido un año marcado por la consolidación del turismo español y por la creciente complejidad del entorno sectorial, que exige a las agencias de viajes más especialización, más capacidad de adaptación y una defensa activa de sus intereses. En este contexto, **CEAV** ha redoblado esfuerzos para acompañar al sector, fortalecer su voz y poner en valor el papel esencial de las agencias como asesoras expertas, generadoras de confianza y motor de competitividad turística.

Entre los hitos que han definido este ejercicio destaca la **8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes**, celebrada en **Jaén**, que situó a España en el epicentro del diálogo global del sector. Junto a ella, el **II Encuentro Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes**, en **Santander**, reforzó la cohesión del movimiento asociativo y el intercambio de estrategias comunes. A ello se sumaron unas **Jornadas Técnicas** especialmente enriquecedoras en Marruecos y la edición más exitosa del **CEAV Protour**, que reunió a cerca de 1.000 agentes en diez ciudades de España y Portugal con más de 50 expositores turísticos.

Un año más, el trabajo formativo de CEAV ha sido uno de sus grandes pilares. **Ciclos especializados**, como *Las mañanas de derecho y turismo*, junto con **webinars sectoriales**, sesiones técnicas y formaciones exclusivas para asociados, han permitido a cientos de profesionales actualizar conocimientos y mantenerse al día en normativa, producto, tecnología y tendencias clave para la competitividad de las agencias.

El **Área Jurídica** ha desarrollado asimismo una labor fundamental, atendiendo más de **500 consultas**, impartiendo formación especializada y realizando un seguimiento exhaustivo de los principales procesos normativos nacionales y europeos. Esta actividad se ha completado con la elaboración de informes y posicionamientos técnicos, así como con la presentación de **55 denuncias por presunto intrusismo profesional**,



Editorial



reforzando la defensa del sector y la seguridad jurídica de nuestras empresas.

Este año también ha puesto en valor el compromiso de nuestras **asociaciones territoriales** y el apoyo constante de nuestros **partners**, cuya participación activa ha sido determinante para impulsar jornadas, acciones comerciales, encuentros profesionales y proyectos estratégicos que fortalecen el tejido empresarial de las agencias de viajes.

Del mismo modo, CEAV ha consolidado un amplio programa de **colaboraciones con destinos internacionales y nacionales**, reforzando la promoción turística y el intercambio profesional. A lo largo del año hemos trabajado estrechamente con **Irlanda, Marruecos, Alemania, Japón y Brasil**, así como con instituciones como la **Junta de Andalucía** y el **Ayuntamiento de Santander**, desarrollando acciones conjuntas que han potenciado la formación, la conectividad, la visibilidad del destino y la generación de oportunidades para las agencias de viajes.

Con la vista puesta en 2026, desde CEAV reafirmamos nuestra voluntad de seguir trabajando con unidad, responsabilidad y visión de futuro. Un nuevo año lleno de desafíos, oportunidades y metas compartidas nos espera.

Desde CEAV, os deseamos un **feliz año nuevo**, cargado de proyectos, crecimiento y éxitos colectivos.





Asesoría jurídica

ceav
news



Asesoría jurídica

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD JURÍDICA DE CEAV EN 2025

Por **Ana Barluenga**,
directora del Área Jurídica de CEAV



A lo largo de 2025 cabe destacar la siguiente actividad del Área Jurídica de CEAV:

- Se han resuelto más de 500 consultas jurídicas de asociados, entre otras, de las siguientes temáticas: normativa de viajes combinados; normativa general de consumidores; licitaciones públicas; acerca del Real Decreto 933/2021 de registro y comunicación de datos de servicios de hospedaje y alquiler de vehículos sin conductor; derechos de los pasajeros; Resoluciones IATA; comercio electrónico...
- Se han realizado tres formaciones jurídicas vía webinar, en el ciclo de formaciones "Las mañanas de derecho y turismo de CEAV":
 - o "Principales cuestiones legales web, comercio electrónico, ventas a distancia y comunicaciones comerciales por vía electrónica." impartido el 19 de febrero de 2025 por la Ana Barluenga, directora del Área Jurídica de CEAV.
 - o "Aspectos básicos del tratamiento en el IVA de las agencias de viaje" impartido el 6 de mayo de 2025 por Isabel López-Bustamente, socia de Impuestos Indirectos de Deloitte y moderado por Ana Barluenga.
 - o "¿Qué debo tener en cuenta para comercializar y organizar viajes combinados?", impartido el 16 de octubre de 2025 por Ana Barluenga.
- Se han elaborado circulares con informes de nuevas normativas, así como informando de las interpretaciones vinculantes del Tribunal de Justicia de la UE en materias que afectan al sector de las agencias de viajes, como los viajes combinados y el transporte aéreo y se han remitido protocolos de actuación ante situaciones como huelgas o desastres naturales en países de destino de viajes.



Asesoría jurídica

RESUMEN DE LA ACTIVIDAD JURÍDICA DE CEAV EN 2025

- Se han elaborado posicionamientos técnico-jurídicos en defensa de los intereses de las agencias de viajes en los siguientes procesos normativos:
 - **A nivel estatal:** respecto del borrador de Orden Ministerial de desarrollo del Real Decreto 933/2021;
 - **A nivel de la UE:** En cuanto al proceso de revisión de la Directiva de Viajes Combinados, así como respecto a la revisión del Reglamento 261/2004 de Derechos de Pasajeros y del Reglamento 2027/97 de responsabilidad de compañías aéreas en caso de accidente y respecto a la propuesta de Directiva de derechos de los pasajeros en viajes multimodales. Se ha participado en reuniones con los principales grupos de eurodiputados con el fin de trasladar los posicionamientos de primera mano.

Además, se elaboró un posicionamiento respecto a la evaluación propuesta por la Comisión Europea del impacto de revisión del Reglamento 1008/2008 sobre normas comunes para la explotación de servicios aéreos en la UE:

- Se ha participado en las reuniones de la Comisión de Turismo de la CEOE.
- Se han presentado 55 denuncias por presunto intrusismo profesional ante las autoridades autonómicas competentes.





Noticias

Noticias

JAÉN, CENTRO MUNDIAL DEL TURISMO: 8ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES



La ciudad de Jaén se convirtió, durante dos intensas jornadas en noviembre, en el punto neurálgico del turismo internacional con la celebración de la **8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes**, un encuentro que reunió a los máximos representantes de asociaciones de los cinco continentes. Organizada por la **Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)** y la **Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Jaén**, junto con la **Junta de Andalucía**, la **Diputación Provincial**, el **Ayuntamiento de Jaén** y la **Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV)**, la cita puso sobre la mesa los grandes retos y oportunidades del sector en un contexto global marcado por la incertidumbre geopolítica, la digitalización acelerada y la necesidad de avanzar hacia un modelo de turismo más responsable y sostenible.

La **inauguración oficial**, celebrada en la noche previa al inicio de las jornadas, estuvo presidida por **Carlos Garrido**, presidente de CEAV; **José Manuel Lastra**, vicepresidente de CEAV; **María Espejo**, primera teniente de alcalde y concejal de Presidencia de Jaén; **Francisco Javier Lozano**, diputado de Promoción y Turismo; y **Juan Manuel Estrella**, delegado del Gobierno de la Junta de Andalucía en Jaén. Sus intervenciones marcaron el tono de una cumbre, que ha reivindicado el papel central de las agencias de viajes en la vertebración del turismo mundial, subrayando su capacidad de asesoramiento, gestión y acompañamiento en tiempos de transformación y complejidad.

Geopolítica y turismo: viajar en un mundo en tensión

La primera jornada arrancó con la presentación de los destinos **Jaén** y **Andalucía**, seguida de una mesa de debate moderada por el periodista internacional **Dave Keating**, centrada en el impacto de la geopolítica en la industria turística. Keating subrayó que, tras episodios como la invasión rusa de Ucrania, la percepción de inseguridad ha escalado entre los viajeros, convirtiéndose en un factor determinante a la hora de seleccionar destinos.

Frank Oostdam, presidente de ECTAA, coincidió en este diagnóstico, aunque introdujo un matiz esperanzador: "A pesar de las complicaciones, el apetito por viajar sigue existiendo. El ser humano tiene memoria corta, y las crisis se olvidan rápido". Esta reflexión marcó una línea común entre los participantes: la resiliencia del viajero y la capacidad del sector para recuperarse incluso en los escenarios más adversos.

Desde **Egipto**, **Muhanad Fleifel**, miembro de la junta de ETAA, describió el fuerte impacto que la guerra en Europa oriental está teniendo sobre un destino históricamente vinculado a los mercados ruso y ucraniano. Por su parte, **Iman Durri**, vicepresidente

Noticias

JAÉN, CENTRO MUNDIAL DEL TURISMO: 8ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES



de ETAA (Etiopía), explicó cómo su país lucha contra una “percepción no real de inseguridad”, y señaló los esfuerzos del Gobierno etíope para incentivar la promoción local a través de influencers y creadores de contenido.

Representando a Indonesia, **Pauline Suharno**, presidenta de ASTINDO, lamentó la reducción del presupuesto público destinado a la promoción del destino. Mientras tanto, **Suzanne Acton-Gervais**, presidenta de ACTA (Canadá), destacó el fenómeno del descenso de los viajes de canadienses a Estados Unidos —un 37% por carretera y un 17% en avión—.

Hacia modelos de remuneración sostenibles: el valor real del agente de viajes

El segundo panel, moderado por **Otto de Vries**, director ejecutivo de WTAAA y CEO de ASATA, abordó uno de los temas más sensibles para el sector: la transición hacia modelos de remuneración que reflejen de forma justa el valor del agente de viajes.

Participaron **Andrew Bowman** (TAANZ), **Eric Drèsin** (ECTAA), **Larry Lo** (SIPA), **Paula Cortés** (ANATO) y **Wendy Paradis** (WTAAA). Todos coincidieron en un

diagnóstico común: **las diferencias culturales y de mercado condicionan profundamente la aceptación de las comisiones y honorarios profesionales.** Mientras que en Estados Unidos y parte de Europa estos modelos están ya consolidados, en América Latina y el sur de Europa persiste cierta resistencia entre los clientes.

Los ponentes reivindicaron el papel del agente como generador de valor añadido: conocimiento experto, gestión integral, acompañamiento, filtro de calidad y seguridad.

Inteligencia Artificial: eficiencia, oportunidad y retos

La tecnología y, en concreto, la **Inteligencia Artificial (IA)** ocuparon un lugar central en la sesión matinal. **Nuria Lloret**, catedrática de la Universitat Politècnica de València y asesora senior en Metric Salad, presentó una panorámica sobre la utilidad de la IA para las agencias de viajes, subrayando la necesidad de trabajar con **datos de calidad** y de reforzar la **ciberseguridad**.

A continuación, intervinieron **Dave Keating**, **Jean-Philippe Monod de Froideville** (Global Travel Tech), **Luis Dupuy** (Amex GBT), **Natalia Rosa** (Big



Noticias

JAÉN, CENTRO MUNDIAL DEL TURISMO: 8ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

Ambitions) y **Verónica de Íscar** (Civitatis). Coincidieron en que la IA generativa debe entenderse como una herramienta que **facilita y potencia**, nunca como sustituta del factor humano.

Destacó la intervención de Natalia Rosa: "No se trata de hacer lo que ya hacemos de forma más barata, sino de hacer las cosas de manera distinta para ver las necesidades de nuestros clientes". Una idea que resonó en todo el auditorio y que marcó el enfoque estratégico de las agencias en un momento de profunda transformación digital.

'Time to Share': un intercambio de experiencias globales

La tarde de la primera jornada estuvo dedicada al panel "**Time to Share**", un espacio de intercambio en el que participaron representantes de **FRONTEX, ABTA, ANRV, GEBTA Spain, IBERIA y ALTA**.

Los temas abordados ilustraron la complejidad del escenario actual:

- los cambios en las normas de viaje a Europa y los sistemas **EES** y **ETIAS**;
- el papel del agente en el turismo sostenible;
- la gestión de riesgos para turoperadores;
- la distribución aérea, el NDC y el contenido para viajes corporativos;
- la alianza estratégica entre turismo y aviación;
- y el refuerzo del sector a través de la **formación**.

Un panel diverso que puso en valor la cooperación internacional como palanca esencial para afrontar los retos emergentes.



Segunda jornada: pagos B2B, evolución de la distribución aérea y sostenibilidad

La jornada final comenzó con un debate moderado por **Christian Möller**, director de Transporte y Distribución de ECTAA, dedicado a los **métodos de pago B2B en el sector turístico**. Entre los ponentes se encontraban **Andrew Bowman** (TAANZ), **Diego Colmenar Ortega** (Mastercard), **Guillermo Correa** (FOLATUR & ACHET), **Miguel Ángel Puertas** (Outpayce) y **Rafael Murillo** (Iberia Cards).

Analizaron ventajas y desventajas de los nuevos sistemas de pago, las oportunidades de las **tarjetas virtuales** y la necesidad de asegurar que las soluciones incorporen las demandas de todos los actores de la cadena de valor.

A continuación, **Karl Julian Hansen-Larramendi**, Product Marketing Manager de Amadeus, presentó una ponencia sobre el estándar tecnológico NDC y la evolución de la comercialización aérea. Hansen-Larramendi contextualizó el desarrollo del NDC, su implantación, los retos para las agencias y el papel de Amadeus en la provisión de soluciones que faciliten la transición.



Noticias

JAÉN, CENTRO MUNDIAL DEL TURISMO: 8ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

Más allá del sobreturismo: el papel clave del asesoramiento

Uno de los debates más esperados fue el panel “**Más allá del sobreturismo**”, moderado por José **Manuel Lastra**, vicepresidente primero de CEAV. Los ponentes —**Abbas Moiz** (TAFI), **Hernán Jackson** (ACAV), **Mark Meader** (ASTA), **Nicanor Sabula** (AESATA y KATA) y **Susan Deer** (ABTA)— abordaron un fenómeno que preocupa en numerosos destinos del mundo: la saturación turística y la turismofobia.

Todos coincidieron en que el problema es real y requiere determinación, planificación y equilibrio. Destacaron el papel del agente de viajes como asesor capaz de orientar al viajero hacia experiencias sostenibles, inmersivas y respetuosas con las comunidades locales. Recalaron además la importancia de la colaboración público-privada para lograr un turismo más armónico y beneficioso para todos.

Diálogo final y conclusiones: una agenda común para el futuro

En el tramo final de la cumbre, **Carlos Garrido** y **José Manuel Lastra** realizaron un resumen de las conclusiones principales y abrieron un espacio de diálogo con los asistentes, fomentando una participación activa y plural.

La clausura oficial corrió a cargo del **alcalde de Jaén, Julio Millán**, el **diputado de Empleo y Empresas, Luis Miguel Carmona**, y el **delegado de Turismo de la Junta de Andalucía, José Ayala**, quienes subrayaron el orgullo de la ciudad y de la provincia por acoger un evento de dimensión global.



Jaén, centro mundial del turismo: un éxito compartido

La 8ª Cumbre Mundial ha sido posible gracias al apoyo institucional de la **Consejería de Turismo, Cultura y Deporte**, la **Diputación Provincial**, el **Ayuntamiento de Jaén** y a los **colaboradores habituales de CEAV: Amadeus, Aon, Caja Rural de Jaén, Civitatis, Iberia, Iberia Cards, LADEVI, Marruecos, Pipeline, Renfe y Turespaña**.

Del mismo modo, ha sido fundamental la implicación de la **Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Jaén** y la **FAAV**.

Durante dos días, Jaén se ha convertido en una auténtica capital mundial del turismo profesional. Una ciudad que ha ejercido de anfitriona con identidad y carácter, consolidando una cumbre que, edición tras edición, confirma su relevancia como espacio de reflexión, diálogo e impulso para las **agencias de viajes**, actores esenciales en la cadena de valor turística.

Noticias

JAÉN, CENTRO MUNDIAL DEL TURISMO: 8ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

DISTINTIVOS TURÍSTICOS DE CEAV

La cena de gala de la cumbre acogió la entrega de los Distintivos Turísticos de CEAV, en un acto que contó con la presencia de autoridades autonómicas, provinciales y municipales, así como representantes del sector turístico.

XIII Distintivo Matilde Torres: Fina Muñoz (IAG7 Viajes)

El Distintivo Turístico “Matilde Torres” fue otorgado a Fina Muñoz, presidenta de IAG7 Viajes, como reconocimiento a su extensa trayectoria en el sector y a su contribución tanto empresarial como asociativa. Su carrera, iniciada en 1977, ha estado marcada por la creación y consolidación de marcas como Viajes Villa de Madrid, IA Viajes y, posteriormente, IAG7 Viajes, además de su participación en grandes proyectos vinculados a contratos públicos y consorcios del sector. El galardón honra la figura de Matilde Torres, referente histórico del asociacionismo en agencias de viajes.



Fina Muñoz

IX Distintivo Vicente Blasco: Turespaña

El Distintivo Turístico “Vicente Blasco”, dirigido a destacar a empresas e instituciones, recayó en Turespaña, que celebra este año su 40º aniversario. El organismo ha sido clave en la proyección internacional de España como destino turístico y en la consolidación de un modelo basado en sostenibilidad, conocimiento y colaboración público-privada. Este distintivo recuerda la figura de Vicente Blasco, presidente de Honor de CEAV.

AGRADECIMIENTO A LOS PATROCINADORES

CEAV también realizó un reconocimiento especial a las entidades que han apoyado la organización de la Cumbre: Amadeus, AON, Caja Rural de Jaén, Civitatis, Iberia, Iberia Cards, LADEVI, Marruecos, Pipeline, Renfe y Turespaña, junto a los colaboradores institucionales: Junta de Andalucía, Diputación de Jaén, Ayuntamiento de Jaén, Federación Andaluza de Agencias de Viajes y Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Jaén.



Recoge el premio Miguel Sanz

Noticias

JORNADAS TÉCNICAS DE CEAV: MOROCCO DESERT DAYS



CEAV celebró en octubre sus Jornadas Técnicas 2025 en diferentes localidades del sur de Marruecos –Erfoud, Errachidia, el desierto de Merzouga y Ouarzazate– gracias al acuerdo de colaboración que mantiene con la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos. Cerca de un centenar de profesionales –agentes de viajes, proveedores turísticos y presidentes de asociaciones– se reunieron en Erfoud, puerta de entrada al desierto, para abordar algunos de los principales retos que afectan hoy al sector.

Debate sobre NDC, pagos virtuales y la futura directiva del IVA

La apertura oficial contó con representantes de la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos en España y de las entidades regionales de Drâa-Tafilalet. Tras el acto inaugural, se celebró un almuerzo de networking que dio paso a una intensa jornada de trabajo.

La primera ponencia, dedicada a NDC: evolución, impacto y visión de futuro, fue impartida por Paloma Sanz de Andino, de Iberia, quien repasó la transformación de los modelos de distribución y la progresiva implantación del estándar NDC en el sector aéreo.

A continuación, Rafael Murillo, Chief Commercial Officer de Iberia Cards, presentó las ventajas de los pagos virtuales B2B Travel, un producto diseñado específicamente para las agencias de viajes que permite optimizar procesos, mejorar la seguridad y agilizar la gestión financiera.

El análisis jurídico llegó de la mano de Isabel López Bustamante, socia de Deloitte, quien expuso los aspectos clave de la futura modificación de la directiva del IVA y los posibles cambios en el Régimen Especial de las Agencias de Viajes (REAV). Entre los puntos destacados figuran la renuncia al régimen, el lugar de imposición, el ámbito de aplicación, el momento del devengo y la preocupación por la posible exclusión de Canarias.

Finalmente, la presidenta de ASEET, Teresa García, mantuvo un diálogo con Sana Kandoussi, delegada regional de la Unión Nacional de Mujeres de Marruecos, centrado en el papel de la mujer en el turismo, la formación y las oportunidades de cooperación entre ambas asociaciones. Antes de concluir la sesión, los asistentes visitaron una muestra de artesanía local.



Noticias

JORNADAS TÉCNICAS DE CEAV: MOROCCO DESERT DAYS



Ruta por el desierto y las Mil Kasbahs

Tras la jornada técnica, el grupo inició un recorrido por algunos de los paisajes más emblemáticos del sur de Marruecos. En Merzouga, disfrutaron de las dunas del Erg Chebbi, de la experiencia en campamentos nómadas y de un paseo en dromedario al atardecer.

El itinerario continuó hacia el oeste, atravesando oasis y valles como el Ziz y el Dadès, y siguiendo la célebre Ruta de las Mil Kasbahs. El recorrido incluyó paradas en el Valle del Todra y concluyó en Ouarzazate, conocida como “la puerta del desierto” y uno de los grandes centros cinematográficos de Marruecos, donde se han rodado producciones como Gladiator, La Momia, Babel o Juego de Tronos.

La visita finalizó en la mítica Kasbah Ait Ben Haddou, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, uno de los conjuntos arquitectónicos más representativos y fotografiados del país.



Noticias

II ENCUENTRO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES EN SANTANDER



CEAV, con la Asociación de Agencias de Viajes de Cantabria (AAVOT), celebró en Santander el II Encuentro Nacional de Asociaciones de Agencias de Viajes, un foro que reúne a asociaciones, redes y grupos comerciales de todo el país con el objetivo de fortalecer la colaboración sectorial y avanzar en la definición de estrategias comunes ante los retos actuales y futuros del turismo.

La jornada comenzó con la apertura oficial del encuentro a cargo de Carlos Garrido, presidente de CEAV. En su intervención, Garrido destacó la importancia de seguir consolidando este espacio de diálogo y cooperación entre las agencias de viajes, subrayando la necesidad de encontrar fórmulas que permitan seguir creciendo al sector.

Por su parte, María Saiz, directora general de Turismo de Cantabria, describió el encuentro como una "oportunidad para tender lazos" y valoró a las agencias de viajes como los actores del sector que "acompañan al cliente, asesoran, generan confianza

e impulsan la demanda". "Una pieza fundamental -ha indicado- para la calidad, la competitividad y la sostenibilidad del turismo de España".

Seguros, aviación e Inteligencia Artificial

La sesión de trabajo se abrió con Enrique Martínez, Head of Sales Retail de Europ Assistance, que analizó el papel del seguro de viaje como elemento clave en la propuesta de valor de la agencia. Martínez indicó que el seguro de viaje tiene una penetración del 60% (20% comercializados a través de agencias de viajes), pero hizo hincapié en la necesidad de analizar si el viajero está correctamente asegurado en función de su perfil y su destino.

Posteriormente, Adolfo García, Head of Trade de Iberia, expuso la relevancia estratégica de la alianza entre el turismo y la aviación para impulsar el

Noticias

II ENCUENTRO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES EN SANTANDER



Gema Igual Ortiz, alcaldesa de Santander junto al presidente de Ceav, Carlos Garrido y el presidente de AAVOT (Asociación de Agencias de Viajes y operadores turísticos de Cantabria) Eduardo García.

crecimiento del sector (el 50% de las ventas de la compañía se hace a través de agencias). García señaló el papel fundamental que tiene la aviación y la conectividad aérea en la cohesión territorial y el crecimiento del turismo, y enumeró los principales retos a los que se enfrenta: escasez de profesionales, la digitalización responsable y la sostenibilidad más allá del impacto ambiental. Para afrontar este reto, García hizo referencia al llamado Plan de vuelo 2030, en el que la Iberia invertirá 6.000 millones de euros

La sesión continuó con la intervención de Aníbal de la Fuente, socio fundador de Planilandia Agencia Creativa, que abordó el presente y el futuro de la aplicación de la inteligencia artificial en las agencias de viajes. De la Fuente hizo referencia a que el 46% de agencias de viajes usan herramientas de IA, pero la mayoría lo hace solo de forma experimental y sin una estrategia definida. Tan solo el 4% aprovecha plenamente la IA, y estas agencias han logrado aumentar su efectividad más del 50%. Para De la Fuente, que habló de qué depara el futuro con la IA, "la diferencia no está en usar la IA, sino en integrarla".

Nuevos métodos de pago y turismo social

El programa incluyó también dos mesas redondas. La primera, centrada en los nuevos métodos de pago, estuvo moderada por Eduardo García, presidente de AAVOT, y ha contado con la participación de Rafael Murillo (Iberia Cards) y Sebastian Calò (Revolut), quienes analizaron la evolución de las soluciones de pago y su impacto en las operaciones de las agencias. La innovación, la seguridad en el fraude, la automatización, los programas de fidelización y las tarjetas virtuales fueron las cuestiones abordadas.

La segunda mesa trató los retos del turismo social y estuvo moderada por José Manuel Lastra, vicepresidente primero ejecutivo de CEAV. En ella intervinieron Sara Fernández (Grupo GEA), Irene Ravelo (ACAVyT) y Juan Antonio Rivadulla (AGAVI), quienes reflexionaron sobre el papel de las agencias en este ámbito y las oportunidades que presenta para el sector.



Noticias

II ENCUENTRO NACIONAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES EN SANTANDER



Los participantes analizaron si los diversos programas de turismo social existentes están bien enfocados, la aceptación que tienen y la necesidad de evolución del modelo. Todos se mostraron de acuerdo en que la remuneración de las agencias de viajes por su comercialización es insuficiente y que debería ser acorde con el trabajo que las agencias realizan para poder ofrecer un servicio de calidad.

La sesión concluyó con un espacio de debate y puesta en común en el que los asistentes compartieron inquietudes, experiencias y propuestas para continuar reforzando la unidad sectorial.

Al día siguiente, los participantes realizaron una visita a la conservera de anchoas Codesa y a la Bodega Hortanza, actividades orientadas a poner en valor la oferta turística y gastronómica de Cantabria.

Con la organización de este segundo encuentro, CEAV y AAVOT han contado con la colaboración de Santander Convention Bureau, el Ayuntamiento de Santander, el Gobierno de Cantabria, Planilandia, Iberia e Iberia Cards.





Noticias

CEAV PROTOUR 2025 CIERRA EN MÁLAGA UN AÑO DE RÉCORD CON 1.000 AGENTES DE VIAJES

ceav
protour

2025



siendo Destino del Año con CEAV, así como por la incorporación de Alemania y Andalucía como destinos Premium europeo y nacional, respectivamente.

Últimas paradas: Sevilla y Málaga

En Sevilla, cerca de un centenar de agencias se reunieron con más de 40 expositores en un acto que contó con la presencia de Antonio Castaño, gerente de Turismo de la ciudad.

La última cita tuvo lugar en Málaga, donde otras 100 agencias participaron en un encuentro con una sólida representación institucional encabezada por Jonathan Gómez Punzón, director general de

Turismo y Promoción de la Ciudad. Durante la sesión, los asistentes pudieron conocer además la presentación de Fez, uno de los destinos más demandados de Marruecos.

El acto de cierre reunió también al vicepresidente primero de CEAV, José Manuel Lastra, y al presidente de AEDAV, Sergio García.

CEAV puso el broche final a su gira CEAV Protour 2025 con dos workshops celebrados en Sevilla y Málaga en octubre, encuentros que reunieron a un total de 300 profesionales turísticos y que contaron con la colaboración de la Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV), la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla (AEVISE), la Asociación de Agencias de Viajes de Andalucía (AEDAV) y el Ayuntamiento de Málaga.

Una gira que conecta al sector en diez destinos

A lo largo de 2025, el CEAV Protour ha recorrido nueve ciudades españolas y una portuguesa, consolidándose como una de las iniciativas de networking más relevantes del sector. En total, la gira ha reunido a cerca de 1.000 agentes de viajes y a más de 200 profesionales turísticos, y ha ofrecido una plataforma de visibilidad a más de 50 expositores, entre destinos, aerolíneas, cadenas hoteleras, empresas tecnológicas y turoperadores.

El programa de este año ha destacado especialmente por la presencia de Marruecos, que ha continuado

Un año de impulso para las agencias de viajes

El CEAV Protour 2025 ha puesto de manifiesto el compromiso de CEAV con la promoción turística, la prescripción de destinos y la generación de espacios de intercambio profesional que fortalecen al conjunto del sector. El tour reafirma la relevancia de las agencias como motor para la distribución turística, la innovación y la creación de negocio de calidad.

Con el cierre de esta edición, CEAV ya trabaja en las próximas convocatorias y anima a todos los profesionales a participar en la próxima gira.

¡Os esperamos en el CEAV Protour 2026!



Noticias

CEAV Y ONAT LANZAN UNA CAMPAÑA NAVIDEÑA PARA PROMOCIONAR LOS MERCADILLOS DE ALEMANIA



CEAV y la Oficina Nacional Alemana de Turismo (ONAT) han puesto en marcha una campaña exclusiva para agencias de viajes centrada en la promoción de los Mercadillos Navideños de Alemania, uno de los productos estrella del invierno europeo. La iniciativa combina formación, materiales de apoyo e incentivos comerciales, y se desarrolla del 8 de octubre al 30 de diciembre de 2025.

La acción incluye una plataforma web específica —navidadenalemania.com— donde las agencias pueden acceder a información turística de los principales mercadillos, documentación práctica para diseñar paquetes a medida y un área privada para reportar ventas y solicitar materiales de PLV. Más de 80 agencias participaron en un webinar formativo en el que se explicó el funcionamiento de la campaña.

Entre los incentivos destaca un programa de premios: las agencias que registren un mayor volumen de ventas de vuelos y hoteles podrán optar a un viaje para dos personas a Alemania.

Esta iniciativa se enmarca en la colaboración continua entre CEAV y ONAT, gracias a la cual Alemania es también destino europeo del año con CEAV. Ambas entidades buscan reforzar el papel de las agencias como prescriptoras, ofrecer nuevas oportunidades de negocio y potenciar la competitividad del canal. Según datos del Instituto Federal Alemán de Estadística, las pernoctaciones desde España en Alemania alcanzaron 1.455.697 hasta julio, un +0,5 % más que en el mismo periodo del año anterior.



Noticias en breve

MARRUECOS CHALLENGE AGENCY: NUEVO CONCURSO PARA AGENCIAS



CEAV y la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos (ONMT) han lanzado el Marruecos Challenge Agency, una iniciativa vinculada a la Copa Africana de Fútbol y dirigida exclusivamente a agencias de viajes. La campaña ofrece acceso a información actualizada sobre el evento, materiales formativos y oportunidades para conocer el potencial turístico del destino. Las agencias participantes podrán optar a un viaje a Marruecos, premio reservado para quienes demuestren mayor conocimiento y actividad en la plataforma.

EVA BLASCO, NUEVA PRESIDENTA DE WTAAA



La World Travel Agents Associations Alliance (WTAAA) ha nombrado a Eva Blasco, vicepresidenta de Relaciones Internacionales de CEAV y CEO de Europa Travel, como nueva chairwoman de la alianza durante su Asamblea General celebrada en Jaén, tras la 8ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes.

El nombramiento supone un reconocimiento al liderazgo internacional de CEAV y fortalece la representación española en los foros globales del sector. WTAAA agrupa a asociaciones de 59 países que canalizan más del 70% de las ventas aéreas a nivel mundial. Con sede en Bruselas, actúa como portavoz internacional del agente de viajes ante organismos, gobiernos y proveedores turísticos.

Blasco cuenta con una sólida trayectoria asociativa y sectorial, habiendo ocupado cargos en CEAV, ECTAA, CEV Valencia y APJC España. Su elección refuerza el papel de CEAV en la cooperación global y en la defensa de un mercado justo y competitivo para las agencias de viajes.

Noticias en breve

CEAV TRASLADA SU POSICIÓN AL CONSEJO DE LA UE

El vicepresidente primero de CEAV, José Manuel Lastra, y la directora del Área Jurídica, Ana Barluenga, se reunieron recientemente con los representantes españoles del Consejo de la Unión Europea para exponer el posicionamiento de la Confederación ante la revisión de la Directiva de Viajes Combinados.

CEAV reiteró sus peticiones clave, entre ellas mayor seguridad jurídica en las definiciones, la eliminación de listados cerrados de “circunstancias extraordinarias

e inevitables”, la oposición a posibles limitaciones de prepagos, la no ampliación de causas de resolución del contrato por parte del viajero y la flexibilización del plazo de reembolso cuando los proveedores no hayan reintegrado todavía los importes.

El Consejo mostró buena disposición para seguir estudiando las propuestas, mientras CEAV continuará realizando acciones de lobby ante Consejo y Parlamento para defender los intereses de las agencias.

CEAV REFUERZA SU APUESTA POR LA FORMACIÓN CON NUEVOS WEBINARS EN EL ÚLTIMO TRIMESTRE DEL AÑO



La **formación continua** es uno de los pilares estratégicos de CEAV, una herramienta esencial para fortalecer la profesionalización del sector y dotar a las agencias de viajes de nuevas competencias, recursos y conocimientos. En este compromiso permanente, CEAV desarrolla cada trimestre un programa de **webinars especializados** que abordan tendencias clave, aspectos jurídicos, productos turísticos y herramientas tecnológicas.

Además, **muchos de estos webinars son de acceso exclusivo para las agencias asociadas**, ofreciendo un valor añadido a quienes forman parte de la confederación y reforzando su papel como espacio de referencia para el aprendizaje y la actualización profesional.

A continuación, se recogen los **webinars organizados por CEAV en el último trimestre**:

Arte, turismo activo y gastronomía en Flandes

Mundicolor: viajes del Inmerso a las islas

Descubre toda la luz y la magia de los Mercadillos Navideños en Alemania

CEAV y Marruecos con motivo de la Copa de Fútbol de África

Mañanas de derecho y turismo: ¿Qué debo tener en cuenta para comercializar y organizar viajes combinados?

VeriFactu end-to-end: cumplimiento automático y control total

Presentación del destino Hokkaido y novedades del turismo hacia Japón

Sostenibilidad en la agencia de viajes: del papel al plan de acción



Entrevista a Miguel Henales



Entrevista a

MIGUEL HENALES

CHIEF COMMERCIAL OFFICER DE VUELING

1 ¿Cuál es la situación actual de Vueling? ¿Podrías hacernos una radiografía?

Vueling es una aerolínea de corto y medio radio líder en la conectividad en el mercado doméstico, donde traslada a 1 de cada 3 pasajeros. Precisamente, este invierno tenemos una oferta de 15 millones de asientos con origen o destino en España. Además, superamos los 10 millones de asientos en Barcelona, el mayor programa de invierno de Vueling en El Prat.

Tenemos una fuerte presencia en las conexiones entre la península y las islas Canarias y Baleares durante todo el año. Esto hace posible que tengamos una oferta que incluye a todos los clientes sea cual sea el motivo de su viaje: clientes corporativos, grupos o familias. Este invierno hemos consolidado nuestro liderazgo en las conexiones entre la Península y las Islas Canarias y Baleares, así como en otros aeropuertos clave como Bilbao o Santiago.

Además, desde Vueling buscamos tener una red de rutas atractivas. Por ejemplo, este invierno hemos lanzado rutas desde Barcelona a Ljubljana, Estrasburgo, Agadir y la conexión entre Alicante y Santander. Hemos extendido también todo el invierno los vuelos a Tirana, Esauira y Córdoba; y hemos recuperado las conexiones entre Barcelona y Valladolid, y la ruta a Zúrich desde Málaga y Santiago.

Gracias a nuestros acuerdos con otras aerolíneas de todo el mundo somos capaces de potenciar la conectividad del territorio también con el largo radio. Nuestra presencia en Barcelona, el hub principal de Vueling y donde tenemos una cuota de mercado del 40 % junto con el liderazgo en la conectividad dentro del país, hace que seamos clave en la conectividad de España con Europa y el mundo.



2 ¿Cuál es la estrategia comercial de Vueling a medio plazo? ¿Qué objetivos tenéis?

Vueling es una aerolínea para todos y la personalización nos permite que cada cliente pueda adaptar su experiencia de viaje. A través de nuestra oferta de rutas atractivas, con altas frecuencias, conseguimos diseñar una propuesta diferente para responder a las necesidades de nuestros clientes.

Estamos centrados en reforzar nuestra operativa en España y en los principales corredores y, por ello, hemos incrementado un 15% los asientos ofertados desde España este invierno, tanto a destinos nacionales como internacionales. Nuestra apuesta por las islas es clave, no sólo en verano, sino durante todo el año para garantizar la conectividad también para los residentes, para los que las conexiones aéreas son claves para su movilidad. Este invierno hemos incrementado un 6% el número de asientos entre Canarias y la Península y un 5% en las conexiones a Baleares.



Entrevista a

MIGUEL HENALES

CHIEF COMMERCIAL OFFICER DE VUELING

Y, por supuesto, para nosotros lo más importante es que nuestra operativa cumpla con las expectativas de puntualidad y servicio de nuestros clientes. Cerramos 2024 siendo la segunda low-cost más puntual de Europa, con un índice del 81,2% en nuestros más de 223.000 vuelos operados. Hemos cerrado el verano con el mejor índice de satisfacción de nuestra historia en este periodo incrementando 7,7 puntos nuestro NPS si lo comparamos con el tercer trimestre de 2024. Para lograr estos índices, llevamos a cabo distintas iniciativas que buscan mejorar la atención y experiencia de nuestros clientes y que son posibles gracias al programa de transformación de Vueling.

3 ¿Podemos adelantar alguna novedad de cara al año que viene?

Desde Vueling seguimos trabajando en ofrecer una propuesta comercial atractiva para todos nuestros clientes, basada en la digitalización y la personalización de los servicios en todos nuestros canales. Implementamos constantemente herramientas para la mejora de la distribución a través de todos nuestros partners que, a su vez, nos ayudan a mejorar la experiencia de nuestros clientes. También trabajamos para potenciar nuestra propuesta de valor para los clientes frecuentes a través de nuestro programa de fidelidad Vueling Club, entre otras iniciativas.

En los próximos meses, incorporaremos nuevas herramientas que permitirán a las agencias gestionar cambios de vuelo de forma más ágil y sencilla dentro del mismo sistema de reservas.

También estamos mejorando los procesos relacionados con la emisión de billetes en nuestros canales indirectos, como la web de agencias y los sistemas globales de distribución.

Además, este invierno hemos estrenado nuevas rutas desde Barcelona a Agadir (Marruecos), Liubliana (Eslovenia) y Estrasburgo (Francia). Hemos extendido durante toda la temporada de invierno las conexiones con Tirana (Albania), Esauira (Marruecos) y Córdoba. También hemos recuperado la conexión con Zurich desde Málaga y Santiago; y hemos lanzado la ruta Santander-Alicante.

Para el próximo verano ya podemos anticipar que sumaremos la conexión entre Sevilla y Londres-Heathrow y en las próximas semanas iremos incorporando a nuestro programa todas las novedades.

4 ¿Qué representa el canal de las agencias de viajes para Vueling?

En Vueling seguimos reforzando nuestra relación con las agencias de viajes. Son un aliado muy importante en nuestra cadena de valor, y este año estamos implementando mejoras clave para facilitar su trabajo y optimizar el acceso a nuestra oferta.

Además, junto a nuestros avances tecnológicos en los canales indirectos, nuestro compromiso es el equilibrio entre la calidad de la experiencia de nuestros clientes, la alta conectividad



Entrevista a

MIGUEL HENALES

CHIEF COMMERCIAL OFFICER DE VUELING



con nuestra red de rutas y nuestra eficiencia operativa.

Desde Vueling continuaremos analizando el mercado y las necesidades de nuestros partners para seguir ofreciendo soluciones eficientes y adaptadas a cada tipo de cliente.

5 El pasado mes de marzo, Vueling implementó una serie de mejoras para las agencias de viajes. ¿Cuáles son y con qué objetivos?

Una de las principales novedades es la integración de nuestras tarifas personalizadas en NDC, alineándolas con los productos disponibles en nuestra web para agencias. Además, estamos trabajando en la mejora y optimización de nuestros canales de venta, por

ejemplo, la recién actualización de las tarifas disponibles a través de GDS.

Recientemente anunciamos también la nueva tarifa Fly Pro, especialmente diseñada para los clientes que viajan por negocios y sólo disponible para agencias. Con esto nos adaptamos más a las necesidades de este tipo de pasajeros, que normalmente necesitan más flexibilidad, agilidad y servicios diferenciales.

Además, este año también hemos eliminado el fee de distribución asociado a las reservas de NDC.

Y para ofrecer un servicio personalizado a las agencias de viajes, estamos centrados en la mejora de nuestros canales de atención específicos. Por ejemplo, hemos puesto a su disposición un nuevo número de atención personalizado gratuito, mejorando así nuestro soporte y comunicación.



Las asociaciones nos informan

ceav
news



Las asociaciones nos informan





Las asociaciones nos informan

FAAV REFUERZA SU PRESENCIA SECTORIAL CON ACCIONES EN ANDALUCÍA Y MELILLA Y ANUNCIA LOS PREMIOS ANDALUCES DE AGENCIAS DE VIAJES



La Federación Andaluza de Agencias de Viajes (FAAV) ha cerrado un trimestre especialmente activo, marcado por iniciativas de promoción, cooperación institucional y reconocimiento al trabajo de las agencias. Tres acciones clave han protagonizado este periodo: el Roadshow FAAV 2025, una misión profesional en Melilla y el anuncio de los IV Premios Andaluces de Agencias de Viajes.

El Roadshow FAAV 2025, celebrado en Sevilla y Málaga, reunió a 190 agentes de viajes en dos sesiones centradas en la presentación de Marruecos como Destino Favorito FAAV 2025, en colaboración con la Oficina Nacional Marroquí de Turismo (ONMT). Los encuentros, apoyados por Aon, Iryo e Iberia Cards como partners, combinaron presentaciones de destino, actualización de producto y espacios de networking, y contaron con una notable participación de empresas del sector. La Federación destacó el valor del evento para impulsar la proyección internacional y generar nuevas oportunidades para las agencias andaluzas.

En paralelo, la FAAV llevó a cabo una acción profesional en la Ciudad Autónoma de Melilla, organizada junto a la Confederación de Empresarios de Melilla y el Patronato de Turismo, con el objetivo de reforzar la promoción del destino en el mercado andaluz. Durante dos jornadas, los representantes provinciales de la

Federación conocieron de primera mano el patrimonio, la oferta cultural y los productos turísticos de la ciudad, además de mantener encuentros institucionales y participar en el V Foro de Turismo de Melilla, centrado en sostenibilidad e innovación. La iniciativa reforzó la cooperación turística entre ambos territorios y abrió nuevas líneas de colaboración empresarial.

Finalmente, la FAAV anunció el fallo de los IV Premios Andaluces de Agencias de Viajes, entregados el 20 de noviembre en Córdoba. Los galardones reconocen a empresas, instituciones y profesionales por su trayectoria, innovación y contribución al sector. Entre los premiados figuran Viajes Aquasur, Oleoticket, Luxotour y el CIET de Los Pedroches, además del programa Gente Viajera Andalucía (Onda Cero), distinguido con una Mención Especial. La Federación ha otorgado también un reconocimiento a Marruecos como Destino Internacional del Año, en atención a su estrecha colaboración y al impulso conjunto de iniciativas de promoción turística.

Con estas acciones, la FAAV reafirma su compromiso con la profesionalización del canal, la colaboración institucional y la defensa de las agencias de viajes legalmente constituidas, consolidando su papel como motor de desarrollo, calidad y confianza en el turismo andaluz.



Las asociaciones nos informan

AVIBA DINAMIZA EL TURISMO BALEAR CON ENCUENTROS CLAVE Y NUEVAS COLABORACIONES

AVIBA ha vivido un trimestre marcado por el entusiasmo, la colaboración y la firme voluntad de seguir impulsando el turismo de las Illes Balears. Dos encuentros recientes han puesto de manifiesto el dinamismo y la implicación del sector en el desarrollo de nuevas oportunidades y alianzas estratégicas.

Por un lado, el VI Workshop de AVIBA ha reunido a más de 150 agentes de viajes y más de 40 marcas nacionales e internacionales en una jornada que ya se ha consolidado como una cita imprescindible para el sector turístico balear. El evento, celebrado en un ambiente de cooperación y entusiasmo, se ha convertido en un espacio de networking, formación y crecimiento personal. Durante la jornada, proveedores y agencias compartieron experiencias, tendencias y estrategias comerciales, reforzando la cercanía entre los equipos comerciales y fomentando un intercambio directo y constructivo.

Asimismo, AVIBA ha acompañado la presentación de la nueva colaboración entre Skiserveis y Baleària,

un acuerdo que refuerza la conexión entre las Illes Balears y Andorra. Este encuentro, concebido como una celebración del trabajo conjunto entre destinos turísticos complementarios, subraya la importancia de las alianzas que impulsan la conectividad y diversifican la oferta del sector. Desde la asociación se ha puesto en valor este tipo de sinergias que fortalecen el tejido turístico y abren nuevas oportunidades de negocio para las agencias de viajes.

Con estos encuentros, AVIBA continúa consolidándose como un referente en la dinamización del sector en las Illes Balears, generando espacios de diálogo y cooperación que contribuyen al crecimiento sostenible del turismo balear.

Además, la asociación ha estado presente en la Convención Anual de Viajes de ABTA, reafirmando su compromiso con la participación activa en foros internacionales y con la búsqueda constante de nuevas perspectivas y alianzas que enriquezcan el panorama turístico de las islas.





Las asociaciones nos informan

ACAVYT Y LA BUENA HUELLA SE ALÍAN PARA IMPULSAR EL TURISMO REGENERATIVO Y CARBONO CERO EN CANARIAS

La Asociación Canaria de Agencias de Viaje y Turoperadores (ACAVyT) y La Buena Huella han firmado un acuerdo estratégico para acelerar la transición del sector turístico canario hacia un modelo sostenible, regenerativo y alineado con la Agenda 2030.

El acuerdo reconoce a La Buena Huella como proveedor consultor preferente de ACAVyT y ofrece a las agencias asociadas beneficios exclusivos, entre ellos un 10% de descuento en servicios, acceso prioritario a proyectos de reducción de huella de carbono y campañas conjuntas con talleres, diagnósticos y asesoramiento personalizado. En materia de formación, La Buena Huella participará como ponente y mentor en las actividades formativas de ACAVyT, además de ofrecer apoyo técnico en ferias, eventos y sesiones exprés adaptadas a las necesidades de cada agencia.

El convenio incorpora también un servicio de identificación y gestión gratuita de subvenciones públicas, que podrán financiar hasta el 100% de los proyectos de sostenibilidad desarrollados por las agencias.

Otro de los ejes es la promoción de la herramienta pública "Viaje a la Descarbonización", del Gobierno de Canarias, que permite medir y reducir emisiones mediante calculadora de CO₂, autodiagnóstico y recomendaciones personalizadas. La Buena Huella orientará a las agencias en su implantación.

Con esta alianza, ACAVyT y La Buena Huella refuerzan el liderazgo de Canarias como destino carbono cero y consolidan un modelo turístico más competitivo y responsable.





Las asociaciones nos informan

AEVAV IMPULSA UN TRIMESTRE DE FORMACIÓN Y PROMOCIÓN CON FUERTE PARTICIPACIÓN DEL SECTOR

La Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viaje (AEVAV) ha culminado un periodo especialmente activo, marcado por la combinación de acciones formativas clave y nuevas iniciativas de promoción turística, consolidando su compromiso con la profesionalización del sector y la proyección de la Comunitat Valenciana en mercados estratégicos.

FORMACIÓN EN VERIFACTU E INTRUSISMO PROFESIONAL

Ante la próxima implantación en 2026 del sistema Verifactu de la Agencia Tributaria, AEVAV ha organizado tres jornadas formativas destinadas a preparar a sus asociados para la adaptación al nuevo modelo de facturación verificable. Impartidas por el fiscalista Francesc Guim, las sesiones contaron además con la participación de los partners tecnológicos Activex Soft y Pipeline Software, que mostraron soluciones homologadas para garantizar la trazabilidad y la integridad de los registros electrónicos.

La actividad se completó con una charla impartida por el abogado de la asociación sobre intrusismo profesional, un ámbito en el que AEVAV cuenta con una larga experiencia tanto en la denuncia de prácticas irregulares como en la labor pedagógica. La jornada abordó cómo identificar casos de intrusismo, cómo actuar frente a ellos y qué acciones legales está impulsando la entidad para proteger los derechos de las agencias legalmente constituidas.

PROMOCIÓN DE LA COMUNITAT VALENCIANA EN ZARAGOZA, TARRAGONA Y MURCIA

En paralelo, AEVAV ha cerrado con éxito un nuevo ciclo de acciones promocionales junto a Turisme Comunitat Valenciana, que complementan su tradicional workshop anual en las tres capitales valencianas. Este es ya el tercer año en el que la asociación retoma estas jornadas en comunidades limítrofes, que en esta edición han tenido lugar en Zaragoza, Tarragona y Murcia, con una creciente respuesta por parte de las agencias asistentes.

La Junta Directiva ha destacado el aumento del interés profesional y el valor de estas acciones para posicionar la oferta turística valenciana. En Murcia, además, la jornada contó con la participación del alumnado de los ciclos formativos de agencias de viajes, gestión de eventos y alojamientos turísticos del IES La Flota, que tuvo la oportunidad de recibir orientación directa de proveedores y representantes de la Asociación, enriqueciendo su formación y su visión del sector.

Con esta combinación de formación especializada y promoción activa, AEVAV reafirma su papel como motor de dinamización turística y como referente en la defensa, representación y capacitación de las agencias de viajes de la Comunitat Valenciana.





Las asociaciones nos informan

MAR RODRÍGUEZ, NUEVA PRESIDENTA DE AGAVI

La Asociación Galega de Agencias de Viaxes (AGAVI) ha elegido a Mar Rodríguez como nueva presidenta de la entidad, marcando el inicio de una etapa en la que la asociación refuerza su compromiso con la defensa del sector y el impulso de la actividad empresarial en Galicia.

Rodríguez, profesional con amplia trayectoria en el ámbito de las agencias de viajes y vinculada históricamente al asociacionismo turístico gallego, asume la presidencia con el objetivo de fortalecer la representatividad de AGAVI, consolidar su papel como interlocutor sectorial y dar continuidad a las líneas estratégicas que han guiado la actividad de la asociación en los últimos años.

La nueva presidenta se ha mostrado decidida a profundizar en áreas clave para el colectivo, como la promoción del turismo gallego, la profesionalización continua, la cooperación institucional y el apoyo operativo a las agencias en un contexto de transformación y nuevas exigencias del mercado.





Las asociaciones nos informan

VIAJES TRIANA CELEBRA SU 35º ANIVERSARIO

La sevillana Viajes Triana, miembro de AEVISE, celebró en octubre su 35º aniversario en un año especialmente significativo para la compañía, que prevé cerrar con una facturación cercana a los 30 millones de euros. La empresa, dirigida por José Manuel Lastra, CEO de Viajes Triana y vicepresidente primero de CEAV, se ha consolidado como una de las agencias más sólidas y reconocidas de Andalucía gracias a su apuesta por la especialización, la diversificación y un servicio al cliente basado en la proximidad y la confianza.

En este ejercicio, Viajes Triana ha reforzado su estrategia con el lanzamiento de una nueva marca orientada al turismo premium y los viajes a medida, que ha inaugurado su primera oficina en el centro de Sevilla. Este proyecto complementa la estructura

operativa de la compañía, que cuenta con ocho centros en Sevilla y Badajoz y cinco oficinas de atención al público, además de su colaboración con el turoperador Puente Club, especializado en circuitos.

La celebración del 35º aniversario tuvo lugar en la emblemática Casa Pilatos y reunió a cerca de 250 personas, entre representantes institucionales, proveedores, colaboradores, miembros del sector turístico y el equipo de la empresa, integrado por más de 80 profesionales. Entre los asistentes se encontraban Francisco Toscano Rodero, subdelegado del Gobierno en Sevilla; Carmen Ortiz, delegada territorial de Cultura, Turismo y Deporte; Antonio Castaño, director general de Contursa; Miguel Rus, presidente de la CES; y Mercedes Tejero, gerente de CEAV.





Las asociaciones nos informan

EXPERIENCIA Y JUVENTUD, IMPRESINDIBLES PARA EL FUTURO DEL SECTOR

Por José Manuel Lastra

vicepresidente primero ejecutivo de CEAV

Nuestra empresa ha cumplido 35 años. Hemos tenido el placer de celebrarlo junto a amigos y colaboradores y, especialmente, con todo el equipo que la compone y que forma (formamos) una gran familia.

Echo la vista atrás y veo a tres jóvenes veinteañeros, llenos de ilusión y ganas por emprender un camino que les permitiera desarrollarse profesionalmente haciendo aquello que más les gustaba: organizar viajes. Eran unos tiempos muy diferentes a los actuales. Los billetes aéreos se emitían a mano, los de tren había que ir a buscarlos a unas oficinas que posteriormente llegamos a conocer muy de cerca, al ser actualmente sede de una de nuestras principales delegaciones. Y si bien es cierto que ya empezaban a utilizarse ordenadores y sistemas globales de distribución, estos no abundaban, de tal manera que el que había tenía que ser compartido por varias personas. Por lo que nos veíamos obligados a recurrir a unos libracos con títulos en acrónimo en los que cotejábamos las millas que había de un destino a otro para calcular una tarifa, amén de leer (en inglés) las "rules" que te decían si dicha tarifa permitía o no un "stopover", si era necesario pasar el "weekend" en destino o si se podía poner un "sticker" en caso de cambio, o si admitía el sistema "PTA" a través de un "MCO".

Otros tiempos. Y éramos jóvenes, muy jóvenes. Y sí, pertenecemos a la generación de los "baby boomers" (alguno incluso es de la X), pero si lo ponemos en relación a aquellos años de 1989 y 1990, cuando empezamos el proyecto, seríamos entonces "millenials" y/o "generación Z". Lo dicho, muy jóvenes.

Ahora, en este bendito sector nuestro -incluso en la industria en general- escucho recurrentemente que tenemos un déficit importante de nuevos profesionales, que nos cuesta mucho atraer, e incluso retener, talento. Que los jóvenes ya no se implican tanto como los de antes (¡ay! esa dichosa costumbre que tenemos históricamente de denostar a la juventud actual, y da igual cuándo sea la actualidad en cuestión). Sin querer desmontar la teoría de la escasez de talento, quiero decir que a mi



empresa, la que me honro dirigir y que monté siendo un chaval de 23 años junto a mi hermano y mi primo, han llegado en los últimos tiempos varias personas con edades parecidas a las que nosotros teníamos cuando iniciamos el proyecto. Y no podemos estar más satisfechos con ellos y ellas. Personas jóvenes, cualificadas, comprometidas, amantes de su trabajo, con espíritu de superación y muchas ganas de aprender y progresar.

Me atrevo a decirlo en este foro para reconocer la valía de esa juventud que es nuestro futuro. El futuro de un sector, el de las agencias de viajes, que está en un gran momento. Un sector que no deja de crecer en facturación y en generación de empleo. Un sector que necesita de esa juventud para seguir evolucionando y progresando. Un sector al cual esa juventud le aportará todo lo necesario para ser actor principal dentro de una industria, la turística, que es referente en cuanto a crecimiento se refiere en el ámbito de la economía internacional. Esa juventud rebotante de talento, unida a la experiencia y profesionalidad que también atesoran miles de agentes de viajes de nuestro país, nos auguran los éxitos que seguro tendremos en el futuro.



Las asociaciones nos informan

AAVOT CANTABRIA

INTELIGENCIA ARTIFICIAL: JORNADA FORMATIVA CON EL EXPERTO ENRIQUE SAN JUAN

El pasado 13 de noviembre, la Asociación de Agencias de Viaje de Cantabria (AAVOT) celebró en el Hotel Santemar de Santander una jornada dedicada a la Inteligencia Artificial aplicada al sector turístico, una cita que reunió a profesionales de agencias, estudiantes y emprendedores interesados en conocer las nuevas herramientas tecnológicas que están transformando la forma de trabajar en el sector.

La sesión estuvo dirigida por Enrique San Juan, reconocido formador y divulgador especializado en comunicación digital e inteligencia artificial, quien ofreció una ponencia práctica, inspiradora y muy participativa.

Bajo el título "IA: cómo aprovechar la inteligencia artificial en el día a día de las agencias de viaje", San Juan mostró ejemplos reales de uso, herramientas accesibles y estrategias para integrar estas tecnologías de forma eficaz y responsable.

Durante la jornada se abordaron temas como la automatización de procesos, la creación de contenidos personalizados, la atención al cliente asistida por IA y las nuevas oportunidades de negocio que surgen a partir del análisis inteligente de datos. Los asistentes pudieron comprobar de primera mano cómo la IA

puede ayudar a mejorar la productividad, optimizar tiempos y potenciar la creatividad dentro de las agencias.

El encuentro destacó también por su ambiente dinámico y colaborativo. Las más de treinta personas participantes -entre profesionales del sector y estudiantes de turismo- compartieron ideas, debatieron sobre el futuro de la profesión y coincidieron en la necesidad de mantenerse en constante actualización tecnológica.

La jornada concluyó con un coloquio que reflejó el entusiasmo de todos los asistentes. Desde AAVOT se destacó la importancia de seguir impulsando este tipo de actividades formativas, que acercan la innovación al sector y preparan a las agencias para los retos del futuro.

"La inteligencia artificial no sustituye al agente de viajes, pero sí multiplica su capacidad", subrayó Enrique San Juan al cierre de su intervención.

Una iniciativa que refuerza el compromiso de AAVOT Cantabria con la formación y la innovación, pilares esenciales para un sector turístico en plena evolución.





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

PLATINO

amadeus

IBERIA

Mundiplan

renfe

TURISMO SOCIAL
WWW.TURISMO SOCIAL.COM

ORO

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

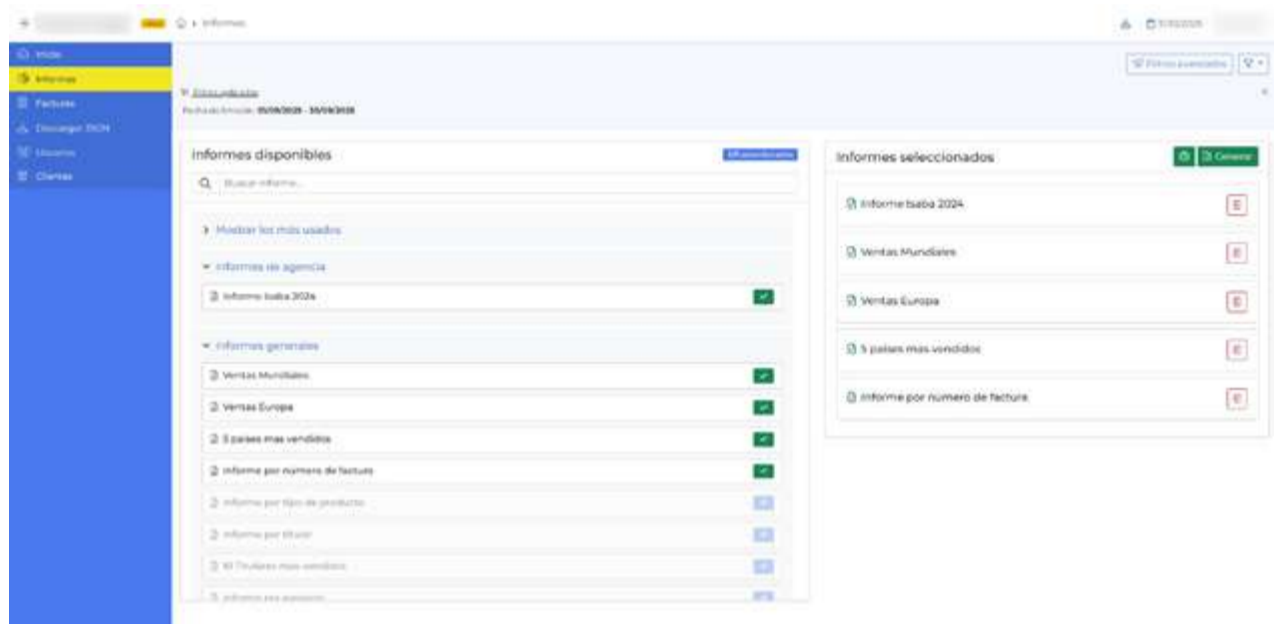


PIPELINE SOFTWARE

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 - Pérdidas 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.**

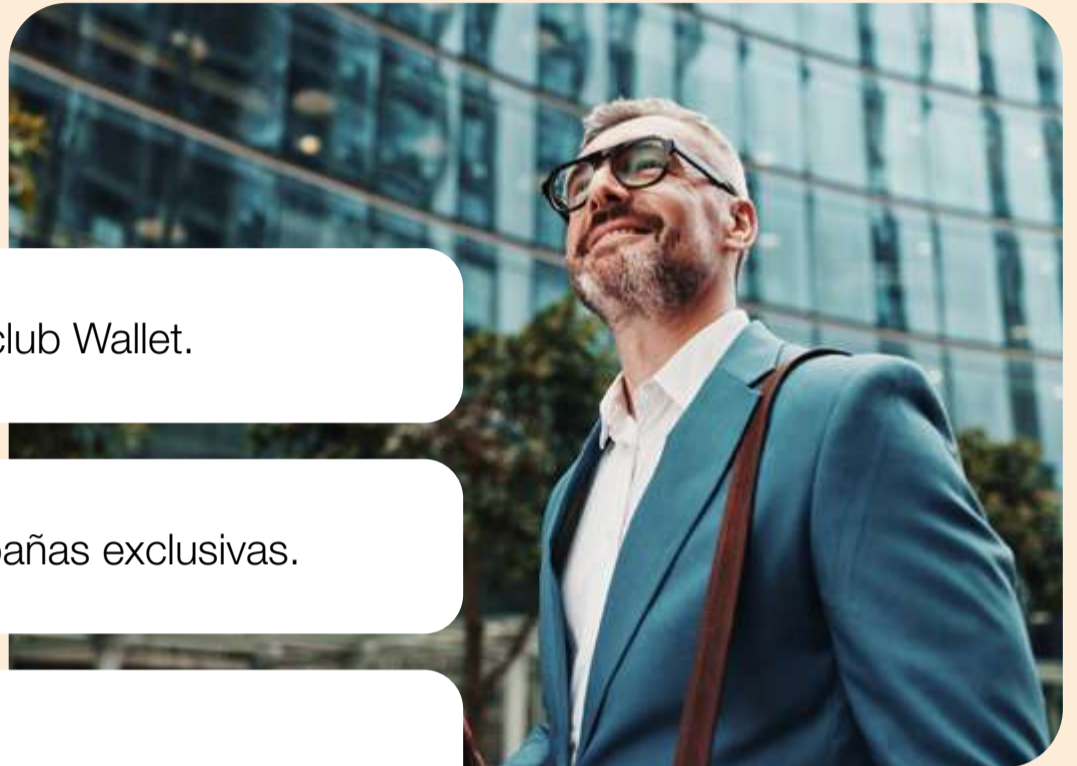
Atención al cliente
93 419 14 83
winsartorio.com

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:

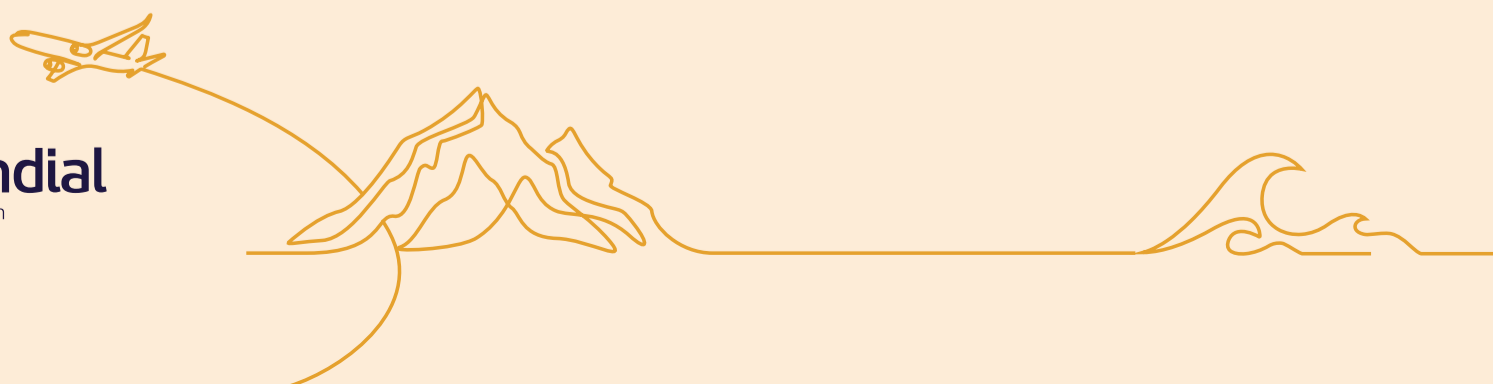
- Darte de alta en Interclub.
- Fijar un compromiso de venta a tu medida.



¡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.

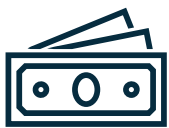
*Consulta las condiciones de la promoción

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:

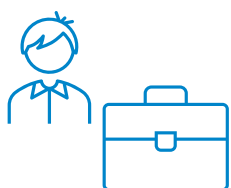
- **compensa a partir de los 30 min de retraso**, más allá de los requisitos legales.
- **informa proactivamente** de los derechos de compensación.



☐ **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



Entrevista a **Laura Hernández** **Dato**

Entrevista a

LAURA HERNÁNDEZ DATO

JEFA DE SERVICIO DE SANIDAD VEGETAL DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

1 La campaña europea #PlantHealth4Life insiste en el mensaje “No traigas plantas a casa”. ¿En qué consiste esta campaña y cuál es su objetivo?

Debido al riesgo actual de propagación de plagas por las actividades antropogénicas (acciones realizadas por los seres humanos que alteran el medio ambiente natural), la Comisión Europea, EFSA (Autoridad Europea de Seguridad Alimentaria) y los estados miembros han visto necesario el lanzamiento de una campaña de concienciación sobre sanidad vegetal. En este contexto, hace tres años nació la campaña #PlantHealth4Life, con el objetivo de concienciar a la ciudadanía europea sobre los riesgos económicos, sociales y medioambientales existentes en la introducción y propagación de plagas no existentes en nuestro territorio a causa del comercio y el transporte internacional.

Este 2025 es el tercer año de la campaña y España es un actor de plena participación, junto con 25 países de la UE, además de 5 países en fase de preadhesión a la UE y Suiza.

A nivel nacional esta campaña se está desarrollando conjuntamente entre EFSA y el Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación (MAPA) y con la colaboración de las comunidades autónomas.

El objetivo es sensibilizar a la ciudadanía europea sobre el papel que jugamos las personas en la propagación de plagas vegetales a través de actos de nuestra vida cotidiana como son los viajes o la compra de plantas exóticas.



2 Desde el punto de vista del Ministerio, ¿qué papel pueden desempeñar las agencias de viajes en la difusión de este mensaje entre sus clientes y viajeros?

Esta campaña se dirige a toda la ciudadanía, pero se centra fundamentalmente en tres audiencias:

- Los jardineros y jardineras que cultivan y cuidan sus hortalizas, flores y árboles en casa.
- Las familias preocupadas por los alimentos que ingieren sus hijos e hijas y deseosas de proteger a las comunidades agrícolas, el medio ambiente y la biodiversidad para las generaciones futuras.
- A personas viajeras y curiosas a quienes le encanta explorar el mundo y la naturaleza.



Entrevista a

LAURA HERNÁNDEZ DATO

JEFA DE SERVICIO DE SANIDAD VEGETAL DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA, PESCA Y ALIMENTACIÓN

Con el objetivo de llegar a este tercer grupo, las agencias de viajes pueden jugar un rol fundamental en difundir el mensaje de la campaña: Viaja de forma responsable y no traigas en tu viaje de vuelta a casa flores, frutos, semillas o plantas de fuera de la UE (incluyendo los territorios de ultramar de la UE como son las Islas Canarias).

3 Viajar es una de las actividades más vinculadas a la movilidad de especies y productos vegetales. ¿Cuáles son los riesgos más habituales asociados a la introducción de plantas o semillas exóticas durante los viajes internacionales?

La legislación europea prohíbe traer contigo plantas, flores, semillas y frutas de fuera de la UE, ya que existe el riesgo de que con ellas venga algún organismo nocivo o plaga, no presente en nuestro territorio. Por poner un ejemplo ilustrativo, la introducción de la plaga de la patata *Tecia solanivora* en Galicia se produjo por la introducción de patatas contaminadas de Canarias por parte de ciudadanos que volvían a su hogar en Galicia, lo que obligó a poner en marcha una serie de medidas de erradicación entre las que se encuentra la prohibición del cultivo.

4 La campaña llega a su último año con la participación de 26 Estados miembros. ¿Qué acciones se están desarrollando en España para sensibilizar al viajero sobre la importancia de la sanidad vegetal y la protección de la biodiversidad?

En esta tercera edición de #PlantHealth4Life, España ha apostado por una estrategia muy orientada al viajero, con el objetivo de trasladar



de forma clara la importancia de la sanidad vegetal y su relación directa con la biodiversidad y la sostenibilidad de los destinos.

Desde la edición pasada, hemos desplegado una campaña dinámica y multicanal que combina acciones en medios de comunicación dirigidos al consumidor final, colaboraciones con *influencers* y creadores de contenido, y la realización de videotalleres divulgativos que fomentan la participación ciudadana. La idea es llegar a públicos de distintas edades y perfiles, aprovechando los canales donde realmente se informan y toman decisiones de viaje.

Asimismo, ha sido clave la implicación de las comunidades autónomas en la difusión del mensaje, así como la colaboración del Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación con el Ayuntamiento de Madrid en las actividades de los Centros de Educación Ambiental. Este trabajo conjunto ha permitido ampliar el impacto y la capilaridad de la campaña, involucrando a más actores institucionales y sociales en la tarea de sensibilizar sobre la protección de nuestras plantas y ecosistemas.



Nos vamos de viaje



Nos vamos de viaje

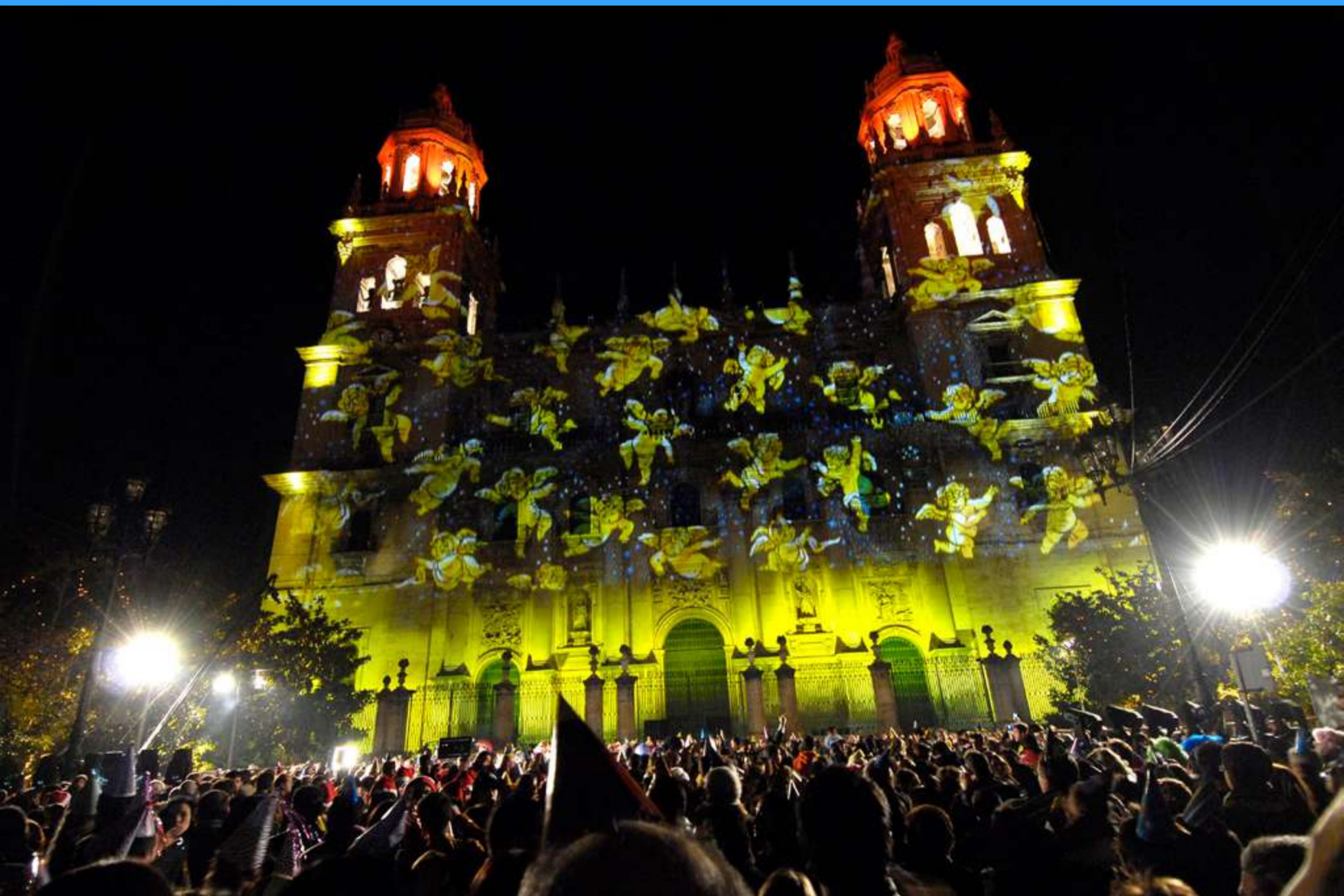
NAVIDAD EN ANDALUCÍA

Andalucía es un destino perfecto para vivir la Navidad con todos los sentidos. Cuando llega diciembre, nuestras ciudades y pueblos se llenan de luz, de mercados con encanto, de belenes que sorprenden por su detalle, de música en cada esquina y de una gastronomía que invita a compartir. Pasear al anochecer, entre fachadas iluminadas y escaparates festivos, es descubrir una alegría muy andaluza: gente en la calle, risas en los bares, brindis en las terrazas y ese ambiente cálido que convierte cada visita en un recuerdo.

MERCADOS QUE ENAMORAN

Los mercadillos navideños son el mejor prelude de las fiestas y una excusa estupenda para tus compras. En plazas y paseos aparecen decenas de puestos con artesanía, cerámica, joyería, ropa, figuras y adornos navideños.

Te esperan clásicos como la Feria del Belén de Sevilla, los puestos de la plaza Bib-Rambla en Granada, el mercado del Paseo del Parque en Málaga, el de artesanía en Almería o la Feria de Artesanía de Cádiz. En cada parada encontrarás un detalle especial para tu árbol, tu mesa o ese regalo que faltaba.





Nos vamos de viaje

NAVIDAD EN ANDALUCÍA



LA RUTA DE LOS BELENES

El belén es un símbolo muy querido en Andalucía y recorrerlos en familia es toda una tradición. Encontrarás nacimientos en plazas, parroquias, asociaciones y escaparates. Destacan los que monta la Asociación belenista "La Roldana" en Sevilla o los de Jerez, pequeñas obras de arte con paisajes inspirados en Oriente, y los numerosos belenes de las ocho capitales andaluzas.

También sorprenden propuestas únicas, como el belén de chocolate de Rute (Córdoba), el de la Iglesia de Santo Domingo de Úbeda (Jaén) o el del Jardín Botánico de Córdoba. Cada uno tiene su encanto y todos comparten el cariño y la paciencia de quienes los crean.

Y si buscas una experiencia diferente, no te pierdas los belenes vivos. Vecinos y vecinas se transforman en personajes de la tradición y recrean escenas del nacimiento en escenarios abiertos. Son funciones entrañables que reúnen a todo el pueblo y dejan momentos inolvidables para grandes y pequeños.

SABORES DE FIESTA

La Navidad andaluza también se saborea. Estepa es una parada imprescindible para conocer de cerca cómo se elaboran mantecados, polvorones, alfajores, roscos de vino o hojaldrados. Entre visita y visita, déjate sorprender por su patrimonio: la esbelta Torre de la Victoria, la elegante fachada de la Iglesia del Carmen, el Palacio del Marqués de Cerverales o la zona del Castillo, desde cuya torre del Homenaje se abren vistas amplísimas del interior de Andalucía.

A los dulces de obrador se suman los tesoros de los conventos de clausura, donde monjas artesanas elaboran delicias como mazapanes, piñonates, almendras garrapiñadas o marquesas. Y, por supuesto, no faltan clásicos imprescindibles: el Roscón de Reyes del 6 de enero; los mazapanes de almendra; los polvorones que se deshacen en la boca; o el turrón, hoy con variedades para todos los gustos. Anímate también con pestiños bañados en miel, el goloso pan de Cádiz o un sorbo de resol de café, bebida tradicional de Jaén que perfuma las sobremesas con limón, canela y hierbaluisa.



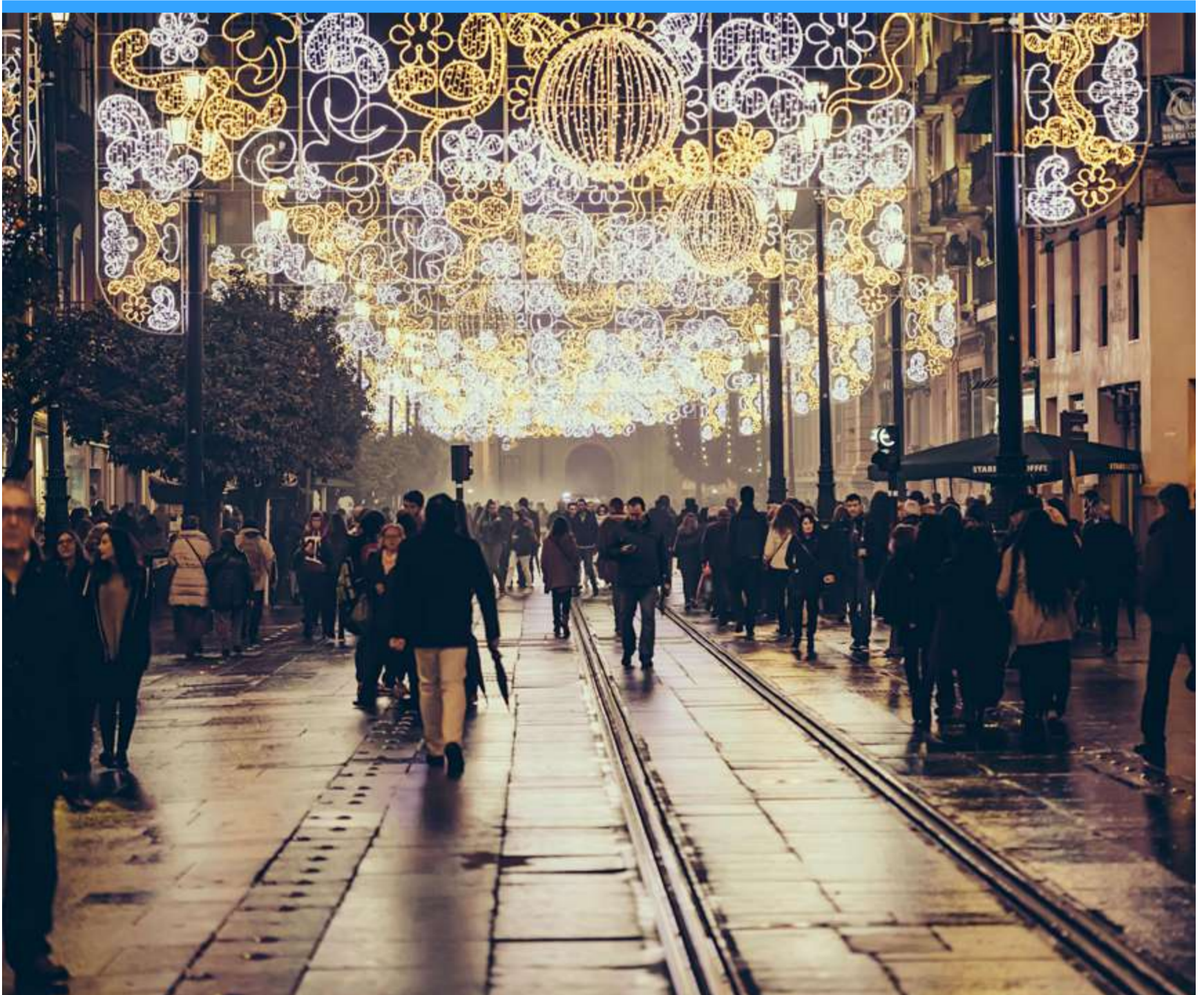
Nos vamos de viaje

NAVIDAD EN ANDALUCÍA

MÚSICA QUE REÚNE

La Navidad suena a villancicos en Andalucía. Es fácil encontrarse con coros espontáneos en calles y comercios, y con conciertos y festivales que se suceden por toda la geografía. Entre nuestras tradiciones más queridas están las zambombas: reuniones en patios y corrales donde, alrededor de la lumbre, se canta y se baila mientras corren el añís, el vino y los dulces.

La zambomba marca el ritmo y cada cual aporta palmas o algún instrumento. Sevilla y Jerez son dos de sus grandes epicentros, pero toda Andalucía canta por Navidad: desde los verdiales malagueños hasta los campanilleros de Pozoblanco.





Nos vamos de viaje

JAÉN, DESTINO GASTRONÓMICO 5 ESTRELLAS EN PLENO MAR DE OLIVOS



Jaén ofrece al visitante el mejor escenario para la práctica del oleoturismo y el disfrute de la gastronomía, a través de una variada oferta relacionada con el olivar, su gastronomía y el aceite.

La gastronomía es el mejor aliño para aderezar de manera única todos los atractivos naturales, patrimoniales o culturales que sostienen la interesante oferta turística de la provincia de Jaén. El aceite de oliva virgen extra es el gran ingrediente, como son también otros productos de su despensa. El calendario se tiñe de experiencias con los productores como maestros de ceremonias. La cultura del tapeo o la creciente legión de jóvenes cocineros que brillan con éxito en la escena actual se han convertido en reclamos indiscutibles. Cada municipio, cada rincón, tiene una especialidad, un referente culinario, un sabor especial. Todos estos



Nos vamos de viaje

JAÉN, DESTINO GASTRONÓMICO 5 ESTRELLAS EN PLENO MAR DE OLIVOS

son argumentos suficientes para que la provincia de Jaén sea atractiva para verla, recorrerla, exprimirla; pero también para saborearla.

Es en diciembre cuando se recoge la aceituna, una actividad que llena de gentes los campos de Jaén y de olor a aceite toda la provincia. De la aceituna se extrae un zumo que es la grasa más saludable de las que existen, una época ideal para conocer de primera mano el proceso de producción del zumo de aceituna que es el aceite de oliva virgen extra.

Cerca de 70 millones de olivos en armonioso orden se extienden por todo el territorio provincial configurando el mayor mar de olivos del mundo. Un paisaje insólito que, además de ser fuente de riqueza y de otorgar personalidad al territorio, se convierte en el mejor escenario para la práctica del Oleoturismo, un segmento turístico transversal y complementario para la oferta de la provincia.

Jaén se encuentra en un enclave estratégico en la red de carreteras que comunica la capital de España con la capital andaluza. Una visita a Jaén permite adentrarse en la cultura del olivo y al mismo tiempo disfrutar de las innumerables oportunidades que para el disfrute tiene la oferta de Jaén: castillos, las ciudades Patrimonio de la Humanidad de Úbeda y Baeza, yacimientos íberos, deporte de aventura, actividades al aire libre, astroturismo, caza fotográfica...

Un lugar privilegiado, con un paisaje marcado por el olivar y amplias extensiones de bosque que conforman los 4 parques naturales de Sierras de Cazorla, Segura y Las Villas, Sierra de Andújar, Sierra Mágina y Despeñaperros. Para disfrutar de vastos cerros de encinares, alcornoques, pinares, refugio de nutridas manadas de ciervos y gamos que viven en libertad y deleitan la observación de la fauna al visitante.

Los parques se extienden entre dehesas donde pastan reses bravas, escenario ideal para conocer el mundo del toro bravo, y en enclaves estratégicos del territorio se pueden observar los lince ibéricos. Quebrantahuesos, milanos, águilas reales, imperiales... surcan los cielos de Jaén y enriquecen la oferta ornitológica.





Nos vamos de viaje

JAÉN, DESTINO GASTRONÓMICO 5 ESTRELLAS EN PLENO MAR DE OLIVOS

Esta exultante naturaleza se presenta además cargada de oportunidades para la práctica de deporte y actividades al aire libre: vías ferratas, senderismo, rutas en bicicleta, kayak, descenso de barrancos, escalada, parapente... existe en Jaén un variado repertorio de empresas que presta servicios profesionales en torno a estas actividades.

Jaén es patrimonio, es cultura, es una explosión de naturaleza y actividades al aire libre, es un destino tranquilo y seguro, con una oferta diferenciadora y no masificada que permite en los descansos disfrutar de una rica y sana gastronomía en torno al aceite.

Jaén es la tercera provincia andaluza con más número de restaurantes con estrellas michelín. Vandelvira, en Baeza y Bagá, Dama Juana, Malak y Radis en la capital. Jaén es la única ciudad del mundo con cuatro estrellas Michelin en 300 metros. Una oportunidad única para conocer Jaén de la mano de los mejores cocineros o a través de un gran elenco de chefs del aceite que hacen de la cocina un gran reclamo para el territorio. En la provincia de Jaén se mantiene la costumbre del tapeo, una pequeña porción de alimento que de manera gratuita se acompaña a cada bebida pedida en barra y que con el paso del tiempo se ha convertido en un atractivo extra para el viajero que toma resuello en el bar.





Nos vamos de viaje

JAÉN, EL CORAZÓN INÉDITO DE ANDALUCÍA

Jaén es mucho más que una ciudad; es una cápsula del tiempo y un oasis de autenticidad en el interior de Andalucía. Acogedora y vibrante, ofrece al viajero un compendio de ofertas monumentales, culturales, gastronómicas y naturales que la convierten en un destino fascinante para cualquier época del año. Si buscas un rincón con alma, donde la historia se saborea y la naturaleza sorprende a escasos minutos del centro, has encontrado tu "Mundo Inédito".

El rico patrimonio de Jaén es el legado tangible de las muchas civilizaciones que poblaron estas tierras de frontera. Tres enclaves son imprescindibles para comenzar a desvelar su belleza: La Santa Iglesia Catedral, una joya ineludible del Renacimiento andaluz, que aspira algún día a ser declarada Patrimonio Cultural Mundial por la Unesco. Su interior

guarda el sagrado relicario del Santo Rostro, una de las reliquias más importantes de la cristiandad.

El Castillo de Santa Catalina: Icono majestuoso que corona la ciudad. Desde esta fortaleza se contemplan unas panorámicas imponentes sobre el "mar de olivos" que abraza la capital.

El Centro Cultural de los Baños Árabes que esconde los baños árabes más grandes y mejor conservados de España, un testimonio arquitectónico fascinante que nos transporta al Jaén andalusí.

La inmersión cultural se completa con el Museo de Jaén y el Museo Íbero. Entre ambos, albergan la colección más importante de esculturas íberas de la península, revelando la profunda raíz de esta tierra.





Nos vamos de viaje

JAÉN, EL CORAZÓN INÉDITO DE ANDALUCÍA

El encanto de este patrimonio se multiplica en los barrios que lo acogen. Recorrer la Judería, San Ildefonso, La Magdalena o el Almendral es un viaje en sí mismo. En este último, una sorpresa inédita espera al paseante: sus murales artísticos que embellecen fachadas, dotando de un aire de galería de arte al aire libre a sus rincones.

La capital también se diferencia por ser una ciudad gastronómica de primer orden. El ingrediente estrella: su Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE), el "oro líquido" que nace del inmenso mar de 66 millones de olivos que la rodea y que la corona como la capital mundial del aceite de oliva.

La cocina jiennense es una fusión deliciosa de tradición y vanguardia, donde el AOVE y los productos de la tierra transforman cada plato en una experiencia mágica.

En Jaén, el tapeo es una seña de identidad. Disfrutar de esta cocina en miniatura es un ritual social que lleva al visitante a las tascas y bares. Aquí se pueden descubrir historias curiosas, como la de un jamón

centenario guardado como una preciada reliquia en una de estas tascas.

La capital ha elevado así su cocina a la excelencia. Con cuatro Estrellas Michelin y varios Soles Repsol, Jaén ostenta el título inédito de ser la ciudad con más Estrellas Michelin concentradas en menos metros del mundo. Los restaurantes galardonados –Bagá, Dama Juana, Radis y Malak– se encuentran a apenas 250 metros de distancia, en el Barrio de San Ildefonso.

La vida en Jaén se articula en torno a un calendario vibrante de fiestas. El ambiente abierto y de convivencia hace que el visitante se sienta como un jiennense más.

Noche de San Antón (Enero): La Fiesta y Carrera Urbana Internacional más emocionante. Salir a la calle para iluminar el recorrido con antorchas o lumbres, probar los melenches y comer rosetas es una experiencia puramente local.

Semana Santa: Sobria y monumental, destaca por la riqueza artística de su imaginería y la solemnidad de





Nos vamos de viaje

JAÉN, EL CORAZÓN INÉDITO DE ANDALUCÍA

los cortejos que recorren sus bellas y sinuosas calles. La devoción al "Abuelo" (Jesús Nazareno) es palpable.

Romería de Santa Catalina (Noviembre): Acompañar a la copatrona hasta el Castillo y comer sardinas asadas en el cerro es un final de otoño inolvidable.

Y la faceta más inédita de Jaén es su naturaleza casi virgen a escasos minutos del centro. Es un paraíso para el deporte activo, con opciones para senderismo,

trail, bicicleta, vía ferrata y escalada. La ciudad es la puerta a paisajes naturales protegidos, profundos valles y cumbres que tocan la alta montaña. Una de estas experiencias a descubrir es la vía ferrata Fuente de la Peña que ofrece unas impresionantes vistas de la ciudad, una actividad perfecta para las familias que buscan emociones intensas.

Para que tu despedida sea un recuerdo sabroso y una razón para volver...





Nos vamos de viaje

JAÉN, EL CORAZÓN INÉDITO DE ANDALUCÍA

NO TE VAYAS SIN:

Una buena provisión de AOVE de cosechas tempranas, patatas fritas en aceite de oliva y aceitunas de cornezuelo.

Tapear en las tascas más antiguas junto a la Catedral o disfrutar de una cena con estrella.

Subir al Cerro de Santa Catalina y llegar hasta el mirador de la Cruz para disfrutar de las mejores vistas de la ciudad.

Hacer una cata de aceite en tiendas especializadas o almazaras.



Nos vamos de viaje

COLORES, SONIDOS Y SABORES: EL OTOÑO NAVIDEÑO DE MÁLAGA

Cuando el verano comienza a desvanecerse, Málaga da paso a una de las estaciones más esperadas, el otoño. En esta época, la ciudad se transforma en un paraíso templado, un refugio dorado donde el calor se suaviza y la brisa mediterránea se vuelve más amable. Todos los paisajes que ofrece la ciudad se tiñen de tonos cálidos que invitan a perderse por sus rutas naturales.

La capital de la Costa del Sol ofrece un ambiente perfecto para aquellos que buscan disfrutar de la serenidad que solo esta estación puede brindar. Con su temperatura moderada, el otoño malagueño permite explorar sus rincones más encantadores, mientras la ciudad comienza a prepararse para la época más mágica del año: la Navidad.

El otoño malagueño es una temporada perfecta para disfrutar de sus paisajes. La ciudad y sus alrededores cobran una nueva vida. El Parque Natural de los Montes de Málaga se convierte en un lugar ideal para quienes disfrutan el contacto con la naturaleza. Sus rutas, rodeadas de pinos y encinas, son una delicia cuando los colores de las hojas mutan hacia tonalidades doradas y marrones. Caminar por sus senderos permite admirar vistas panorámicas de la ciudad y del mar.

Sin salirnos de la naturaleza pura, el Jardín Botánico-Histórico La Concepción también es uno de los principales atractivos en este periodo. En otoño, el jardín se viste con colores ocres, cálidos, donde la flora subtropical y tropical se combina con la exuberante vegetación autóctona de la zona. El jardín es el lugar perfecto para dar un paseo relajante, disfrutar de la tranquilidad y participar en visitas guiadas y talleres especiales, convirtiéndose en una parada esencial para los amantes de la naturaleza.

Además, el cierre del año está marcado por la celebración de uno de los festivales más esperados de la ciudad: el Festival Internacional de Jazz de Málaga. El Teatro Cervantes acoge en noviembre una impresionante serie de conciertos de artistas nacionales e internacionales que han convertido este festival en una cita imprescindible para los amantes de la música. Este año, también se pueden visitar exposiciones de lo más interesantes como "Picasso: vida con Françoise" en el Museo Casa Natal Picasso, o disfrutar de las colecciones del Museo Picasso Málaga, el Centre

Pompidou Málaga, el Museo Carmen Thyssen, el Museo Ruso de San Petersburgo o el Museo Automovilístico y de la Moda, por citar algunos de los centros culturales más importantes que completan una oferta de cerca de 40 espacios expositivos.

No podemos dejar transcurrir el otoño sin saborear la gastronomía que trae consigo. Los platos de temporada, como los suculentos guisos, las castañas asadas y el delicioso vino dulce malagueño, son algunos de los protagonistas. Los establecimientos de la ciudad son siempre un acierto, pero cabe hacer una mención especial en esta época a las populares ventas de Los Montes, donde se podrán degustar platos tradicionales y sabrosas carnes.





Nos vamos de viaje

COLORES, SONIDOS Y SABORES: EL OTOÑO NAVIDEÑO DE MÁLAGA

Y sin darnos cuenta, el otoño languidecerá y Málaga ya estará lista para brillar con toda su magia navideña. Las luces comenzarán a adornar las calles principales, y el ambiente festivo invadirá la ciudad. Desde finales de noviembre, la Calle Larios, la principal arteria, se ilumina con una espectacular decoración navideña que atrae cada año a miles de personas. El ya célebre alumbrado de las luces nos volverá a marcar el inicio de las celebraciones.

En Navidad, Málaga también se llena de vida con una agenda cultural repleta de conciertos, obras de teatro y eventos especiales. Entre ellos, destaca en diciembre la Maratón de Málaga, uno de los grandes eventos deportivos del mes, atrayendo a corredores de todo el mundo.

Este ambiente festivo se extiende a través de los mercados de Navidad, donde los visitantes pueden encontrar una gran variedad de productos artesanales, regalos y, por supuesto, delicias navideñas. Su mercadillo del Muelle Uno volverá a ser uno de los epicentros

navideños de la ciudad, el complemento perfecto a una de las tradiciones más especiales de esta época en Málaga: una ruta por sus belenes, en el que volverá a sobresalir el belén municipal en la Casona del Parque.

Y si hablamos de devoción, la Misa del Gallo en la víspera de Navidad, seguida de la tradicional y tan esperada Cabalgata de Reyes, son dos de los eventos más importantes a los que asistir.

De esta manera, el otoño y la Navidad en Málaga son una experiencia sensorial definitiva que combina lo mejor de la naturaleza, la cultura, la gastronomía y la tradición.

La ciudad es un destino único para aquellos que buscan disfrutar de la paz otoñal, el arte y la cultura, y la magia de la Navidad. Con su calidez, hospitalidad y diversidad de actividades, la ciudad sigue siendo un lugar privilegiado para vivir la temporada en su máximo esplendor.





Nos vamos de viaje

FUERTEVENTURA: EL SECRETO QUE QUIERES DESCUBRIR

Es la isla con las playas más icónicas de Canarias, con el exotismo de estar a menos de cien kilómetros del desierto del Sáhara y con una densidad de población baja que garantiza inmensos paisajes naturales vírgenes o tradicionales como las gavias. Produce algunos de los quesos de leche de cabra más premiados dentro y fuera del país, de un sabor único y la autenticidad del kilómetro cero, y organiza eventos deportivos y culturales que atraen participantes de los cuatro puntos cardinales. Fuerteventura es el secreto que quieres descubrir.

No es casual que la UNESCO la declarara Reserva de la Biosfera en 2009. Fuerteventura es una isla moldeada por el viento y el océano, un territorio donde la luz tiene textura propia. Sus playas son, quizá, su carta de presentación más poderosa. Desde las dunas de Corralejo, un mar de arena blanca que recuerda al Sahara, hasta las costas salvajes de Cofete, en el extremo sur, donde la naturaleza impone su ley, o las icónicas playas infinitas de Jandía, la isla ofrece más de 150 kilómetros de litoral bañados por aguas límpidas y turquesas.

En El Cotillo, el visitante encuentra pequeñas lagunas naturales perfectas para el baño y el descanso, como en Gran Tarajal, Tarajalejo o Caleta de Fuste, mientras que en Costa Calma y las playas de Sotavento los vientos alisios convierten el horizonte en un espectáculo de velas y cometas de colores. Allí, el kitesurf y el windsurf son casi religión. Corralejo y Jandía son también puntos de encuentro para los amantes del surf.

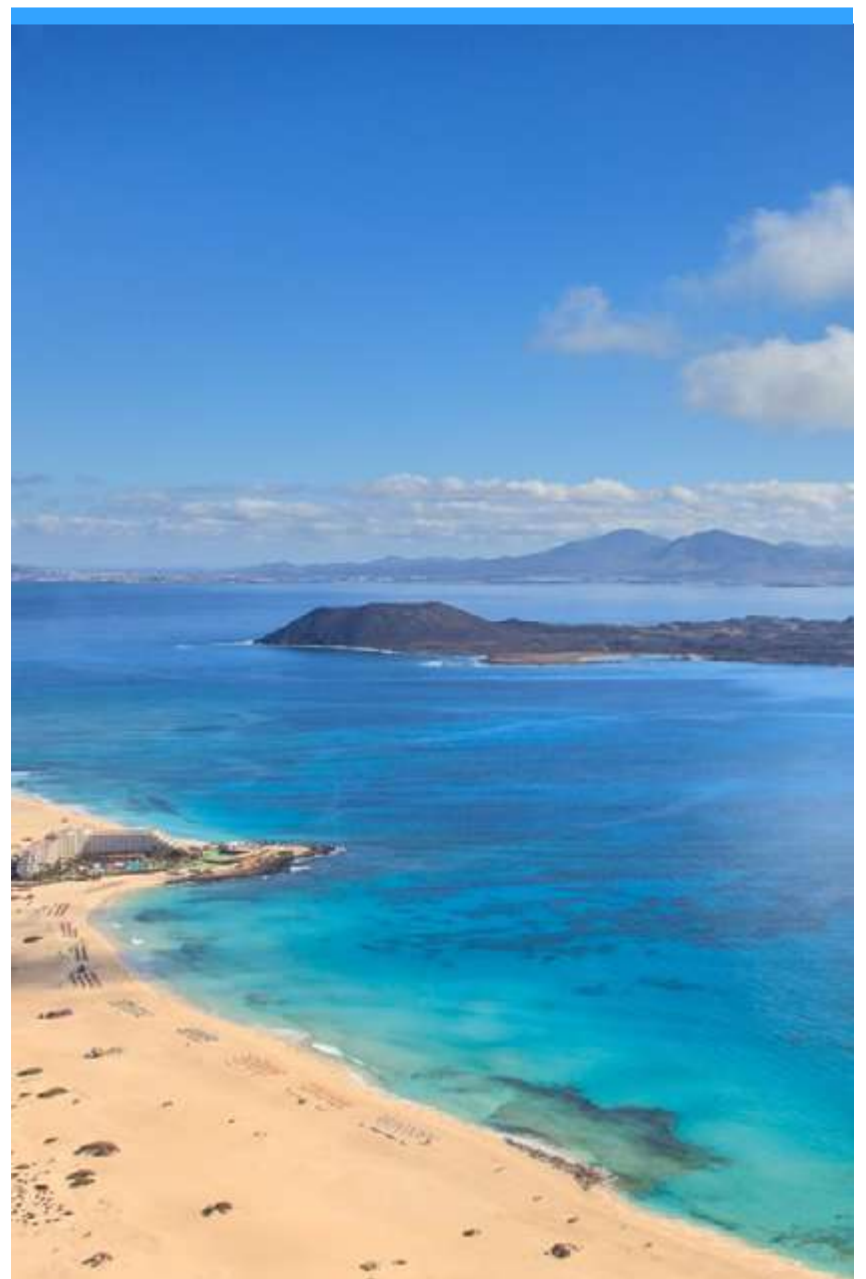
Fuerteventura se descubre poco a poco, a su ritmo. Hay en ella una belleza esencial, una sensación de pureza que atrapa a quien llega a la isla. Sin duda, el visitante siente una experiencia distinta del turismo masivo.

TRADICIÓN Y SABOR MAJORERO

Pero Fuerteventura no vive solo de su costa. En el interior, la isla revela otro rostro, más sereno y ancestral. El paisaje árido está esculpido por un sistema agrícola tradicional, llamadas gavias, que aprovechan el agua de lluvia mediante muros de piedra seca y canales escalonados. Estas estructuras, junto con los molinos de viento que salpican el territorio, hablan del vínculo histórico entre los majoreros y su tierra.

La ganadería caprina es otro de los pilares identitarios. En los corrales de piedra seca pastan miles de cabras que dan origen a uno de los productos más emblemáticos de Canarias: el queso majorero, con Denominación de Origen Protegida. Elaborado con leche cruda, el queso se cura con gofio o con pimentón y su sabor concentrado evoca la esencia misma del paisaje.

En los últimos años, la isla ha visto florecer una joven cultura vinícola que, aunque modesta en extensión, gana en calidad. Los viñedos, plantados en zonas protegidas del viento, producen caldos con carácter volcánico que acompañan a la perfección pescados frescos, cabrito asado o papas arrugadas con mojo. Betancuria, el alma primigenia





Nos vamos de viaje

FUERTEVENTURA: EL SECRETO QUE QUIERES DESCUBRIR

Betancuria también se esconde entre barrancos profundos y palmerales. Fue la primera capital de Canarias, fundada en el siglo XV por Jean de Béthencourt. Su casco histórico, de calles empedradas y casas encaladas, conserva el espíritu de los primeros colonos. La iglesia de Santa María, los miradores cercanos y los pequeños museos etnográficos son paradas obligatorias para quien busca entender la raíz histórica de Fuerteventura. Desde allí parten rutas de senderismo que conducen por barrancos y llanuras donde el silencio es casi absoluto y evocador.

TURISMO ACTIVO, NATURALEZA EN MOVIMIENTO

El turismo ha encontrado su espacio sin borrar la identidad del territorio majorero. El clima —con más de 3.000 horas de sol anuales— convierte a Fuerteventura en un laboratorio natural para el ciclismo, el running o el senderismo, con rutas que cruzan paisajes volcánicos y miradores desde los que se domina el Atlántico.

En Las Playitas se encuentra un complejo turístico y deportivo de referencia internacional que atrae a triatletas y equipos profesionales de múltiples disciplinas que entrenan durante todo el año.

Las costas majoreras son también un paraíso para el submarinismo. Desde las aguas cristalinas de Caleta de Fuste hasta los fondos marinos de Jandía o El Puertito de los Molinos, los buceadores descubren cuevas, arrecifes y una rica biodiversidad que incluye mantas, morenas, tortugas y peces tropicales. Las escuelas de buceo locales ofrecen experiencias para todos los niveles, desde bautismos hasta inmersiones profundas, combinando deporte, naturaleza y conservación marina.

En Morro Jable y Jandía, los alojamientos conviven con largas playas donde es posible caminar kilómetros a solas con el mar. Muy cerca, el pequeño pueblo pesquero de Ajuy ofrece un viaje al pasado geológico: sus cuevas junto al mar, excavadas por el tiempo, guardan los estratos más antiguos del archipiélago.





Nos vamos de viaje

FUERTEVENTURA: EL SECRETO QUE QUIERES DESCUBRIR

FIESTAS, FESTIVALES Y TRADICIONES VIVAS

Fuerteventura también late al ritmo de su calendario cultural y deportivo. Cada año, el festival Fuerteventura en Música convierte El Cotillo en punto de encuentro para amantes de las músicas del mundo, en un escenario de arena incomparable. Al sur, el Mundial de Windsurf y Kitesurf de Fuerteventura se celebra cada verano en las playas de Sotavento y congrega a miles de aficionados y a los mejores deportistas del planeta. Otro gran evento deportivo de primer nivel para aficionados y corredores pro es la prueba ciclista Fuerteventura de Norte a Sur (FudeNaS).

En el calendario también brillan las Fiestas de la Virgen de la Peña, patrona de la isla, en Betancuria, donde tradición y devoción se dan la mano. Otros eventos, como la Feria de Artesanía de Antigua, muestran el talento de los artesanos locales en cerámica, cestería, talla o tejido, mientras que las romerías de cada municipio conservan la esencia más popular y festiva

del espíritu majorero. Especial mención merece el Festival Internacional de Cometas de Corralejo, una experiencia realmente inolvidable para toda la familia.

Los mercados tradicionales son otra ventana al alma rural. En pueblos como La Oliva, Lajares, Antigua, Pájara o Tuineje, los fines de semana y fechas señaladas se llenan de puestos donde se venden quesos, panes, vinos, mieles y productos de aloe vera, junto a obras de artesanía y arte local.

Fuerteventura invita a mirar más allá de la postal de sus playas: a sentir el viento, el mar, la tierra y las coladas volcánicas. Fuerteventura enseña a convivir con la naturaleza. Quienes la visitan guardan a su partida el secreto de esa calma luminosa de la isla, Fuerteventura.





LEÓN



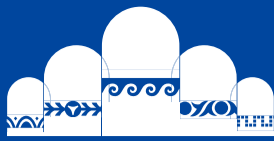
#LEÓN SOLO HAY UNO



**NUESTRA ESENCIA
NO SE
FRANQUICIA**



Foto: Guillermo Quintanilla



SANTANDER
CONVENTION BUREAU

DESTINO MICE

Santander & Cantabria

¿Cómo podemos ayudarte?



+ de 5.500 Plazas
hoteleras en
Santander y
+ de 30.000 en
la provincia



Aeropuerto
Internacional
Santander



Palacios de
congresos y
sedes singulares
Máx. capacidad
auditorium: 1.670



Profesionalidad y
personalización
eventos MICE



VENUES Y ESPACIOS SINGULARES



Y COMO INCENTIVO...



- Un destino de escala humana, donde cada experiencia permite conectar con el estilo de vida auténtico de Santander y Cantabria.
- Un territorio acogedor que combina tradición, naturaleza y mar, ofreciendo el equilibrio perfecto entre trabajo y disfrute.
- Santander Convention Bureau, cuenta con servicios específicos para el organizador y te apoya con soluciones para organizar tu evento en clave sostenible.

cantabria
infinita



santanderconventionbureau.com congresos@santanderdestino.es Tlf: 942 203 002



OS FOGÓNS DO ANLLÓNS
PLAN DE GESTIÓN BARRIO TURÍSTICO DO ANLLÓNS

OS FÓGONS DO ANLLÓNS

VIVE LA FUSIÓN PERFECTA DE NATURALEZA, CULTURA Y SABORES EN OS FOGÓNS DO ANLLÓNS. EXPLORA ACANTILADOS, RECORRE SENDAS FLUVIALES Y DESCUBRE LA PASIÓN CON LA QUE SE CULTIVAN PRODUCTOS LOCALES. DEJA QUE ESTE RINCÓN DE GALICIA TE CAUTIVE CON SU GASTRONOMÍA, PAISAJES Y SU GENTE.

OSFOGONSDOANLLONS.COM



Donde el fútbol brilla tanto como el sol



MARRUECOS
Reino del *fútbol*



Hoy
dormimos
en...

ceav
news



Hoy dormimos en...

EL DESIERTO DEL SUR QUE SUSURRA VERDADES

Por **Grup Xaluca** – Especialistas en el Gran Sur de Marruecos

Cada año, miles de personas cruzan el Alto Atlas rumbo al sur profundo de Marruecos buscando algo que no saben nombrar. Unas llegan en familia con niños pequeños, otras en pareja celebrando aniversarios, algunas solas con una mochila y muchas preguntas. Todas, sin excepción, terminan encontrando lo mismo: un silencio que habla más alto que cualquier ciudad.

El viaje suele empezar en Marrakech o en Ouarzazate, pero la verdadera aventura comienza cuando la carretera se estrecha y el asfalto da paso a pistas de tierra roja. Primero aparecen los oasis de palmeras, luego los ksar de adobe que parecen sacados de otro tiempo, y finalmente el mar de dunas del Erg Chebbi. Allí, en el sur, el paisaje se vuelve tan inmenso que uno se siente, por primera vez en mucho tiempo, exactamente del tamaño que es.

Una tarde reciente acompañábamos a un grupo variado: una familia con dos adolescentes, una pareja de jubilados, un grupo de amigas y Marcos, un informático que viajaba solo "para pensar". La primera noche la pasamos en un campamento confortable junto a las dunas de Erg Chebbi. Los niños corrieron descalzos por la arena caliente hasta que el sol se escondió. Los mayores tomamos té a la menta mientras los guías contaban historias de caravanas que ya no existen. Cuando cayó la noche y se apagaron las luces del campamento, el cielo se llenó de estrellas como nunca las habían visto los adolescentes, criados entre pantallas y contaminación lumínica.

Las noches en el sur regalan conversaciones distintas. Sin cobertura, sin excusas. Una madre contó lo mucho que le emocionaba ver a sus hijos jugar sin pantallas. Un abuelo recordó, con





Hoy dormimos en...

EL DESIERTO DEL SUR QUE SUSURRA VERDADES

los ojos brillantes, la primera vez que trajo a su mujer al desierto hace cincuenta años y cómo volvieron para celebrarlo.

Las amigas se sinceraron sobre miedos que nunca habían compartido. Los adolescentes, que al principio parecían pegados al móvil aunque no tuvieran señal, terminaron jugando a las cartas con los guías y preguntando cómo se orientan los nómadas con las estrellas.

En algún momento del viaje, casi todos pasan por lo mismo: se apartan un poco del grupo, suben a una duna o se sientan junto a un tamariz y se quedan mirando la nada durante minutos que parecen horas. No hacen fotos. Solo respiran. Y cuando vuelven, traen la mirada más limpia.

En Grup Xaluca llevamos más de 30 años organizando rutas por todo el sur marroquí. No prometemos aventuras extremas ni selfies imposibles. Prometemos espacio. Espacio para que los niños descubran que la arena puede ser un tobogán infinito, para que las parejas recuerden por qué se eligieron, para que los amigos hablen de lo que importa y para que los que viajan solos encuentren, por fin, buena compañía dentro de sí mismos.

Porque el sur de Marruecos no es solo un destino. Es un lugar donde el mundo se calla lo suficiente como para que uno pueda volver a escucharse.

Y cuando eso ocurre, el desierto no te cambia.

Simplemente te recuerda quién eras antes de que la vida empezara a hacer tanto ruido.

Grup Xaluca — Una familia dedicada al Sur de Marruecos desde hace más de 30 años.





Agenda

ceav
news



ceav protour

2026



1 **Zaragoza**
19 de febrero

2 **Granada**
11 de marzo

3 **Cádiz**
12 de marzo

4 **Valencia**
15 de abril

5 **Murcia**
16 de abril

6 **A Coruña**
7 de mayo

7 **León**
4 de junio

8 **Gran Canaria**
23 de septiembre

9 **Tenerife**
24 de septiembre

10 **Bilbao**
22 de octubre





Agenda

Sigue todas nuestras novedades a través de nuestras redes sociales:



FITUR 2026 ESPACIO CEAV B2B PABELLÓN 10 B31

Este año FITUR regresa del 21 al 25 de Enero. Miércoles, jueves y viernes los días para el profesional.

CEAV estará presente con su excepcional stand de más de 250 metros cuadrados donde te espera un lugar de networking, reuniones y presentaciones con degustaciones gastronómicas.

Estrella Galicia: la cerveza oficial del stand de Ceav.

Te avanzamos una primera agenda provisional para la que deberás disponer de tu invitación previamente completada.

MIÉRCOLES 21 DE ENERO

13.30 - 15.30 — Welcome to Fitur

Evento exclusivo para partners de Ceav y asociaciones miembros de Ceav. *Con invitación confirmada previamente por Ceav.

En nuestro emblemático acto, que celebrara su decimosegunda edición presentaremos un resumen del año 2025 y las novedades para este nuevo 2026:

- Reconocimiento a Marruecos.
- Nuevos partners 2026.
- Nuevos acuerdos.
- Ceav 2026: concienciación hacia la sostenibilidad real.
- Eventos de ceav 2026: ¡novedades!
- Ceavprotour 2026:
 - ◊ Presentación de los destinos premium y las 10 ciudades 2026.
 - ◊ Video de expositores 2025.
- Japón: entrega del diploma a Carlos Garrido como asesor turístico por octavo año consecutivo.
- Mega Estrella Galicia: presentación oficial de su nuevo vídeo.
- La champagne: brindis con champagne cortesía del Turismo de la Champagne.
- Degustación de quesos canarios cortesía de Turismo de Gran Canaria.
- León: presentación vídeo y de sus vinos locales.
- Cóctel para nuestros invitados.

JUEVES 22 DE ENERO

11.00 - 11.30 — Centroamérica: desayuno de trabajo.

Disfruta del mejor café y zumos y arranca tu jueves de Fitur con los amigos de Centroamérica. Reserva tu plaza previamente y obtendrás tú INVITACIÓN para Fitur. Plazas limitadas. Aforo 20 personas.

12.30 - 13.00 — Estrella Mega Galicia

Maridaje presentación de producto vinculado al destino A Coruña. Exclusivo evento para 15 agentes de viajes que estén especializados en viajes gastronómicos y en viajes por España. Previa invitación.

14.00 - 15.00 — México destino invitado de Fitur en nuestro stand

Presentación del destino a cargo de la delegación de empresarios turísticos.

16.00 — Firma del acuerdo anual con Saborea España

VIERNES 23 DE ENERO

Espacio abierto para reuniones y presentaciones: agenda por confirmar.

Programación sujeta a cambios





YOUR
gateway
TO EXPLORE
Centroamérica



Guatemala



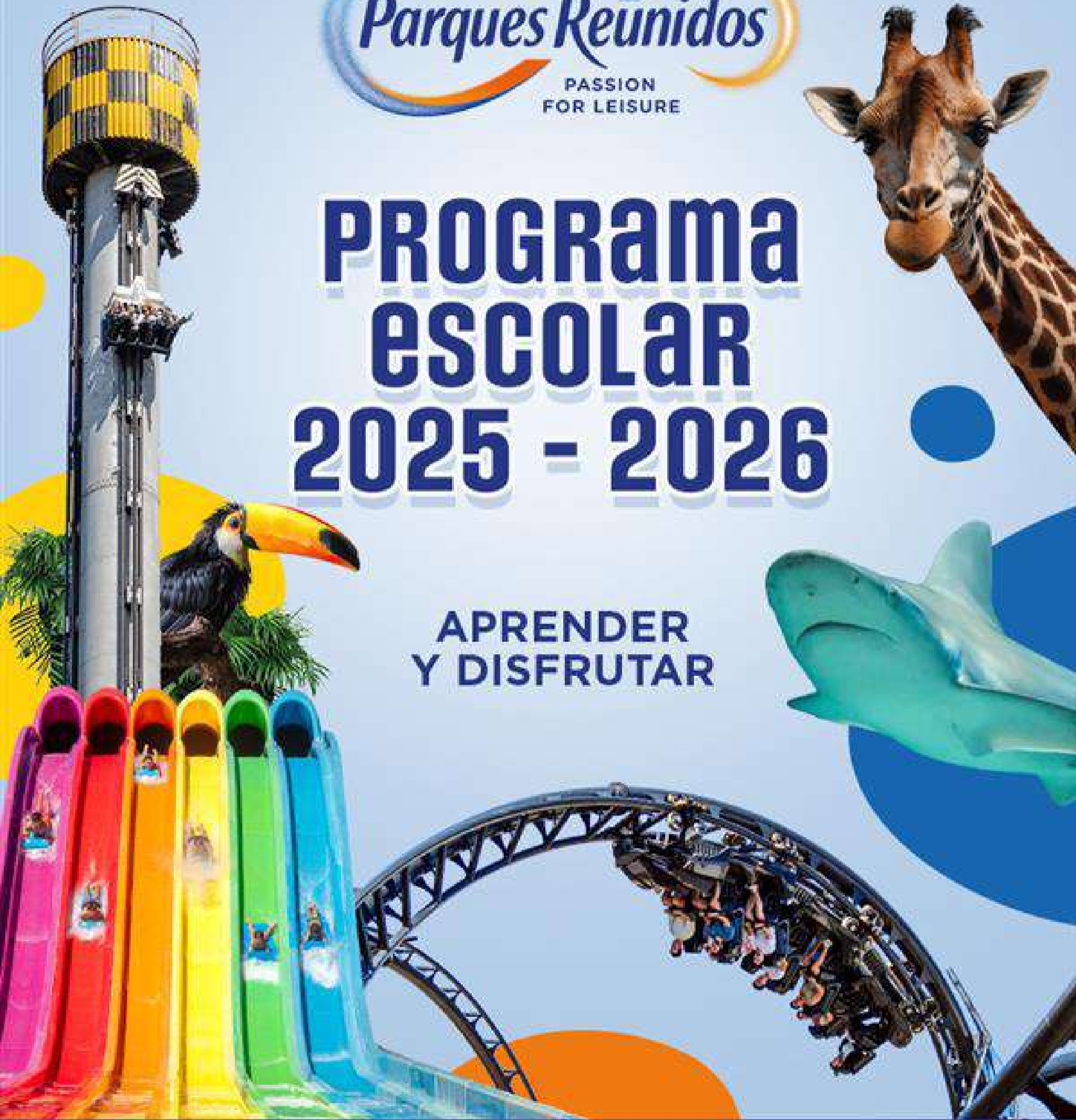
El Salvador

visitcentroamerica.com



PROGRAMA ESCOLAR 2025 - 2026

APRENDER Y DISFRUTAR



Tarifas ya disponibles. Contacta con tu Tour Operador habitual o directamente con nuestros parques.



Fitur

PAÍS SOCIO

México

**DTO
ONLINE**

**21-25
Ene
Madrid**



**Participa
en la feria
que redefine
el futuro
del turismo.**

**IFEMA
MADRID**