

EDICIÓN VERANO 2026



Contenidos



Editorial

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



Noticias CEAV

Todas las noticias del sector, incluyendo: Carlos Garrido cierra su etapa al frente de CEAV, Madrid acogerá el I Congreso Nacional de Agencias de Viajes y la entrega de los Distintivos Turísticos CEAV.



Entrevista: Lorea Uranga



Artículo El poder de viajar mejor

Por Mayte Redondo, fundadora de Travel 2 Care People and Planet



Entrevista: Rafa Serra



Las asociaciones nos informan

Todas las noticias de ATRAE, ACAVYT, AEDAV, AVAV, AGAVI, ACAVE, etc.



CEAV Partners

Presentamos las últimas novedades de nuestros partners.



Asesoría jurídica CEAV

Luces y sombras de la nueva Directiva de Viajes Combinados



Nos vamos de viaje

Las Médulas



Destino preferente CEAV 2026



Nos vamos de viaje

Tenerife



Nos vamos de viaje

Alemania



Entrevista:

Xavi Campmany

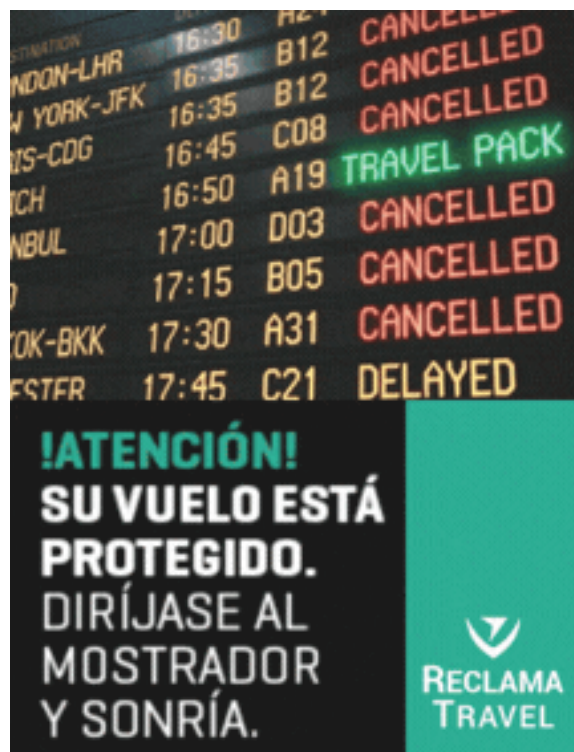


Hoy dormimos en...

Parador Eivissa Dalt Vila



Agenda CEAV



Síguenos en:



Si deseas que te avisemos por mail cuando salgan nuevos números, escribe a ceav@ceav.info con el asunto "Suscribirse a CEAV NEWS".

Envío gestionado por:





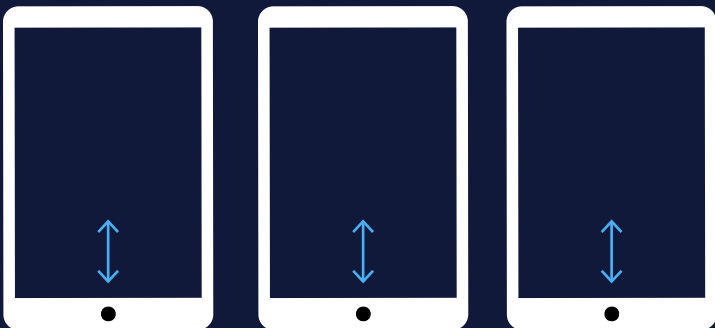
Instrucciones

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



UN SECTOR QUE AVANZA UNIDO

El sector turístico afronta el verano con unas perspectivas razonablemente positivas, impulsado por una demanda que continúa mostrando fortaleza y por el trabajo de unas agencias de viajes que siguen demostrando su capacidad para adaptarse a un entorno cambiante. Esta edición de CEAV News coincide, además, con una etapa de transición en CEAV, marcada por la dimisión de Carlos Garrido tras su nombramiento como presidente de la Mesa del Turismo de España. Desde estas páginas queremos trasladarle nuestra felicitación y agradecerle su dedicación y compromiso durante los años en los que ha estado al frente de la Confederación. Al mismo tiempo, damos la bienvenida a José Manuel Lastra como presidente en funciones, una responsabilidad que asumirá hasta la celebración de las elecciones previstas para el próximo mes de septiembre.

Mientras tanto, CEAV continúa desarrollando con normalidad su actividad y avanzando en los proyectos que marcarán el presente y el futuro de las agencias de viajes. La reciente incorporación de ACAVE supone un hito especialmente relevante, al reforzar la representatividad de la Confederación y avanzar hacia una voz cada vez más unida para el conjunto del sector. A ello se suma la celebración de la V Cumbre Ibérica, que ha vuelto a poner de manifiesto la importancia de la colaboración entre España y Portugal, y el desarrollo de una nueva edición de CEAV Protour, que continúa acercando destinos y empresas a cientos de agentes de viajes en toda España. Al mismo tiempo, seguimos ultimando la organización del I Congreso Nacional de Agencias de Viajes, una cita llamada a convertirse en el gran encuentro anual del sector.

Editorial



Como siempre, la formación, la representación institucional y la defensa de los intereses de las agencias continúan siendo ejes fundamentales de la actividad de la Confederación. En un contexto de importantes cambios regulatorios y tecnológicos, CEAV mantiene su compromiso de acompañar a las agencias, impulsar su competitividad y trasladar una voz sólida y coordinada ante administraciones, proveedores e instituciones.

Queremos también agradecer la colaboración de todas las asociaciones que integran CEAV y de nuestros partners, cuya participación vuelve a enriquecer las páginas de esta revista. Su trabajo diario, sus iniciativas y su compromiso con el desarrollo del sector son una muestra del dinamismo de las agencias de viajes y de la fortaleza de una Confederación que sigue avanzando desde la unidad y la colaboración. Juntos seguiremos afrontando con éxito los retos y oportunidades que nos esperan.

Finalmente, desde esta publicación queremos expresar nuestras más sinceras condolencias a las familias y seres queridos de las víctimas de los recientes terremotos en Venezuela y de los incendios que han afectado a Almería.

Nos unimos al dolor de quienes han sufrido pérdidas humanas y materiales.





Carta de despedida de Carlos Garrido

ceav
news



Carta de despedida de Carlos Garrido



GRACIAS POR ESTE VIAJE

Hoy me despido de la presidencia de CEAV con una mezcla de orgullo, gratitud y emoción. Haber tenido el privilegio de representar a esta Confederación ha sido, sin duda, el mayor honor de mi vida profesional.

Mi historia con las agencias de viajes comenzó mucho antes de dedicarme a ellas. Crecí en una familia vinculada al turismo y aprendí desde muy pequeño el valor de una profesión basada en el conocimiento, el esfuerzo y la vocación de servicio. Esa pasión me llevó a implicarme también en el movimiento asociativo, convencido de que solo desde la unidad podríamos defender los intereses de nuestro sector.

Cuando asumí la presidencia de CEAV, iniciamos un profundo proceso de transformación, reforzando áreas clave como la representación institucional, la defensa jurídica, la formación y la comunicación. Poco después llegó la pandemia y nos enfrentamos a la mayor crisis de la historia del turismo. Fueron años muy duros en los que CEAV trabajó intensamente para impulsar medidas que permitieran proteger a miles de empresas y profesionales. Nunca olvidaré el compromiso, la fortaleza y la capacidad de sacrificio que demostraron las agencias de viajes en aquellos momentos.

Afortunadamente, tras esa etapa el sector ha recuperado su fortaleza y hoy alcanza cifras históricas de facturación y empleo. Pero seguimos afrontando importantes desafíos regulatorios y de mercado. Desde CEAV hemos trabajado para defender a las agencias frente a normas que perjudican al sector, combatir el intrusismo, reforzar nuestra interlocución con las administraciones y seguir impulsando una representación cada vez más fuerte.

Me siento especialmente orgulloso del crecimiento experimentado por la Confederación. Hoy CEAV integra a 39 asociaciones y representa a la práctica totalidad de las agencias de viajes españolas. La reciente incorporación de ACAVE supone un paso decisivo hacia esa unidad sectorial que siempre hemos defendido y que seguirá siendo clave para afrontar el futuro.

Nada de esto habría sido posible sin el extraordinario equipo humano de CEAV. Quiero expresar mi más profundo agradecimiento a Mercedes Tejero y a todas las personas que, con profesionalidad, compromiso y generosidad, han convertido esta organización en una auténtica referencia para el sector.

Gracias también a los presidentes de las asociaciones, a los órganos de gobierno, a nuestros colaboradores y, muy especialmente, a mi familia, por su apoyo incondicional durante todos estos años.

Me marcho con la satisfacción de haber trabajado siempre pensando en el interés general de las agencias de viajes. Dejo la presidencia de CEAV, pero no esta profesión, de la que seguiré sintiéndome profundamente orgulloso.

Muchas gracias a todos.



Asesoría jurídica

ceav
news



Asesoría jurídica

LUCES Y SOMBRAS DE LA NUEVA DIRECTIVA DE VIAJES COMBINADOS

Por Ana Barluenga,
directora del Área Jurídica de CEAV

La aprobación de la nueva Directiva europea de viajes combinados supone un resultado sensiblemente más equilibrado que la propuesta inicial presentada por la Comisión Europea, gracias al intenso trabajo de interlocución desarrollado por el sector durante los últimos dos años.

Entre los aspectos más positivos destaca que finalmente no se limitarán los anticipos o prepagos, una medida que habría generado graves tensiones financieras para las agencias de viajes. También se ha evitado ampliar el derecho de resolución del contrato sin penalización a supuestos vinculados al lugar de residencia del viajero, lo que habría incrementado notablemente la inseguridad jurídica para organizadores y minoristas.

Asimismo, la Directiva incorpora una reivindicación histórica del sector: la obligación de que los proveedores reembolsen al organizador en un plazo máximo de siete días cuando cancelen o no presten los servicios incluidos en el viaje combinado.

No obstante, persisten elementos que siguen generando preocupación. La posibilidad de resolver el contrato sin penalización cuando concurren circunstancias extraordinarias e inevitables en el lugar de salida del viaje puede trasladar importantes riesgos económicos a los organizadores. Además, continúa sin corregirse el desequilibrio financiero derivado de la obligación de reembolsar al viajero en un plazo de catorce días, aunque el organizador todavía no haya recuperado previamente las cantidades abonadas a los proveedores.

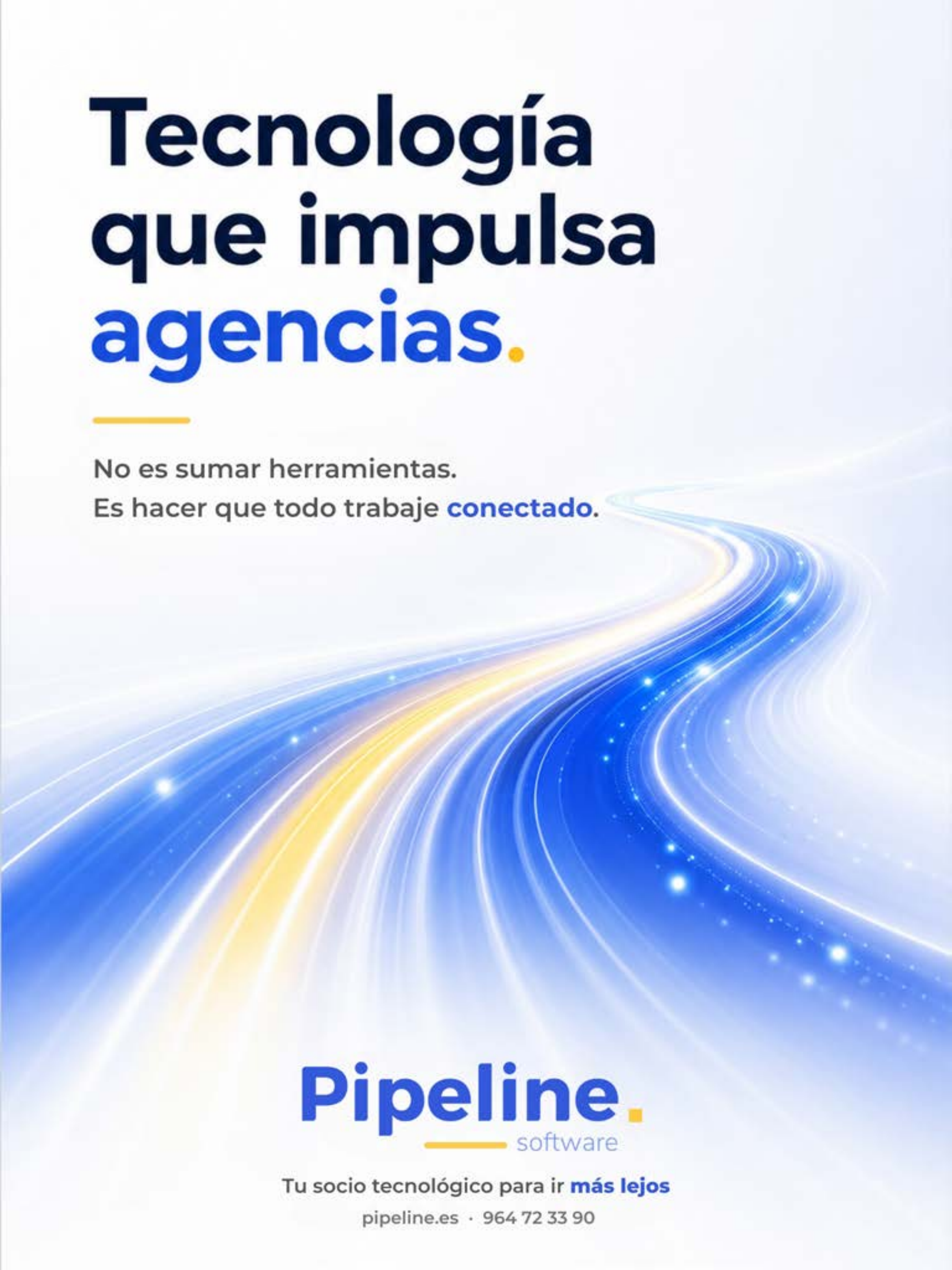
También resulta positivo que se haya descartado la creación de un régimen sancionador armonizado

a nivel europeo con multas mínimas obligatorias, manteniéndose la capacidad de los Estados miembros para diseñar sus propios sistemas sancionadores.

La Directiva deberá transponerse antes del 29 de septiembre de 2028 y será aplicable a partir del 29 de marzo de 2029. Aunque se abre ahora la fase de transposición nacional, conviene recordar que nos encontramos ante una norma de armonización máxima, lo que limita significativamente el margen de actuación de los Estados miembros. Las posibilidades de adaptación nacional se concentran fundamentalmente en cuestiones como los mecanismos de garantía frente a la insolvencia y los plazos de respuesta a las reclamaciones de los viajeros.

Desde CEAV seguiremos participando activamente en este proceso para defender los intereses del sector y contribuir a una aplicación de la norma que garantice la protección de los consumidores sin comprometer la viabilidad económica y operativa de las agencias de viajes.

Tecnología que impulsa agencias.



No es sumar herramientas.
Es hacer que todo trabaje **conectado**.

Pipeline.
software

Tu socio tecnológico para ir **más lejos**

pipeline.es · 964 72 33 90



La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

Pablo Parrilla,
vicepresidente económico de CEAV

LAS AGENCIAS DE VIAJE NO PUEDEN MIRAR DESDE LA ORILLA

El pasado 25 de junio tuve la oportunidad de participar en una sesión de trabajo en la Fundación COTEC, coorganizada con Microsoft, para debatir sobre un tema que no admite dilaciones: la inteligencia artificial y el turismo, ¿ruptura u oportunidad?

Diecisiete personas nos sentamos en la misma sala. Representantes de Turespaña, Segittur, la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Málaga, Iberostar, Alsa, Binter, EY, el Instituto Tecnológico Hotelero, CCOO, UGT, la CEOE y la CEAV. Dos horas de reflexión conjunta con datos rigurosos sobre la mesa.

Salí con una convicción que quiero compartir con el sector: o damos un paso adelante, o el tejido empresarial de las agencias de viaje sufrirá un tsunami que dejará malparadas a muchas empresas. Y el tiempo para decidir se acaba.

El punto de partida: quiénes somos

Antes de hablar de IA, conviene recordar qué es el sector agencial en España. El 80% de las agencias son pymes, micropymes o autoempleo. Profesionales con altísimos niveles de dedicación, cargas administrativas y de gestión que consumen buena parte de la jornada, en muchos casos en un entorno de trabajo 24/7. Agentes que hoy destinan aproximadamente el 70% de su tiempo a tareas administrativas y solo el 30% a lo que realmente genera rentabilidad: vender y diseñar viajes.

Si logramos invertir esa pirámide, y la IA lo hace posible, la competitividad del sector se multiplicaría. No como metáfora, sino como consecuencia directa: más tiempo de venta, más ingresos, más recursos para contratar, crecer y consolidarse.

Eso es lo que está en juego. Y es una oportunidad, no solo una amenaza.

Lo que los datos de COTEC no dejan lugar a dudas

Los datos presentados en la sesión son de lectura obligatoria para cualquier directivo del sector. El primero es especialmente revelador: el turismo presenta una intensidad innovadora inferior a la del conjunto del sector privado español, pero al mismo tiempo es el sector que mayor potencial otorga a la innovación para afrontar sus retos. Innovamos menos precisamente donde más nos lo jugamos.

Hay movimiento, sí, pero está muy mal repartido. Y cuando se analiza la distribución de los fondos NextGeneration destinados al turismo, el dato es lapidario: las agencias de viajes y turoperadores recibieron apenas el 2% del total sectorial. El 98% restante fue a transporte, hostelería y entretenimiento.

Somos el eslabón olvidado de la cadena digital. Y eso duele especialmente cuando somos, al

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?



mismo tiempo, uno de los elementos más valiosos de esa cadena: por nuestra capilaridad, nuestra transversalidad, el conocimiento que trasladamos al viajero y la seguridad que generamos en momentos de incertidumbre, pandemias, guerras y desastres naturales lo han demostrado sobradamente.

El debate del empleo: necesario, pero incompleto

Los representantes sindicales presentes, CCOO y UGT, incidieron con fuerza en el posible impacto de la automatización sobre el empleo. Es un debate necesario y legítimo que no puede ignorarse. Pero no puede quedarse ahí.

La pregunta no es solo cuántos puestos de trabajo pueden desaparecer. La pregunta es cómo van a evolucionar las profesiones del turismo y qué competencias necesitarán quienes trabajen en ellas. Porque ya están apareciendo estudios y

señales inequívocas de que la figura del asesor de viajes está siendo demandada de manera creciente, precisamente a medida que proliferan las herramientas de IA que generan confusión y sobre información en el viajero. La tecnología que algunos temen que destruya al agente está, paradójicamente, reivindicando su valor.

El problema no es tecnológico. Es de adaptación. Y en ese terreno, el tiempo apremia.

La barrera no es el dinero. Es el tiempo.

En esta ocasión, la brecha no es principalmente económica. Cualquier agencia tiene acceso a cuentas profesionales de las principales herramientas de IA. Lo que falta no es presupuesto: es tiempo para aprender, para integrar, para cambiar procesos que llevan años instalados.

Ahí está el verdadero desafío para las pymes. Y también la gran oportunidad: quienes den ese salto primero,

La IA redefine el turismo: ¿amenaza o tsunami?

quienes optimicen tiempos, automaticen tareas administrativas, usen IA predictiva para captar clientes y analizar demanda, pueden convertirse en lo que me gusta llamar Super-Agencias: empresas pequeñas con músculo competitivo de empresa grande.

Las que no lo hagan perderán terreno frente a quienes ya se están moviendo. Y los grandes ya llevan ventaja: grandes grupos ya ofrecen a las agencias asociadas paquetes de procesos apoyados en IA. La tecnología está redefiniendo el modelo de distribución turística desde dentro y concentrando aún más al sector.

Una de las consecuencias es la brecha digital que se está abriendo entre las grandes corporaciones de agencias de viajes y las pymes del sector. Mientras unas desarrollan o adquieren soluciones de IA con equipos propios, las otras quedan al margen. Y esa brecha no se cierra sola: acelera la concentración, refuerza a quien ya es fuerte, y deja a los más pequeños con menos margen competitivo cada año que pasa.

La respuesta no puede ser individual. Tiene que ser sectorial. Por eso defendí en la sesión la creación de un ente sectorial, impulsado por CEAV como representantes del sector, como instrumento de política sectorial: una estructura que permita a las

pymes acceder a tecnología, formación y recursos compartidos en igualdad de condiciones que los grandes operadores. No es una idea nueva. Es exactamente lo que ha funcionado en otros sectores cuando la transformación tecnológica amenazó con dejar atrás a los más pequeños.

Como Confederación, tenemos una obligación: velar por la implementación, la formación y el desarrollo de estas herramientas en el sector. Participar en todos los foros posibles. Crear conciencia. Y empujar esa transformación que ya no es el futuro, sino el presente.

La sesión de COTEC y Microsoft, con quien ya estamos colaborando, confirmó que el debate sobre IA en turismo está abierto. Hay interés, hay datos, hay actores dispuestos a avanzar. Lo que falta es quién articule esa conversación con una visión de conjunto del canal de distribución. Y aquí estará CEAV.

El sector de las agencias lleva décadas demostrando su capacidad de adaptación frente a Internet, las OTAs, la pandemia y la volatilidad geopolítica. La IA es un desafío de diferente naturaleza, pero la lógica es la misma: los que se adaptan sobreviven y crecen; los que esperan a que pase, quedan fuera. La diferencia esta vez es que la ventana de adaptación es más corta que nunca.



UN CONTINENTE DIFERENTE
EN UN SOLO DÍA

RESERVA TU EXCURSIÓN
D U C A



TU VIAJE DESDE SOLO

89€

excursiones@portferryservices.es

DESCUBRE **TÁNGER**, SU HISTORIA, SU GASTRONOMÍA Y SUS LUGARES EMBLEMÁTICOS EN UNA EXPERIENCIA GUIADA.



Noticias

ceav
news

Noticias

MADRID ACOGERÁ EL I CONGRESO NACIONAL DE AGENCIAS DE VIAJES Y LA ENTREGA DE LOS DISTINTIVOS TURÍSTICOS CEAV



CEAV presentó en Madrid el I Congreso Nacional de Agencias de Viajes, que se celebrará los próximos 11 y 12 de noviembre y que nace con la vocación de convertirse en el gran punto de encuentro anual de las agencias españolas. La cita reunirá a cerca de 250 representantes de asociaciones, empresarios, directivos, instituciones y profesionales del sector para analizar los principales retos de la intermediación turística.

El programa abordará cuestiones como la modificación de la Directiva de Viajes Combinados, la conectividad aérea, la inteligencia artificial aplicada a las agencias, el futuro del canal de distribución, las nuevas tendencias del viajero, el marketing digital y el turismo social. Además, el congreso contará con una ponencia magistral de Albert Bosch, aventurero, emprendedor y divulgador, que ejercerá también como presentador del evento.

El Congreso fue presentado oficialmente en Madrid en un acto que contó con la participación de la concejala delegada de Turismo del Ayuntamiento

de Madrid, Almudena Maíllo y el viceconsejero de Cultura, Turismo y Deporte de la Comunidad de Madrid, Luis Martín Izquierdo. Durante la presentación, las administraciones madrileñas destacaron la importancia de que la ciudad acoja un encuentro de referencia para el sector turístico nacional y subrayaron el papel de las agencias de viajes como canal esencial para la promoción de los destinos y la generación de actividad económica.

El evento contará con el apoyo institucional de la Comunidad de Madrid y del Ayuntamiento de Madrid, así como con el respaldo de empresas patrocinadoras como Amadeus, Iberia, Iberia Cards, Aon, Binter, Civitatis, Enterprise Mobility, iryo, Jiménez Dorado, Quirón Salud, Renfe, la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos y Saborea España.

Distintivos Turísticos CEAV

La cena de gala, prevista para el 11 de noviembre, acogerá la entrega de los Distintivos Turísticos CEAV. En esta edición, el Distintivo Turístico Matilde Torres ha recaído en Pedro Costa, presidente de APAVT, mientras que el Distintivo Turístico Vicente Blasco ha sido concedido a la Oficina Nacional de Turismo de Marruecos.

Noticias

CARLOS GARRIDO CIERRA SU ETAPA AL FRENTE DE CEAV



Jose Manuel Lastra,
presidente en funciones de CEAV

Carlos Garrido presentó su renuncia como presidente de CEAV tras su nombramiento como presidente de la Mesa del Turismo de España. Su salida cierra una etapa de siete años y medio al frente de la Confederación, durante la cual CEAV ha ampliado notablemente su representatividad, pasando de 22 asociaciones integradas a 39 tras la reincorporación de ACAVE.

De acuerdo con los estatutos de CEAV, José Manuel Lastra, hasta ahora vicepresidente primero ejecutivo, asumió la presidencia en funciones hasta la celebración de elecciones, previstas para septiembre de 2026.

El mandato de Garrido ha estado marcado por la defensa del sector durante la pandemia, la activación del Mecanismo RED para agencias de viajes, la creación del Fondo para la Defensa Jurídica y la Representatividad de las Agencias de Viajes, el refuerzo del área jurídica, la profesionalización de la comunicación y el impulso de la formación.

También bajo su presidencia se consolidó CEAV Protour como una de las principales giras profesionales del sector, con miles de participantes en sus distintas ediciones. Garrido continuará vinculado a la representación turística desde su nueva responsabilidad al frente de la Mesa del Turismo.

CEAV PROTOUR CONTINÚA SU RECORRIDO POR VALENCIA, MURCIA, A CORUÑA Y LEÓN

CEAV Protour 2026 ha continuado su recorrido con nuevas paradas en Valencia, Murcia, A Coruña y León, consolidando su papel como uno de los principales espacios de encuentro entre agencias de viajes, destinos y empresas turísticas. En conjunto, estas citas han reunido a cientos de profesionales del sector y han permitido acercar a las agencias las últimas novedades de expositores nacionales e internacionales.

En Valencia y Murcia participaron más de 160 agentes de viajes y 55 expositores. En la capital valenciana, el encuentro incluyó un panel sobre conectividad aérea y terrestre, con la participación de representantes de Visit Valencia, AEVAV y CEAV. En Murcia, la jornada contó con la colaboración del Ayuntamiento y permitió reforzar el vínculo entre expositores y agencias locales.

La gira continuó en A Coruña, en un workshop organizado junto a AGAVI, con la colaboración de la Diputación, el Ayuntamiento y el Museo de Estrella Galicia MEGA. Cerca de 80 agentes de viajes participaron en el encuentro, que incluyó además una visita previa al museo como ejemplo de turismo industrial y experiencial.

La siguiente parada fue León, donde cerca de 40 agencias pudieron conocer las propuestas de 40 expositores turísticos. El encuentro, organizado junto a FECLAV, contó con la colaboración de Turisleón, la Diputación y el Ayuntamiento de León, y permitió poner en valor la oferta turística, patrimonial y gastronómica de la provincia.

ceavprotour.com



Junio nos trajo la terrible noticia del fallecimiento de Nieves Domínguez, directora comercial de Maritim Hoteles. Nieves deja una huella imborrable en el sector turístico gracias a su larga trayectoria profesional, su cercanía y su compromiso. Siempre mostró una gran implicación con CEAV, participando activamente en nuestras iniciativas y colaborando con generosidad en todo aquello que contribuía al desarrollo de las agencias de viajes.

Su profesionalidad, calidad humana y disposición permanente al trabajo conjunto permanecerán en el recuerdo de quienes tuvimos la suerte de conocerla y compartir camino con ella.

Noticias

QUIRÓNSALUD, FLIINOW Y ENTERPRISE MOBILITY SE SUMAN A LA RED DE PARTNERS DE CEAV

CEAV ha ampliado en los últimos meses su red de partners con nuevas incorporaciones orientadas a ofrecer soluciones de valor a las agencias de viajes en ámbitos como la salud, la financiación flexible y la movilidad. De este modo, la confederación suma ya 35 partners.

Entre ellas se encuentra Quirónsalud, que se incorpora a CEAV aportando su experiencia en servicios sanitarios y asistenciales, un ámbito cada vez más relevante para el viajero y para las agencias que buscan ofrecer propuestas más completas, seguras y adaptadas a las nuevas necesidades del cliente.

También se ha sumado Fliinow, plataforma de pago aplazado especializada en el sector turístico. La compañía, fundada en Madrid en 2023, permite a los viajeros fraccionar el pago de sus viajes de forma digital e integrada en el proceso de reserva de las agencias. Su modelo facilita la comercialización de productos turísticos al ofrecer fórmulas de pago más flexibles y adaptadas al comportamiento actual del consumidor.

Por su parte, Enterprise Mobility se ha incorporado como partner plata de CEAV. Con más de 70 años de experiencia en movilidad, la compañía ofrece soluciones dirigidas tanto a viajeros de ocio como de negocios, con una propuesta que va más allá del alquiler tradicional de vehículos. Además, participará como patrocinador en el I Congreso Nacional de Agencias de Viajes.



Noticias

LA V CUMBRE IBÉRICA REFUERZA LA COOPERACIÓN ENTRE ESPAÑA Y PORTUGAL



CEAV, APAVT y AGAVI celebraron en Sanxenxo la V Cumbre Ibérica de Agencias de Viajes, un encuentro que reunió durante tres días a representantes de la distribución turística de España y Portugal para analizar desafíos comunes y reforzar la cooperación entre ambos mercados.

La jornada de trabajo abordó asuntos como la conectividad aérea, el modelo NDC, la evolución del modelo de negocio de las agencias, los nuevos sistemas de remuneración y la inteligencia artificial aplicada al turismo. En este contexto, se defendió la necesidad de que la tecnología y los nuevos modelos de distribución permitan a las agencias acceder a contenido comparable y competitivo, sin incrementar de forma desproporcionada sus costes operativos.



Uno de los momentos destacados fue la intervención de José Manuel Lastra, quien presentó las conclusiones de la encuesta realizada por CEAV sobre el impacto del conflicto de Oriente Próximo en las agencias de viajes. Aunque algunos segmentos y destinos se han visto afectados, también se puso de manifiesto la fortaleza del sector, con datos de crecimiento en facturación.

Además de las sesiones de trabajo, la cumbre incluyó un completo programa de actividades destinado a acercar a los asistentes a la oferta turística gallega y a reforzar el conocimiento del destino. Los participantes tuvieron la oportunidad de visitar espacios emblemáticos como el Pazo de Baión, la isla de Ons, el Real Club Náutico de Sanxenxo o el Museo-Pazo Quiñones de León en Vigo, combinando así el análisis profesional con el descubrimiento del territorio y su potencial turístico.

Por último, CEAV y APAVT pusieron en valor la importancia de continuar trabajando conjuntamente en los asuntos comunes que afectan al sector turístico de ambos países y acordaron reforzar la coordinación entre ambas organizaciones mediante la celebración de reuniones conjuntas mensuales.

Noticias

ACAVE REGRESA A CEAV Y CULMINA LA REUNIFICACIÓN DEL SECTOR



La Asamblea General de CEAV ratificó en junio la incorporación de ACAVE, con la que CEAV pasa a integrar 39 asociaciones y da un paso decisivo hacia una representación más unitaria del sector.

La vuelta de ACAVE fue uno de los compromisos asumidos por la nueva presidencia de la asociación, encabezada por Rafael Serra, y contó con el respaldo de cerca del 80 % de sus asociados. La reincorporación permite que ACAVE vuelva a formar parte de la Confederación, de la que fue miembro fundador.

El acuerdo contempla una representación proporcional de ACAVE en los órganos de gobierno de CEAV, incluido

el Consejo Directivo y el Comité Ejecutivo, así como en las instituciones en las que participa la Confederación. Además, ACAVE compartirá con CEAV su representación en ECTAA.

La integración se produce en un momento marcado por importantes desafíos regulatorios, tecnológicos y de mercado, entre ellos la revisión de la Directiva de Viajes Combinados, la aplicación del Real Decreto 933/2021, la transformación digital, la inteligencia artificial y las relaciones con los grandes proveedores turísticos.

Noticias en breve

NUEVOS WEBINARS



CEAV ha continuado ampliando su oferta formativa con un nuevo ciclo de webinars dirigidos a las agencias de viajes, en los que se han abordado cuestiones jurídicas, tecnológicas y comerciales de especial interés para el sector.

En el marco de Las mañanas de Derecho y Turismo, la Confederación organizó una sesión dedicada a analizar la nueva Directiva (UE) 2026/1024 de Viajes Combinados y sus implicaciones jurídicas y operativas para las agencias de viajes. Asimismo, en colaboración con iryo, se celebró un webinar centrado en las principales novedades de la compañía ferroviaria, con información práctica sobre destinos, tarifas, reservas para grupos y otros servicios de interés para los profesionales.

La programación se completó con una formación sobre Microsoft Copilot Chat, organizada junto a Gadesoft y Microsoft, en la que las agencias conocieron aplicaciones prácticas de la inteligencia artificial para mejorar su productividad diaria, y con un webinar dedicado al destino Sri Lanka, que permitió descubrir las principales propuestas turísticas de este país y las oportunidades que ofrece para la comercialización a través de las agencias de viajes.

ACUERDO CON LA OFICINA DE TURISMO DE MACAO

CEAV ha alcanzado un acuerdo de colaboración con la Oficina de Turismo de Macao para reforzar la promoción del destino entre las agencias de viajes españolas. La alianza permitirá desarrollar acciones de formación, difusión y conocimiento de producto dirigidas al canal profesional, acercando a los agentes las múltiples posibilidades turísticas que ofrece el territorio.

Como parte de este acuerdo, Macao será Destino Preferente de CEAV en 2027, lo que le permitirá contar con una presencia destacada en las iniciativas y canales de comunicación de la Confederación. La colaboración pondrá el foco en su patrimonio cultural, su oferta gastronómica, sus propuestas de ocio y su posición estratégica como puerta de entrada a Asia, facilitando a las agencias nuevas herramientas para ampliar y diversificar su oferta.

[Formación CEAV](#)

Noticias en breve

TERRACEO AON

Aon Travel, en colaboración con CEAV, celebró una nueva edición de su tradicional encuentro de verano, que reunió en Madrid a más de 150 profesionales de la industria turística, entre agencias de viajes, turoperadores, asociaciones y empresas del sector. La cita volvió a convertirse en un espacio de networking e intercambio de experiencias entre los principales actores del turismo.



REACTIVACIÓN DEL FONDO PARA LA DEFENSA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

CEAV ha reactivado la actividad del Fondo para la Defensa Jurídica y la Representatividad de las Agencias de Viajes, una iniciativa creada en octubre de 2020, en plena pandemia, para reforzar la defensa de los intereses del sector y apoyar la representación jurídica de las agencias españolas.

El fondo cuenta actualmente con 13 miembros, entre ellos grupos de gestión, redes de agencias y grandes empresas del sector.

Noticias en breve

JORNADA SOBRE BONIFICACIONES AL TRANSPORTE AÉREO



CEAV celebró el pasado 9 de julio una jornada formativa sobre la aplicación de las bonificaciones al transporte aéreo para residentes en Canarias, Baleares, Ceuta y Melilla. La sesión fue impartida por la Dirección General de Aviación Civil y organizada en colaboración con ACAVyT y AVIBA.

Durante la jornada se analizaron los principales aspectos técnicos y operativos relacionados con la gestión de estas bonificaciones, resolviendo las dudas planteadas por las agencias de viajes y contribuyendo a mejorar el conocimiento de una normativa esencial para la correcta tramitación de este tipo de reservas.

REUNIÓN CON LA AGENCIA TRIBUTARIA

CEAV mantuvo una reunión con responsables del área inspectora de la Agencia Estatal de Administración Tributaria para solicitar su intervención frente a la actividad sumergida vinculada al intrusismo profesional en la comercialización de viajes combinados.

Desde el verano de 2024, CEAV ha presentado 124 denuncias contra personas físicas o jurídicas que presuntamente venden viajes combinados sin contar con la garantía frente a la insolvencia exigida por la normativa y sin cumplir el resto de requisitos necesarios para ejercer legalmente esta actividad.

Tras conocer la situación, responsables de la Inspección de la AEAT solicitaron a CEAV información y documentación relativa a las actividades denunciadas, con el objetivo de analizar los indicios y valorar posibles actuaciones inspectoras o sancionadoras.

ACUERDO CON LA ORGANIZACIÓN NACIONAL DE TURISMO DE JAPÓN

CEAV ha renovado su colaboración con la Oficina Nacional de Turismo de Japón con el objetivo de seguir acercando el destino a las agencias de viajes españolas y potenciar su comercialización a través del canal profesional. El acuerdo contempla el desarrollo de distintas acciones de promoción y formación dirigidas a los agentes de viajes, con especial atención a las experiencias diferenciales que ofrece el país.

En el marco de esta colaboración, ambas entidades trabajarán conjuntamente en iniciativas que permitan ampliar el conocimiento del destino entre las agencias. De este modo, Japón faltará a su cita formativa anual con la celebración del webinar el próximo mes de noviembre y estará presente en el workshop de Bilbao de la gira CEAV Protour.

Noticias

ASEET CELEBRÓ SU GALA BENÉFICA ANUAL



La Asociación de Ejecutivas de Empresas Turísticas (ASEET) celebró a principios de mes su Gala Benéfica Anual en el Hotel Ilunion Atrium de Madrid. La cita reunió a más de 150 profesionales del sector turístico en una velada solidaria destinada a apoyar proyectos con impacto social real.

En esta edición, la gala contribuirá a tres iniciativas: el Proyecto Lucía de ILUNION Hotels, un programa anual de acción social articulado en torno a cinco causas; la Fundación Abracadabra, que organiza talleres de magia para niños y niñas en tratamiento oncológico; y la Fundación Pablo Horstmann, que trabaja en la construcción del Centro de Formación Profesional San José en Migori (Kenia).

La velada combinó música, emoción y sorteos gracias a la colaboración de numerosas empresas turísticas, entre las que se encuentra CEAV.

Para Teresa García, presidenta de ASEET, “esta gala benéfica representa no solo un punto de encuentro entre profesionales del sector turístico, sino también una muestra del compromiso firme de las mujeres líderes del turismo con la justicia social. Gracias a la generosidad de los asistentes y colaboradores, los fondos recaudados permitirán impulsar tres proyectos que transforman vidas y aportan dignidad donde más se necesita. Desde ASEET creemos en un turismo con propósito, y esta noche ha sido una prueba más de que la solidaridad también viaja con nosotras”.

iryo



Nuevo espacio **silencio**

agencias.iryoyeu



El poder de viajar mejor

ceav
news

El poder de viajar mejor

Por Mayte Redondo,
fundadora de Travel 2 Care People and Planet

Cada verano millones de personas hacemos las maletas con la ilusión de descubrir nuevos lugares. Cambiamos de paisaje, de rutina y buscamos experiencias que recordar durante años. Sin embargo, pocas veces nos detenemos a pensar que cada viaje deja una huella en el destino que visitamos.

La buena noticia es que esa huella no tiene por qué ser negativa. Viajar de forma responsable no significa renunciar a disfrutar ni gastar más dinero. Significa tomar decisiones más conscientes que permitan que nuestra visita beneficie al lugar que nos acoge y a las personas que viven en él.

El turismo puede ser una extraordinaria herramienta de conservación del patrimonio, de generación de empleo y de desarrollo local. Pero también puede deteriorar ecosistemas, poner en riesgo tradiciones y dificultar la vida cotidiana de las comunidades cuando no se gestiona adecuadamente. Como viajeros, todos tenemos parte de responsabilidad.

EL VIAJE EMPIEZA MUCHO ANTES DE SALIR DE CASA

La primera decisión importante no es qué meter en la maleta, sino dónde queremos viajar.

Durante años hemos asociado las vacaciones con los destinos más populares o con aquellos que aparecen constantemente en redes sociales. Sin embargo, cada vez son más los viajeros que buscan autenticidad, tranquilidad y experiencias que les permitan conectar con la cultura local.

España ofrece innumerables ejemplos: pequeños municipios, destinos rurales, parques naturales o zonas del interior donde el turismo representa una oportunidad para fijar población y mantener vivas tradiciones, oficios y patrimonio. Del mismo modo, cuando viajamos al extranjero, elegir destinos emergentes o viajar fuera de temporada



contribuye a repartir mejor los beneficios del turismo y reduce la presión sobre los lugares más saturados.

No siempre el mejor viaje es el más lejano; muchas veces es el que deja el mayor valor allí donde se realiza.

NUESTRAS DECISIONES TIENEN UN EFECTO DIRECTO

Cada reserva, cada comida y cada actividad son una forma de decidir qué modelo turístico queremos apoyar.

Cuando elegimos alojamientos, restaurantes o empresas de actividades gestionados localmente, una mayor parte de la riqueza permanece en el destino. Ese gasto ayuda a mantener empleo, pequeñas empresas, productores locales y proyectos que conservan el patrimonio natural y cultural.

También nuestras actividades hablan de nuestros valores. Observar fauna sin interferir en su comportamiento, recorrer un sendero, navegar en kayak o descubrir una ciudad caminando suelen generar recuerdos mucho más auténticos que aquellas propuestas que implican sufrimiento animal o un elevado impacto ambiental.

El poder de viajar mejor



Viajar bien consiste en disfrutar dejando el menor impacto posible.

EL MEJOR RECUERDO NO SIEMPRE CABE EN LA MALETA

Todos queremos volver a casa con un recuerdo. Sin embargo, algunos de los souvenirs más habituales nunca deberían salir del lugar donde los encontramos.

Conchas, corales, arena, piedras, fósiles o productos elaborados con especies protegidas cumplen una función esencial en los ecosistemas o forman parte del patrimonio natural. Extraerlos puede parecer un gesto insignificante, pero multiplicado por millones de visitantes provoca un impacto enorme.

En cambio, adquirir artesanía auténtica o productos elaborados por pequeños productores locales contribuye directamente a preservar la cultura y genera oportunidades económicas para quienes mantienen vivas esas tradiciones.

LAS AGENCIAS PUEDEN MARCAR LA DIFERENCIA

Las agencias de viajes desempeñan un papel mucho más importante del que a menudo imaginan. No solo organizan viajes; también orientan las decisiones de miles de personas.

Una recomendación puede animar **a viajar fuera de temporada, descubrir destinos menos conocidos, contratar empresas comprometidas con la sostenibilidad** o participar en **experiencias que beneficien realmente a la población local**.

En un momento en el que los viajeros buscan cada vez más autenticidad, **las agencias tienen la oportunidad de convertirse en auténticas prescriptoras de un turismo de mayor calidad, capaz de generar valor para los viajeros y el destino**.

Y para facilitar ese camino, **hemos preparado una ["Guía para viajar bien"](#)** con recomendaciones prácticas que las agencias pueden compartir con sus clientes antes de cada viaje mediante el código QR que acompaña este artículo. Porque un viajero mejor informado siempre deja una huella más positiva.

Cada pequeño gesto, desde elegir un alojamiento local hasta respetar las costumbres del destino o comprar artesanía auténtica, contribuye a que el turismo siga siendo una fuente de prosperidad y conservación. Porque viajar mejor no consiste en hacer menos turismo, sino en hacerlo de forma más consciente.





No es llegar
y querer
VERLO TODO

SABOREANDO

Bocado a bocado, paso a paso.



www.tastingspain.com



Entrevista a **Rafa Serra**

Entrevista a **RAFA SERRA**

PRESIDENTE DE ACAVE



1 La reincorporación de ACAVE a CEAV supone una de las noticias más relevantes para el sector en los últimos años. ¿Qué factores han sido determinantes para hacer posible este regreso y qué mensaje crees que envía al conjunto de las agencias de viajes?

La unidad sectorial es uno de los temas más importantes del sector porque es clave tener una voz única, más aún cuando todo el sector está de acuerdo en este punto. Por lo tanto, es importante no perder el foco en disputas sectoriales internas.

Al final, lo único que ha hecho esta nueva Junta es asegurar que un tema de esta relevancia lo decidan los socios vía Asamblea: el 80% han votado a favor de volver a CEAV, y por lo tanto el mensaje es claro: el sector quiere avanzar unido.

Pienso que los temas estratégicos deben pasar por Asamblea por transparencia democrática y por valor asociativo.

2 La unidad sectorial ha sido uno de los objetivos de tu presidencia desde el inicio. ¿Qué ventajas aporta a las agencias contar con una representación más fuerte y cohesionada ante administraciones, proveedores e instituciones nacionales e internacionales?

Considero que debemos poner el foco en los problemas reales del sector (no estructurales) y debemos tener una única voz de cara a administraciones. No puede ser que tres entidades se reúnan con la administración para lo mismo. Debemos apostar también por el trabajo de equipo (no duplicar comités de trabajo en distintas asociaciones). Debemos lograr la solidaridad asociativa: participamos todos con la representatividad y el coste correspondiente.

Entrevista a **RAFA SERRA**

PRESIDENTE DE ACAVE

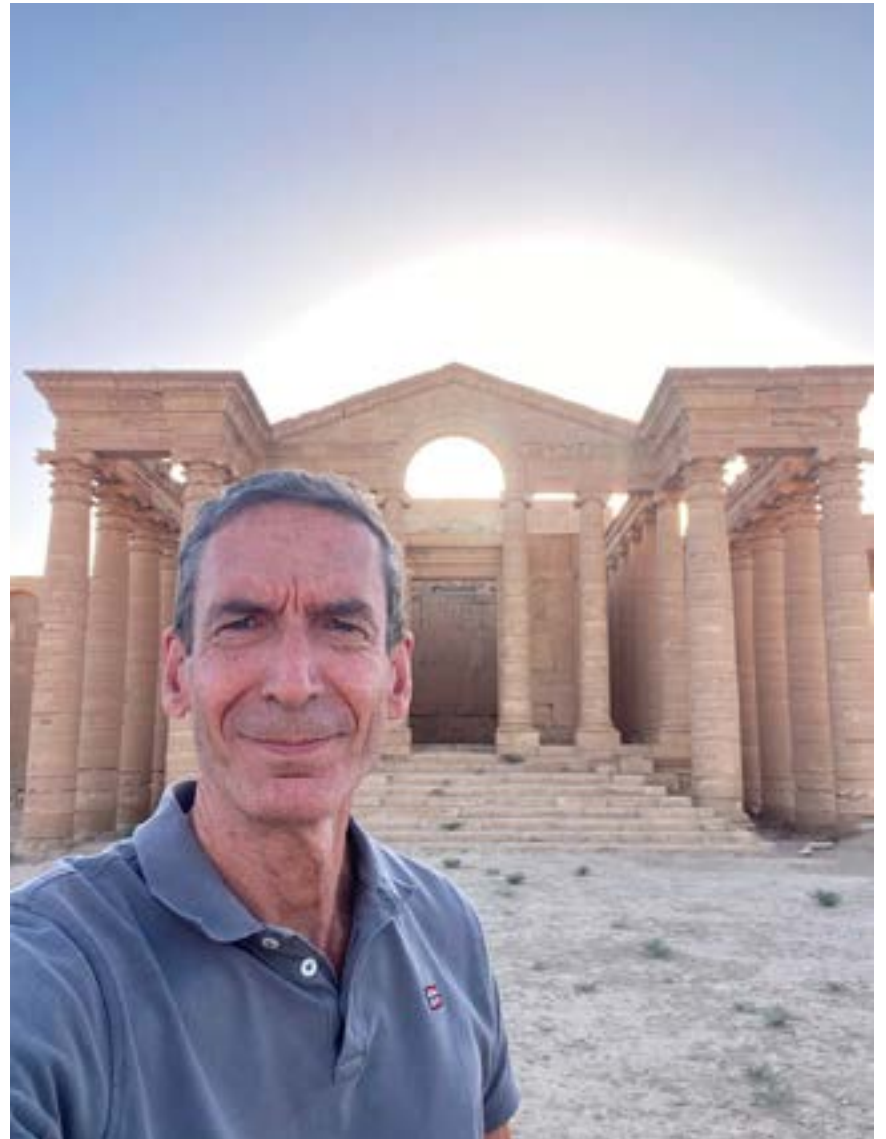
3 **ACAVE es una de las asociaciones con mayor representatividad del país y cuenta con una amplia diversidad de empresas asociadas. ¿Qué aportará esta experiencia a los órganos de gobierno y grupos de trabajo de CEAV?**

ACAVE es la asociación más importante del país, por número de socios (unos 350), equipo profesional (9 personas), presupuesto (casi 800.000€) y también es la única representante en ECTAA para el sector en España. Aportaremos trabajo en equipo, compartiremos conocimiento y el trabajo de nuestros comités. Ayudaremos también con nuestro equipo profesional como el departamento jurídico.

Y por supuesto, nuestro conocimiento de ECTAA. Principalmente queremos aportar nuestras ganas de trabajar e impulsar proyectos nuevos que faciliten el día a día de nuestros socios.

4 **El sector afronta importantes desafíos relacionados con la regulación, la digitalización, la inteligencia artificial o las relaciones con los grandes proveedores turísticos. ¿Cuáles consideras que son las prioridades sobre las que ACAVE y CEAV deben trabajar conjuntamente en esta nueva etapa?**

Para nosotros, las prioridades empiezan por cubrir el riesgo de la fuerza mayor al cual nos obliga la directiva europea. También apostar por un fondo de cobertura (modelo polaco) con el que podamos cubrir los gastos imprevistos que generan casos como catástrofes naturales, guerras, etc. Y trabajar en colaboración con la administración para posicionar los DMC's como generadores de producto en el territorio.



ARKRIA: el partner operativo y tecnológico que acompaña a las agencias en cada fase de su operativa

Asistencia 24/7, apoyo en operaciones especiales, outsourcing especializado, formación, procesos y soluciones tecnológicas a medida para agencias de viajes, TMCs y empresas turísticas.

En un entorno turístico cada vez más exigente, las agencias necesitan algo más que un proveedor puntual: necesitan un partner capaz de reforzar su estructura, optimizar procesos y ofrecer continuidad operativa. Arkria acompaña a las agencias allí donde la operativa, la tecnología y el servicio al cliente se encuentran.



Qué hacemos



Asistencia 24/7 al viajero



Apoyo en operaciones especiales



Outsourcing de agentes formados



Implementación de soluciones tecnológicas a medida



Protocolos, procedimientos y auditorías internas



Formación de equipos y perfiles GDS

Arkria no es únicamente un servicio de asistencia fuera de horario. Somos un partner operativo y tecnológico para agencias de viajes, TMCs y empresas turísticas, especializado en aportar soluciones reales allí donde la operativa diaria necesita refuerzo, estructura, automatización o acompañamiento experto.



ASISTENCIA
24/7



SOPORTE
ESPECIALIZADO



PROFESIONALES
A TU SERVICIO



CONTINUIDAD
OPERATIVA



Arkria ayuda a las agencias de viajes a operar mejor, responder más rápido y escalar con más seguridad.



Las asociaciones nos informan

ceav
news

Las asociaciones nos informan

+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



+



Las asociaciones nos informan

ATRAE ESTRENA NUEVA IDENTIDAD CORPORATIVA



ATRAE – Agencias Turísticas Receptivas de Euskadi ha presentado su nueva identidad corporativa, una renovación de imagen que refleja la evolución de la entidad y su adaptación a los nuevos retos del sector turístico. El cambio responde al deseo de proyectar una organización más moderna, cercana y alineada con las necesidades actuales de las agencias de viajes especializadas.

La nueva identidad mantiene los valores que han guiado a la asociación desde su creación, al tiempo que refuerza su posicionamiento como entidad comprometida con la profesionalización, la innovación y la defensa de los intereses de sus asociados. La renovación también incluye una actualización de sus canales de comunicación para mejorar la relación con sus miembros y con el conjunto del sector.

Con este paso, ATRAE inicia una nueva etapa en la que continuará impulsando iniciativas orientadas a fortalecer el papel de las agencias especializadas y favorecer el intercambio de conocimiento entre los profesionales.



Las asociaciones nos informan

ACAVYT CELEBRA SU III ENCUENTRO REGIONAL

La Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Turoperadores (ACAVyT) celebró en Tenerife la tercera edición de su Encuentro Regional, una cita que reunió a profesionales del sector para compartir experiencias y analizar los principales desafíos que afrontan las agencias de viajes en el archipiélago.

El programa combinó ponencias, sesiones de trabajo y espacios de networking, favoreciendo el intercambio de ideas entre agencias, proveedores e instituciones. Durante la jornada se abordaron cuestiones relacionadas con la evolución del mercado turístico, la conectividad, la digitalización y las oportunidades de crecimiento para el sector.

El encuentro volvió a poner de manifiesto la importancia del asociacionismo como herramienta

para afrontar los retos comunes y fortalecer la colaboración entre las empresas turísticas de Canarias.

Durante la inauguración del encuentro, Ignacio Poladura, presidente de la Asociación Canaria de Agencias de Viajes y Turoperadores (ACAVyT), destacó la evolución que ha experimentado el sector en los últimos años y la consolidación de las agencias como empresas altamente especializadas.

"Las agencias de viajes han demostrado una enorme capacidad de adaptación. Hoy nuestro valor no está solo en la intermediación, sino en el asesoramiento, la experiencia y la cercanía con el cliente. Esa evolución es la que nos permite seguir siendo una pieza esencial dentro del turismo canario".



Las asociaciones nos informan

LA ASOCIACIÓN DE AGENCIAS DE VIAJES DE ARAGÓN SE INCORPORA AL COMITÉ GESTOR DE CEHTA

La Asociación Aragonesa de Agencias de Viajes ha pasado a formar parte del Comité Gestor de la Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón (CEHTA), reforzando así la presencia de las agencias de viajes en el principal órgano de representación empresarial del turismo aragonés.

La incorporación permitirá trasladar las necesidades y propuestas del subsector a los diferentes ámbitos de trabajo de la Confederación, favoreciendo una mayor coordinación con el resto de actividades turísticas y fortaleciendo la interlocución con las administraciones públicas.

Con esta participación, las agencias de viajes ganan presencia en un foro estratégico para el desarrollo del turismo en Aragón, contribuyendo a impulsar iniciativas conjuntas que beneficien al conjunto de la industria turística.



AEDAV APUESTA POR LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL PARA LAS AGENCIAS DE VIAJES



La Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Andalucía (AEDAV) ha reforzado su programa formativo con una jornada centrada en la aplicación de la inteligencia artificial al trabajo diario de las agencias de viajes.

Durante la sesión se presentaron distintas herramientas y casos prácticos orientados a mejorar la productividad, automatizar procesos y optimizar la atención al cliente, mostrando las posibilidades que ofrece esta tecnología para la gestión empresarial.

La formación despertó un notable interés entre los asistentes y se enmarca dentro de la estrategia de AEDAV de acercar a sus asociados soluciones innovadoras que contribuyan a mejorar su competitividad.

Las asociaciones nos informan

VALLADOLID APUESTA POR EL TURISMO DE EXPERIENCIAS CON UNA JORNADA DE RECEPTIVO EN TIEDRA



La Asociación Vallisoletana de Agencias de Viajes (AVAV), en colaboración con el Ayuntamiento y la Diputación de Valladolid, organizó una nueva Jornada de Turismo Receptivo con el objetivo de acercar a los profesionales del sector algunos de los recursos turísticos más singulares de la provincia.

La localidad de Tiedra fue el escenario elegido para una jornada de prospección en la que las agencias de viajes pudieron conocer de primera mano tres iniciativas que representan el potencial del turismo de experiencias: el Centro de Interpretación de Tiedra, el Centro Astronómico de Tiedra –referente nacional en astroturismo– y la explotación apícola Miel Setentaynueve, ejemplo de cómo el agroturismo puede convertirse en un atractivo diferenciador para el visitante.

La actividad permitió combinar patrimonio, naturaleza, gastronomía y divulgación científica en una propuesta que demuestra la capacidad de los destinos rurales para ofrecer experiencias auténticas, sostenibles y de alto valor añadido.

Este tipo de acciones refuerzan el papel de las agencias de viajes como prescriptoras del territorio, ya que conocer personalmente los recursos turísticos facilita su posterior comercialización y contribuye a generar nuevas oportunidades para el turismo receptivo.

La jornada puso de manifiesto la importancia de la colaboración entre administraciones públicas y sector privado para impulsar productos turísticos innovadores que favorezcan la diversificación de la oferta, la desestacionalización y el desarrollo económico del medio rural.

Iniciativas como esta consolidan a la provincia de Valladolid como un destino capaz de sorprender al visitante a través de propuestas que combinan ciencia, naturaleza, cultura y tradición, ofreciendo nuevas experiencias que enriquecen la oferta turística de Castilla y León.



Las asociaciones nos informan

AGAVI REÚNE AL SECTOR EN UNA NUEVA EDICIÓN DEL TRAVEL FORUM

AGAVI ha estrenado este año los **AGAVI Travel Forum**, una serie de jornadas diseñadas para poner en valor diferentes destinos turísticos y fomentar el networking entre proveedores de distintos segmentos del sector y las agencias asociadas a la Asociación Gallega de Agencias de Viajes.

A lo largo de 2026, los AGAVI Travel Forum han recorrido las ciudades de **A Coruña, Lugo, Vigo y Pontevedra**, donde concluyó. En este último encuentro se promovió el conocimiento de la Rías Baixas como destino anfitrión, destacando especialmente la difusión de información turística de la provincia de Pontevedra mediante la proyección de un vídeo promocional dirigido a los asistentes.

Estas jornadas han puesto de manifiesto la importancia de las relaciones humanas y de la colaboración entre los diferentes profesionales del sector turístico. Asimismo, han servido para dar a conocer productos y experiencias que permiten ofrecer a los clientes propuestas más sostenibles y respetuosas con el medio ambiente.



El objetivo común es avanzar hacia un modelo turístico basado en la calidad, la sostenibilidad y las buenas prácticas, donde la experiencia del cliente siga siendo una prioridad sin renunciar al compromiso con el entorno.

LA ASOCIACIÓN DE HUELVA PARTICIPA EN EL III FORO DE TURISMO DE LA FOE



La Federación Onubense de Empresarios (FOE), junto con la Asociación Provincial de Agencias de Viajes de Huelva organizaron el III Foro de Turismo, un encuentro que reunió a representantes públicos y privados para debatir sobre el presente y el futuro del turismo en la provincia.

Las agencias de viajes estuvieron representadas en las diferentes mesas de trabajo, donde se analizaron cuestiones relacionadas con la conectividad, la sostenibilidad, la promoción de los destinos y la colaboración entre administraciones y empresas.

El foro sirvió para poner de manifiesto la importancia del trabajo conjunto entre todos los actores del sector como elemento clave para seguir impulsando el desarrollo turístico de Huelva.

Las asociaciones nos informan

LAS AGENCIAS DE VIAJES VOLVERÁN A COMERCIALIZAR EL CLUB DE LOS 60 EN CASTILLA Y LEÓN

Las agencias de viajes de Castilla y León volverán a participar en la comercialización del programa Club de los 60 en 2027, consolidando un modelo que ya demostró su eficacia en la edición anterior. La continuidad de este sistema permitirá que los usuarios puedan seguir realizando sus reservas a través de la agencia de viajes de su elección, beneficiándose de un servicio cercano, profesional y personalizado.

Desde la Federación Castellano y Leonesa de Agencias de Viajes (FECLAV) valoran muy positivamente esta decisión, fruto del diálogo mantenido con la Administración y del buen funcionamiento del modelo implantado. La amplia red de oficinas repartidas por toda la Comunidad ha facilitado el acceso al programa a miles de personas, especialmente en municipios donde las agencias constituyen un servicio de proximidad de gran valor.

FECLAV considera que esta fórmula demuestra la aportación de las agencias de viajes a los programas de turismo social y defiende que este tipo de iniciativas deben seguir orientadas a favorecer el acceso a



las vacaciones, la cohesión territorial y el desarrollo económico. La Federación continuará trabajando para consolidar un modelo basado en la colaboración entre las administraciones públicas y las agencias de viajes.

LA NIT DEL SOCI DE ACAVE REÚNE A MÁS DE 260 PROFESIONALES DEL SECTOR

ACAVe celebró el pasado 1 de julio la 11ª edición de la **Nit del Soci**, una cita que volvió a congrega a más de 260 profesionales del sector turístico en el espacio Azul Rooftop Barcelona.

El encuentro reunió a agencias de viajes, empresas colaboradoras, instituciones y representantes de la industria turística en una velada concebida para favorecer el networking y fortalecer las relaciones profesionales entre los distintos actores del sector.

La jornada contó con el apoyo del Ayuntamiento de Barcelona, ERGO Seguros de Viajes, Iberia Cards y el Ministerio de Turismo de la República Dominicana, consolidándose un año más como una de las principales citas del calendario asociativo de ACAVe.



Las asociaciones nos informan

RECONOCIMIENTO AL COMPROMISO DEL SECTOR CON LA SOSTENIBILIDAD EN ARAGÓN

La ciudad de Huesca fue escenario de la gala de los Premios de Hostelería y Turismo de Aragón dentro del Plan de Sostenibilidad Social que ha ejecutado la Confederación de Empresarios de Hostelería y Turismo de Aragón (CEHTA) a la que pertenece la Asociación de Agencias de Viajes de Aragón.

El tema de este año fue la Sostenibilidad Social del Turismo y José Manuel Clúa, presidente de la Asociación, fue premiado por su proyecto de Inversión Social sobre la Organización Defensiva de los Pirineos.



[Abrir vídeo](#)

En la gala se entregaron también reconocimientos a miembros de la Asociación de Agencias de Viajes de Aragón por haber colaborado en la creación y desarrollo de un Plan de Sostenibilidad Social del Turismo en Aragón, adaptarlo posteriormente al sector de agencias de Viajes e iniciar su implantación.





Europ Assistance es ahora Redion

Más que un cambio de nombre.

Redion refleja nuestra evolución como compañía global de asistencia y cuidado, manteniendo intacto nuestro compromiso con clientes, partners y viajeros.

By your side - Always ready. Always on.



Redion, el nuevo nombre de Europ Assistance

Entrevista a Lorea Uranga

Entrevista a

LOREA URANGA

PRESIDENTA DE BIDAIKIDE

1 BIDAIKIDE se ha incorporado hace poco a CEAV. ¿Qué ha motivado esta decisión y qué supone para las agencias de viajes de Gipuzkoa formar parte de la confederación?

La incorporación de BIDAIKIDE a CEAV responde a una convicción firme: en un sector tan dinámico y en constante evolución como el nuestro, las agencias de viajes somos más fuertes cuando trabajamos unidas y contamos con una representación sólida.

Desde BIDAIKIDE creemos profundamente en el valor del asociacionismo. Las asociaciones somos el nexo entre las empresas y las instituciones, el espacio donde compartir experiencias, afrontar retos comunes y defender los intereses del sector. Pero, además, entendemos que esa representación debe tener también una dimensión estatal. Formar parte de CEAV nos permite sumar la voz de las agencias independientes de Gipuzkoa a un proyecto común que representa a la inmensa mayoría del sector.

Para nuestras agencias, pertenecer a CEAV supone acceder a una representación de primer nivel ante las administraciones, participar en los debates que marcarán el futuro del turismo y beneficiarse del conocimiento, la formación y las iniciativas que impulsa la Confederación. Pero, sobre todo, supone formar parte de una red en la que compartir, colaborar y crecer juntos.

Estamos convencidos de que el futuro de las agencias de viajes pasa por la unión. Cuanto más cohesionados esté el sector y más fuerte sea nuestra representación, mayor capacidad tendremos para afrontar los desafíos, poner en valor nuestra profesionalidad y seguir ofreciendo el mejor servicio a los viajeros. Ese es el espíritu que nos ha llevado a incorporarnos a CEAV y que queremos seguir impulsando desde BIDAIKIDE.



2 En un momento en el que las agencias afrontan importantes desafíos regulatorios, tecnológicos y de mercado, ¿qué ventajas aporta el asociacionismo a las empresas y por qué considera importante reforzar la unidad sectorial?

Vivimos un momento de grandes transformaciones. A los cambios tecnológicos y a la evolución de las demandas de los viajeros se suman nuevos retos regulatorios que afectan directamente a la actividad diaria de las agencias. En este contexto, afrontar estos desafíos de manera individual resulta cada vez más complejo.

El asociacionismo aporta precisamente esa fortaleza colectiva. Una asociación escucha, acompaña, informa y defiende los intereses de sus asociados, pero también genera espacios de colaboración y de intercambio de conocimiento que ayudan a las empresas a adaptarse y seguir siendo competitivas. Cuando

Entrevista a

LOREA URANGA

PRESIDENTA DE BIDA KIDE

las agencias comparten inquietudes y trabajan juntas, el sector avanza con mayor solidez.

Ahora bien, esa unión cobra aún más sentido cuando las asociaciones territoriales formamos parte de una organización como CEAV. Es la Confederación la que canaliza las necesidades del conjunto del sector y las traslada con una voz única y legitimada ante las administraciones, las instituciones y el resto de agentes turísticos.

Por eso creo que reforzar la unidad sectorial es una responsabilidad compartida. No se trata solo de pertenecer a una asociación, sino de construir entre todos un sector cohesionado, fuerte y capaz de anticiparse a los cambios.

3 Uno de los objetivos de BIDA KIDE es promover una contratación turística segura y profesional. ¿Qué papel desempeñan las agencias de viajes acreditadas frente al intrusismo y a otros canales que operan sin las mismas garantías para el consumidor?

La seguridad y la confianza son dos de los mayores valores que aporta una agencia de viajes acreditada. Detrás de cada reserva hay profesionales cualificados, empresas que cumplen con la normativa vigente, cuentan con las garantías legales exigidas y asumen una responsabilidad frente al cliente antes, durante y después del viaje.

En un mercado cada vez más complejo y digitalizado, el consumidor dispone de una enorme oferta de canales de contratación. Sin embargo, no todos ofrecen el mismo nivel de protección, asesoramiento ni capacidad de respuesta cuando surgen incidencias. La diferencia entre comprar un viaje y contar con un profesional que acompaña al viajero en todo el proceso se hace especialmente evidente en situaciones imprevistas.

Desde BIDA KIDE defendemos una contratación turística segura, transparente y responsable. Creemos que es fundamental que el consumidor conozca el valor añadido que ofrece una agencia de viajes acreditada: asesoramiento personalizado, información rigurosa, cumplimiento de la normativa, garantías económicas y un compromiso permanente con la calidad del servicio.

Asimismo, es importante seguir trabajando para combatir el intrusismo profesional, porque no solo genera competencia desleal, sino que también puede poner en riesgo los derechos y la protección de los viajeros. En este ámbito, las asociaciones y CEAV desempeñan un papel esencial, colaborando con las administraciones para defender un mercado más transparente, unas reglas de juego equitativas y el reconocimiento del valor que aportan las agencias de viajes legalmente establecidas.

En definitiva, elegir una agencia de viajes acreditada es elegir profesionalidad, seguridad y tranquilidad. Y esa confianza es, hoy más que nunca, uno de los principales activos de nuestro sector.

4 La formación y la profesionalización son dos de los ejes de trabajo tanto de BIDA KIDE como de CEAV. ¿Cuáles son las principales necesidades formativas que detectan actualmente entre las agencias de viajes?

La formación continua se ha convertido en una necesidad estratégica para las agencias de viajes. Nuestro sector evoluciona a gran velocidad y exige profesionales capaces de adaptarse a los cambios tecnológicos, regulatorios y a las nuevas demandas de los viajeros. Hoy, aprender de forma permanente

Entrevista a

LOREA URANGA

PRESIDENTA DE BIDA IKIDE

ya no es una opción, sino una condición para seguir siendo competitivos.

Entre las principales necesidades formativas detectamos todo lo relacionado con la transformación digital y la incorporación de nuevas herramientas, incluida la inteligencia artificial, que ya está empezando a cambiar la forma en que trabajamos y nos relacionamos con los clientes. Pero también existe una demanda creciente de formación en aspectos normativos, sostenibilidad, ciberseguridad, comercialización y especialización en productos y destinos.

No obstante, la profesionalización va mucho más allá de adquirir conocimientos técnicos. También implica desarrollar capacidades de asesoramiento, escucha y atención personalizada, que son precisamente las que diferencian a las agencias de viajes profesionales en un mercado cada vez más automatizado.

En este ámbito, las asociaciones desempeñamos un papel fundamental. Desde BIDA IKIDE trabajamos para acercar formación útil y adaptada a las necesidades reales de nuestras agencias, y hacerlo de la mano de CEAV multiplica las oportunidades y los recursos disponibles. La Confederación realiza una labor extraordinaria poniendo a disposición del sector programas formativos de gran calidad, compartiendo conocimiento y anticipándose a los retos que marcarán el futuro de nuestra profesión.

5 Con esta nueva etapa dentro de CEAV, ¿qué objetivos se marca BIDA IKIDE y qué le gustaría aportar al conjunto de la Confederación y de las agencias de viajes españolas?

Esta incorporación supone para BIDA IKIDE el inicio de una etapa muy ilusionante. Nuestro principal objetivo es seguir fortaleciendo el tejido de agencias de viajes independientes de Gipuzkoa, ofreciéndoles una representación cercana, servicios de valor y un espacio donde compartir



conocimiento, experiencias e inquietudes. Pero, al mismo tiempo, queremos contribuir activamente a un proyecto colectivo que trasciende nuestro ámbito territorial.

Nos incorporamos a CEAV con una actitud de colaboración, convencidos de que las mejores soluciones nacen del diálogo, del intercambio de experiencias y del trabajo conjunto. Cada asociación conoce de primera mano la realidad de su territorio y esa diversidad enriquece a la Confederación, permitiéndole representar con mayor fortaleza al conjunto del sector.

Queremos aportar la visión y la experiencia de las agencias independientes, compartir buenas prácticas y participar de forma activa en aquellas iniciativas que contribuyan a prestigiar nuestra profesión, impulsar la innovación, mejorar la competitividad de las empresas y reforzar el reconocimiento del papel que desempeñan las agencias de viajes en la cadena de valor del turismo.

Ese es el compromiso con el que BIDA IKIDE se incorpora a CEAV: sumar, participar y trabajar para que la voz de las agencias de viajes sea cada vez más fuerte, más representativa e influyente.



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



ceav partners

PLATA



BRONCE



LA CIRCULACIÓN DE LOS TRENES DE RENFE, EN TIEMPO REAL

UNA NUEVA WEB MUESTRA SOBRE EL MAPA LA UBICACIÓN ACTUALIZADA DE LOS RECORRIDOS Y OTRA INFORMACIÓN DE INTERÉS PARA MEJORAR LA EXPERIENCIA DE VIAJE

Visualizar en tiempo real la circulación de los trenes de Renfe está ya al alcance de los viajeros a través de una nueva web que ofrece información de utilidad para los desplazamientos, como puede ser recorridos, horarios y posición de los trenes de alta velocidad, larga y media distancia.

Con esta nueva herramienta, Renfe avanza un paso más en su apuesta por la innovación tecnológica y en su compromiso estratégico orientado a mejorar la experiencia de los usuarios. Para ello, la compañía pone el foco en la implantación de servicios que proporcionen información práctica para que los viajeros puedan planificar sus viajes de forma más precisa y simplificada.

En este nuevo recurso, denominado Visor Tiempo Real, los usuarios pueden visualizar el mapa de la red ferroviaria sobre el que aparecen representados todos los trenes que estén circulando en el momento de la consulta. Además, es posible seleccionar cualquiera de los trenes en movimiento y obtener así más detalles sobre su recorrido, horario y, de forma sencilla, la actualización de la posición.

Los trenes están representados sobre el mapa con un icono que se desplaza en tiempo real por la ruta. Al clicar sobre el círculo, el viajero tiene acceso a la información relativa a la siguiente parada y la anterior, la hora prevista de llegada y, en caso de existir, la variación de la circulación sobre el horario programado. Un enlace adicional, "Consultar ruta", abre una nueva ventana con información sobre el recorrido completo, con las paradas detalladas, la hora de paso estimada por cada estación y el tiempo de viaje entre paradas.

Esta herramienta resulta también de utilidad para personas que acudan a las estaciones a recoger a pasajeros que viajen con Renfe. De esta forma, pueden ajustar su desplazamiento a la estación y conocer la hora de llegada visualizando la posición del tren y las previsiones.



En esta [web](#), los viajeros disponen de datos adicionales de las estaciones como dirección, accesibilidad y disponibilidad de servicio de asistencia a personas con movilidad reducida.

Las funcionalidades incluidas por Renfe ofrecen al viajero nuevas herramientas tecnológicas que facilitan el seguimiento y organización de sus viajes en los trenes de alta velocidad, larga y media distancia. El acceso es sencillo e intuitivo, y puede realizarse desde el teléfono móvil. Renfe dispone también de una versión desarrollada para visualizar la situación de los trenes, en este caso, de [Cercanías y Rodalies](#).

Con el fin de simplificar al máximo el acceso a la herramienta, Renfe está realizando en la actualidad la instalación de unos códigos QR en todos los asientos, desde el que se accederá a esta nueva web de seguimiento de los trenes. A lo largo de las próximas semanas y de manera progresiva, los QR estarán instalados en todos los trenes de Renfe. En la app de Renfe se encuentra ya disponible un acceso directo a este nuevo servicio de geolocalización.

BARÓMETRO DE RECLAMATRAVEL

Las incidencias aéreas han dejado de ser únicamente un problema operativo para convertirse en un momento clave en la relación entre la agencia de viajes y su cliente. Esta es una de las principales conclusiones del **I Barómetro Reclama Travel: la opinión de las agencias de viajes sobre las incidencias aéreas**, una consulta sectorial dirigida a más de 8.000 agencias de viajes en España.

El estudio analiza cómo perciben las agencias la gestión de retrasos, cancelaciones, pérdida de equipaje, overbooking o pérdida de conexiones, así como el impacto que estas situaciones tienen en la carga operativa de la agencia y en la fidelización del viajero.

Según las conclusiones del Barómetro, los **retrasos** son, con diferencia, la incidencia aérea más habitual para las agencias de viajes, mencionada por el **88,9%**. A continuación, se sitúan la **pérdida de equipaje**, con un **43,9%**, y las **cancelaciones**, con un **43,3%**.



BARÓMETRO DE RECLAMATRAVEL

LAS INCIDENCIAS AÉREAS, UNA REALIDAD OPERATIVA PARA LAS AGENCIAS

El Barómetro muestra que las incidencias aéreas no son un fenómeno aislado para el canal. El 65,5% de las agencias considera que sus clientes sufren incidencias de forma ocasional o frecuente, lo que obliga a disponer de criterios claros de actuación en momentos en los que el viajero espera una respuesta rápida y profesional.

La gestión de estas situaciones tampoco está completamente estandarizada: la respuesta más habitual es que la actuación de la agencia depende del caso (38,6%). Además, un 22,8% recurre a una empresa especializada, un 19,9% gestiona internamente la incidencia y un 15,8% deriva al cliente a la aerolínea.

CASI DOS DE CADA TRES AGENCIAS DEDICAN MÁS DE UNA HORA A GESTIONAR UNA INCIDENCIA

El impacto de una incidencia aérea no es solo reputacional, también es operativo. Según el Barómetro, casi dos de cada tres agencias afirman que gestionar una incidencia puede llevarles más de una hora.

En concreto, el **39,8%** señala que la gestión suele requerir entre una y tres horas, mientras que un **24%** afirma que puede superar las tres horas.

Esto significa que la posventa aérea consume tiempo, recursos internos y foco comercial, obligando a los equipos de las agencias a dedicar esfuerzos a tareas que muchas veces resultan complejas, técnicas y prolongadas.

RESOLVER BIEN UNA INCIDENCIA FIDELIZA

La conclusión más clara del estudio es que una incidencia aérea puede convertirse en una oportunidad de fidelización si se gestiona correctamente. El 94,8% de las agencias considera que una buena gestión de incidencias ayuda a fidelizar al cliente, ya sea claramente o en parte.

Este dato confirma que el viajero no separa la incidencia aérea de su experiencia global de viaje: cuando algo falla, espera acompañamiento, información y una respuesta eficaz.

FORMACIÓN Y MATERIALES, LAS PRINCIPALES DEMANDAS DEL CANAL

El Barómetro también identifica qué necesita el canal para mejorar la gestión y explicación de este tipo de soluciones. La principal demanda es la formación breve, señalada por el 50,9% de las agencias. Le siguen los materiales para cliente (39,8%), una mejor explicación del producto (28,7%) y el argumentario comercial y apoyo comercial, ambos con un 25,7%.

Estos datos muestran que la oportunidad no pasa únicamente por disponer de soluciones especializadas, sino por hacerlas más simples, comprensibles y fáciles de activar en el día a día de la agencia.

TORONTO Y MONTERREY: EL DOBLE SALTO AL NORTE GLOBAL DE IBERIA



Iberia ha vuelto a agitar el tablero internacional con dos nuevos destinos en la red de largo radio coincidiendo con el inicio de la temporada de verano. Son dos incorporaciones estratégicas que amplían el mapa de conectividad de la compañía mirando hacia el norte: Toronto y Monterrey. Es el primer aterrizaje de Iberia en Canadá y su segundo destino en México.

EL GRAN MOSAICO URBANO SOBRE EL LAGO ONTARIO

Canadá llevaba tiempo reclamando una mayor cuota de protagonismo y una mejor conectividad directa desde España. La apuesta de Iberia por Toronto, con cinco frecuencias semanales operadas por el Airbus A321XLR, responde a ese creciente interés y acerca al mercado español una de las ciudades más cosmopolitas, seguras y culturalmente dinámicas del planeta. Toronto es el motor financiero del país; pero también un crisol de culturas donde se hablan más de 140 idiomas y donde cada distrito —desde el bohemio Kensington Market hasta las calles de Distillery District— se siente como un viaje diferente.

Al viajero puramente urbano le ofrece una escena gastronómica galardonada con estrellas Michelin, museos de arquitectura vanguardista y el icónico perfil de la Torre CN dominando el paisaje. Aunque su gran baza radica en su ubicación: actúa como la puerta de entrada perfecta a la naturaleza indómita de la provincia de Ontario. Desde aquí se pueden visitar con



TORONTO Y MONTERREY: EL DOBLE SALTO AL NORTE GLOBAL DE IBERIA

comodidad las icónicas Cataratas del Niágara, y un poco más allá se extienden infinitos bosques y lagos para disfrutar la naturaleza en estado puro.

EL SORPRENDENTE NORTE DE MÉXICO

Si Toronto representa la multiculturalidad anglosajona, Monterrey encarna el despertar de la modernidad en el corazón de México. Tradicionalmente catalogada de forma exclusiva como un hub industrial y empresarial, la conocida como la "Ciudad de las Montañas" empieza a vivir también una metamorfosis turística.

La llegada directa de Iberia rompe con los itinerarios tradicionales concentrados en el sur del país o en el área metropolitana de la capital, descentralizando el turismo y abriendo una vía rápida hacia el norte con tres frecuencias semanales.

El perfil de cliente en esta ruta es doblemente atractivo. Por un lado, el tráfico corporativo encuentra una

conexión ágil con una de las economías más pujantes de América Latina. Por otro, emerge un producto de aventura inigualable. Custodiada por el imponente Cerro de la Silla, Monterrey sorprende al visitante con su Parque Fundidora —un hito de reconversión industrial en parque urbano—, museos de primer nivel y una gastronomía donde los cortes de carne son una religión.

Estas dos aperturas llegan en un momento global complejo. La inestabilidad geopolítica, los conflictos internacionales y la incertidumbre sobre el precio del petróleo obligan a una adaptación constante. Pero frente a este panorama cambiante, Iberia apuesta por mantener una visión a largo plazo con el Plan de Vuelo 2030. Una hoja de ruta que se ha convertido en una herramienta para combatir la incertidumbre apostando por la solidez operativa como forma de garantizar a los clientes y a las agencias el producto más seguro. El motor sigue siendo el mismo: conectar destinos y personas.



Zenit

Viaja, sin límites

La única tarjeta que te lleva al nivel Iberia Club Oro



EL VALOR DE LA MOVILIDAD CORPORATIVA GESTIONADA

POR GERARDO GÓMEZ, DIRECTOR COMERCIAL DE CUENTAS CORPORATIVAS DE ENTERPRISE MOBILITY EN ESPAÑA

Gestionar una flota de vehículos corporativos compartidos es complejo, pero esencial para controlar costes y mejorar la movilidad de los empleados. Por ello, muchas empresas recurren a proveedores especializados que aportan conocimiento, tecnología e infraestructura para ofrecer opciones de desplazamiento seguras, eficientes y sostenibles.

Uno de los principales objetivos de las organizaciones es reducir la dependencia de los vehículos privados, taxis o servicios de chófer en los viajes de negocio. Las soluciones de movilidad compartida contribuyen a este cambio mediante servicios de carsharing y gestión de flotas que facilitan los desplazamientos urbanos, el acceso a zonas de bajas emisiones y la optimización de recursos, sin generar cargas administrativas adicionales.

Otro beneficio clave es la eliminación de las responsabilidades asociadas al mantenimiento de la flota. La supervisión profesional de los vehículos garantiza su correcto estado, seguridad y cumplimiento normativo, permitiendo a las empresas liberar recursos internos y centrarse en su actividad principal.

La experiencia de numerosas compañías demuestra el valor de este enfoque. Un directivo de BCD, empresa que implementó el programa CarShare con Enterprise, destacaba que la movilidad corporativa puede resultar compleja, pero que apoyarse en proveedores especializados permite hacer los desplazamientos más sostenibles, eficientes y seguros. Entre sus prioridades figuran: reducir el uso del vehículo privado, simplificar los desplazamientos urbanos y eliminar las preocupaciones relacionadas con la gestión y el mantenimiento de la flota.

La implantación de programas de coche compartido corporativo aporta beneficios que van más allá de la movilidad. Independientemente del tamaño de la organización, estas soluciones contribuyen a mejorar la satisfacción de los empleados y generan ventajas para departamentos como Recursos Humanos, Finanzas o Marketing.



EL VALOR DE LA MOVILIDAD CORPORATIVA GESTIONADA

POR GERARDO GÓMEZ, DIRECTOR COMERCIAL DE CUENTAS CORPORATIVAS DE ENTERPRISE MOBILITY EN ESPAÑA

Un ejemplo sólido es la colaboración entre BCD Travel, agencia de gestión de viajes corporativos, y Enterprise Mobility. A través de este acuerdo, Enterprise Mobility proporciona vehículos CarShare para optimizar los desplazamientos profesionales de los empleados de BCD y avanzar hacia una movilidad más eficiente.

Los objetivos empresariales suelen ser similares: reducir el uso de la denominada flota gris, asociada a gastos de kilometraje, desgaste de vehículos particulares y menor control de costes y seguridad. En definitiva, se trata de mejorar la eficiencia de los desplazamientos corporativos y garantizar una mejor experiencia para los viajeros de negocios.

Para muchas empresas, la motivación va más allá de la sostenibilidad. También buscan mejorar la satisfacción de los empleados impulsando nuevas formas de desplazarse. Las soluciones de coche compartido ofrecen alternativas flexibles y cómodas al uso del vehículo privado, facilitando viajes más sencillos y eficientes y favoreciendo hábitos de movilidad más responsables.

Los usuarios valoran especialmente la comodidad de los vehículos compactos para desplazarse y aparcar en entornos urbanos, así como la reducción de tareas administrativas asociadas a los viajes de trabajo. También destacan la posibilidad de utilizar vehículos modernos, equipados con tecnologías actuales y menores niveles de emisiones, lo que contribuye a una experiencia más cómoda y menos estresante.

Otro aspecto especialmente apreciado es el acceso a aparcamiento en zonas reguladas sin costes adicionales, junto con la facilidad de uso de los sistemas de reserva digitales. Estas herramientas permiten reducir el tiempo dedicado a planificar y gestionar desplazamientos, mejorando la productividad y la experiencia del empleado.

La posibilidad de moverse con mayor flexibilidad y eficiencia ha demostrado ser especialmente útil para equipos con una elevada actividad comercial o de atención al cliente, consolidando estos programas como una solución eficaz dentro de las organizaciones.

En última instancia, las soluciones de movilidad compartida permiten transformar la movilidad corporativa en un modelo más eficiente, flexible y sostenible. Su impacto positivo se refleja tanto en la optimización de las operaciones empresariales como en la satisfacción de los empleados y el avance de los objetivos de sostenibilidad corporativa.



**¡ESTE VERANO NO
LÍES LA MUNDIAL!**

TU SEGURO DE VIAJE A MEDIDA

travelfine.es

COSTA CRUCEROS TRANSFORMA LA EXPERIENCIA DE VIAJE CON LA EVOLUCIÓN DE SEA&LAND WONDER PLATFORM

Durante mucho tiempo las expectativas de un viaje se centraban en lo que el propio destino podía ofrecer. Hoy la elección de un viaje responde cada vez más a una búsqueda de experiencias con significado, donde cada momento contribuya a construir un recuerdo. Una evolución que en el caso de [Costa Cruceros](#) llevan años desarrollando a partir de una amplia oferta personalizada que busca crear una experiencia completa desde antes de zarpar y que se extiende más allá del final del viaje.

Esta propuesta adquiere un nuevo significado con la evolución de **Sea&Land Wonder Platform**, un ecosistema creado por Costa que convierte cada uno de sus barcos en un destino en sí mismo al integrar el mar y la tierra en un mismo concepto de viaje. De esta manera, la compañía va más allá del crucero tradicional y propone una nueva forma

de recorrer el mundo, en la que ambos entornos dialogan entre sí para ofrecer una experiencia más inmersiva y continua, que comienza en tierra, se enriquece durante la navegación y continúa a bordo.

La búsqueda de conceptos con identidad propia es uno de los principales atractivos de la nueva apuesta de Costa. Y es que el 85% de los socios de Costa Cruceros identifica la coherencia experiencial como factor clave en la elección de un itinerario. De esta manera a partir del verano de 2027 los itinerarios de Sea&Land dejarán de estructurarse únicamente por geografía para hacerlo también bajo una inspiración concreta o un concepto con identidad propia. Los nuevos itinerarios se construirán alrededor de lugares icónicos y de las Sea Destinations, destinos exclusivos de Costa en alta mar.



COSTA CRUCEROS TRANSFORMA LA EXPERIENCIA DE VIAJE CON LA EVOLUCIÓN DE SEA&LAND WONDER PLATFORM

Así nacen itinerarios como **Dolce Vita**, a bordo de Costa Fascinosa, desde Taormina hasta la Bahía de Stromboli, donde el volcán se convierte en telón de fondo de un atardecer vivido desde el mar. **Islas de Oro**, también en Costa Fascinosa, se despliega entre Palma de Mallorca, la Bahía de Formentera, Tavolara y Golfo Aranci, con experiencias al amanecer, baños al atardecer y música durante la golden hour. En el Mediterráneo Oriental, **Islas Azules**, a bordo de Costa Serena, propone una inmersión en los tonos más icónicos del azul griego, desde Mykonos y Atenas hasta Cefalonia y el cabo Sunión.

La oferta se amplía con otros conceptos que interpretan el Mediterráneo y el Norte de Europa desde distintas perspectivas: **Luces del Mediterráneo**, en el Mediterráneo Occidental, desde Barcelona hasta pequeñas islas y paisajes costeros; **Mar de Luces**, entre Grecia y Turquía; **Iconos del Egeo**, desde Venecia hasta Santorini y Mykonos; **Islas del Egeo**, entre Corfú,

Creta y las Cícladas; **Adriático y Cícladas**, entre Dubrovnik, Kotor y Zante; **Sueños del Litoral**, entre Argostoli, Bari y Split; y **Almas del Nórdico**, en el Norte de Europa, entre fiordos, pueblos costeros y elegancia escandinava, desde Copenhague hasta Geirangerfjord, Bergen y Stavanger. Entre los momentos más esperados del verano de 2027 destaca el regreso del **Crucero del Eclipse**: tras el éxito de la edición 2026, agotada por completo, Costa Fascinosa acogerá una nueva experiencia de eclipse solar total en el mar el **2 de agosto de 2027**.

Con la expansión de Sea & Land Wonder Platform en 2027 Costa sigue apostando por su **visión única de entender la experiencia en crucero**, adaptándose a geografías y culturas muy distintas para acercar la experiencia al viajero, pero sin perder la esencia. Una nueva forma de viajar en la que **el mar recupera el protagonismo** y en la que **el viajero y cada escala se vuelven clave a la hora de diseñar la propia experiencia del viaje**.



EL SEGURO DE VIAJE, UNA HERRAMIENTA CLAVE PARA REFORZAR LA CONFIANZA DEL CLIENTE EN TEMPORADA ALTA

La temporada alta llega en un contexto en el que muchos viajeros mantienen sus planes, pero también muestran **más dudas antes de formalizar una reserva**. La inestabilidad geopolítica, los cambios operativos en el transporte, los retrasos, las cancelaciones o las incidencias en destino hacen que viajar con protección cobre cada vez más importancia.

Para las agencias de viajes, este escenario supone una oportunidad para reforzar su papel como prescriptoras expertas. El **seguro de viaje** ya no debería plantearse como un complemento de última hora, sino como una **parte natural del asesoramiento**: una solución que ayuda al cliente a viajar con más tranquilidad y a la agencia a ofrecer una propuesta más completa.

Hoy, contar con un seguro con buenas coberturas puede aportar valor en dos sentidos. Por un lado, ayuda al viajero a tomar la decisión de **reservar con mayor seguridad**, especialmente cuando el viaje supone una inversión importante, incluye varios servicios, tiene un destino lejano o puede verse afectado por cambios operativos. Por otro, permite a la agencia **acompañar mejor al cliente** ante posibles imprevistos, reforzando la confianza y la calidad del servicio.



EL SEGURO DE VIAJE, UNA HERRAMIENTA CLAVE PARA REFORZAR LA CONFIANZA DEL CLIENTE EN TEMPORADA ALTA

UN VIAJERO MÁS ATENTO A LAS INCIDENCIAS DEL VIAJE

Desde Intermundial observamos que el viajero ya no pregunta solo por asistencia médica. Cada vez le preocupan más cuestiones como la cancelación, la interrupción del viaje, los retrasos, los problemas con el equipaje, los servicios no disfrutados o qué ocurre si una situación inesperada obliga a cambiar los planes.

En este contexto, cobra especial relevancia todo lo relacionado con el transporte. Una modificación de horario, una cancelación sin alternativa adecuada o una incidencia antes de la salida pueden afectar no solo al desplazamiento, sino al conjunto del viaje: conexiones, primeras noches de hotel, servicios ya contratados o incluso el propio sentido del desplazamiento.

PROTECCIÓN TRANSPORTE: UNA RESPUESTA ANTE NUEVAS NECESIDADES

Para responder a esta evolución, Intermundial continúa adaptando sus soluciones a las necesidades reales del mercado. Buen ejemplo de ello es Protección Transporte, una garantía pensada para ayudar en determinados supuestos en los que una incidencia con el medio de transporte puede afectar al desarrollo del viaje.

Esta protección puede ser útil, entre otros casos, cuando el proveedor cancela el transporte contratado y no ofrece una alternativa que permita

al asegurado llegar a su destino, cuando se produce una modificación relevante del horario que impide enlazar correctamente con el transporte principal del viaje o cuando la alternativa ofrecida genera gastos adicionales durante la espera.

También contempla determinados supuestos en los que, por la incidencia sufrida, el viaje pierde su objeto o deja de poder disfrutarse según lo previsto. En estos casos, disponer de una solución específica permite al viajero contar con más respaldo y a la agencia ofrecer una respuesta más completa ante una preocupación cada vez más frecuente.

Para el canal profesional, el valor de este tipo de garantías no está solo en la cobertura concreta, sino en la capacidad de anticiparse a preguntas que el cliente ya se está haciendo: qué ocurre si cambia mi vuelo, si no llego a tiempo a una conexión, si pierdo la primera noche de hotel o si una cancelación altera por completo el viaje.

La clave está en anticiparse. Explicar bien al cliente qué puede ocurrir, qué coberturas necesita según su viaje y qué límites tiene cada producto no solo mejora su experiencia, sino que también refuerza el valor diferencial de la agencia.

LA SALUD TAMBIÉN VIAJA CONTIGO

QUÉ HACER SI NECESITAS ATENCIÓN MÉDICA DURANTE TU VIAJE

Planificar un viaje es, en sí mismo, una experiencia: elegir el destino, descubrir nuevos lugares, disfrutar del clima, la gastronomía y, por supuesto, desconectar del ritmo diario. Ya sea una escapada de fin de semana o, un viaje más prolongado, toda gira en torno al disfrute y al bienestar.

Sin embargo, hay una variable que rara vez contemplamos: ¿qué ocurre si necesitas un médico?

España se mantiene como uno de los destinos turísticos más importantes del mundo, con cifras que reflejan un crecimiento sostenido año tras año. Más allá del tradicional atractivo de sol y playa, el país ha consolidado su posicionamiento en otros segmentos como el turismo deportivo, el cultural, el MICE, etc. gracias, entre otros, a la calidad de sus infraestructuras turísticas, pero también, sanitarias.

Este desarrollo no solo se traduce en mejores instalaciones y alojamientos exclusivos, sino también en servicios pensados para garantizar una experiencia integral, donde la seguridad y el bienestar del viajero son claves.

EL BIENESTAR DEL TURISTA EN TODO MOMENTO

Es habitual sufrir lesiones o molestias, especialmente durante viajes en los que se incrementa la actividad. A esto se suman factores como cambios de clima, horarios, alimentación o el propio ritmo del viaje.

En este contexto, contar con acceso a una atención sanitaria ágil y de calidad se convierte en un aspecto fundamental para cualquier persona que viaja.

España ha sabido responder a esta necesidad. Quirónsalud ha desarrollado un servicio específico orientado al turista internacional, integrando la atención médica dentro de la experiencia de viaje.



ATENCIÓN MÉDICA A MEDIDA DEL VIAJERO INTERNACIONAL

Un ejemplo destacado es el Proyecto Hospitality, puesto en marcha en Madrid, que redefine la forma en la que los pacientes extranjeros acceden a servicios sanitarios.

Este modelo permite que, ante cualquier incidencia, el especialista se desplace directamente al hotel o alojamiento del paciente para realizar una primera valoración, evitando desplazamientos innecesarios y facilitando una solución rápida. En caso de requerir atención hospitalaria, se organiza de forma coordinada el traslado y el ingreso en centros de referencia del grupo.

Para quienes prefieren acudir directamente a urgencias, el sistema contempla un circuito exclusivo: atención prioritaria sin esperas, acompañamiento personalizado y traducción simultánea durante todo el proceso. Un servicio especialmente valorado por el viajero internacional, que encuentra así la tranquilidad de ser atendido con eficacia y sin barreras idiomáticas.

LA SALUD TAMBIÉN VIAJA CONTIGO

A ello se suma un centro de atención telefónica multilingüe disponible 24 horas, acuerdos con aseguradoras internacionales y una formación específica del personal sanitario en aspectos culturales, garantizando una atención cercana, respetuosa y adaptada a cada perfil de paciente.

ATENCIÓN MÉDICA A MEDIDA PARA EL VIAJERO INTERNACIONAL

Un ejemplo destacado de Quirónsalud es el servicio Hospitality, disponible en distintos destinos como Madrid, Barcelona, Valencia o la Costa del Sol, enclaves especialmente vinculados al turismo internacional.

Pensado para ofrecer la máxima comodidad, este modelo permite que, ante cualquier incidencia durante la estancia —ya sea tras una jornada en pleno viaje—, un especialista se desplace directamente al hotel o alojamiento del cliente para realizar una primera valoración. Una solución ágil que evita desplazamientos innecesarios y garantiza una respuesta inmediata.

En aquellos casos en los que se requiera atención hospitalaria, el servicio coordina el traslado a los centros sanitarios de referencia, asegurando una asistencia rápida y de primer nivel.

Para quienes optan por acudir directamente a urgencias, el circuito está diseñado para ofrecer

una experiencia diferencial: acceso prioritario sin esperas, atención multilingüe personalizada desde el primer momento. Un aspecto especialmente valorado por el viajero internacional, que puede centrarse únicamente en su recuperación, sin barreras ni preocupaciones añadidas.

El servicio se completa con un centro de atención telefónica multilingüe operativo las 24 horas, amplios acuerdos con aseguradoras internacionales y un equipo médico formado en la atención a pacientes de distintas culturas, lo que garantiza una experiencia sanitaria tan cuidada como el propio viaje.

VIAJAR CON SEGURIDAD

Este tipo de iniciativas, que ya cuentan con altos índices de satisfacción, refuerzan la posición de España como un destino no solo atractivo para visitar, sino también seguro y preparado para ofrecer una experiencia completa.

Porque viajar no consiste únicamente en elegir el mejor destino, sino en disfrutar de cada momento con la confianza de que, ante cualquier imprevisto, existen soluciones eficientes y de calidad.

En definitiva, cuando planifiques tu próxima escapada, recuerda que la salud también forma parte del viaje. Y en destinos como España, puedes tener la tranquilidad de que viaja contigo.



MUNDICOVER Y SU APUESTA POR LAS AGENCIAS DE VIAJES

Mundicover es el primer bróker asegurador especializado en la distribución de seguros de viaje que ha desarrollado un **comparador de seguros de viaje exclusivo para agencias de viaje**. Dicho comparador, accesible a través de la [web](#), muestra seguros de hasta cinco diferentes aseguradoras: RACE, ARAG, Europ Assistance, Caser e IMA, y no cierran la puerta a la incorporación de más compañías.

El objetivo de **Mundicover** es facilitar al agente la elección y contratación del seguro de viaje más adecuado para cada viaje, invirtiendo, en dicho proceso, el menor tiempo y esfuerzo posible. En una sola plataforma web se reúnen más de 50 pólizas de cinco compañías, **mostrando de forma clara e intuitiva, toda la información relevante de cada seguro de viaje**. El comparador selecciona sólo los seguros que encajan con el viaje a asegurar, los muestra ordenados de menor a mayor precio, y compara las coberturas y garantías de cada producto. De esta manera, el agente de viajes podrá ver tanto lo que incluye, como lo que no incluye cada producto.

El agente podrá ver, de un vistazo, diferencias clave como pueden ser los límites de gastos médicos, las coberturas de equipaje o las causas de anulación incluidas en cada producto de cada compañía. Además, podrán acceder a aspectos que a menudo pasan desapercibidos o son difíciles de localizar en las pólizas de seguro, como pueden ser la cobertura de enfermedades preexistentes, la fuerza mayor, la repatriación en avión medicalizado y otras muchas coberturas. Dichas **coberturas aparecen claramente destacadas y comparadas con total transparencia y objetividad**, ayudando al agente de viajes a escoger el producto más adecuado para cada cliente y para cada viaje.

Desde nuestros inicios, **hemos apostado firmemente por el canal agencias de viaje**, de hecho, todos los productos **Mundicover** se distribuyen únicamente a



Fran Calderon y David Fleta, responsables comerciales de Mundicover.

MUNDICOVER Y SU APUESTA POR LAS AGENCIAS DE VIAJES

través de este canal y siempre como complemento al viaje adquirido en la agencia. Esto permite que la agencia recomiende nuestros productos con la tranquilidad de saber que el cliente final solo puede contratarlos mediante su intermediación. Queremos ser un socio estratégico, no un proveedor más.

Gracias a nuestras alianzas con **aseguradoras de primer nivel**, ofrecemos soluciones para cualquier necesidad: viajes individuales; de grupos; para deportes y aventura; para cruceros; para No residentes, turistas extranjeros que visitan España, a la zona Schengen o cualquier país del mundo; para viajes de larga estancia o anuales Multiviajes; pólizas con y sin Anulación; con coberturas para enfermedades preexistentes; con cobertura de Fuerza Mayor; e incluso seguros con anulación a Todo Riesgo. En definitiva, el agente siempre encontrará en **Mundicover** una solución adaptada a cada cliente.

Todas las pólizas **Mundicover** incorporan el **servicio de llamada WiFi Gratuita** para facilitar al máximo la comunicación de los asegurados con las plataformas de asistencia 24h/365d de las diferentes compañías aseguradoras con las que trabajamos. Estamos comprometidos en el estudio de I+D con la intención de facilitar la vida a las agencias y sus asegurados.

Queremos ser **el mejor aliado de la agencia en materia de seguros de viaje** y sabemos que eso requiere de un apoyo comercial y formativo continuo. Contamos con un departamento de **apoyo comercial exclusivo para agentes**, que ofrece asistencia telefónica y por email, disponible de lunes a viernes, de 9:30 a 14:30h y de 16 a 19h en horario peninsular.

Además, colaboramos con los principales grupos de gestión y partners del sector para impartir formación, webinars y demos formativas personalizadas que ayuden a aprovechar al máximo las posibilidades de la plataforma **Mundicover** y a mejorar la venta consultiva del seguro de viaje.

Mantenemos informadas puntualmente a nuestras agencias colaboradoras de todas las posibilidades de nuestros productos mediante Newsletters mensuales (TravelNews) y, habitualmente, lanzamos campañas promocionales para premiar la venta y fidelidad de las agencias. Incluso, disponemos de **seguros específicos para agentes de viajes**, con descuentos muy importantes aplicables tanto al agente de viajes como a sus acompañantes.

En resumen, **las agencias son nuestros principales aliados**. Por ello, trabajamos para que colaborar con Mundicover, sea rentable para la agencia de viajes, ayude a fidelizar a sus clientes y aporte tranquilidad en todos sus viajes.

Entra en la web de Mundicover, www.mundicover.es, y sorpréndete con sus utilidades y su facilidad de uso.

Si todavía no estás de alta y deseas tener acceso a nuestra web , entra en www.mundicover.es y rellena el formulario en “Alta nueva agencia”.

Recuerda que para cualquier duda puedes llamarnos al **910848736** (lunes a viernes, de 9:30 a 14:30h y de 16 a 19h en horario peninsular) o mandarnos un email a booking@mundicover.es. **¡Estaremos encantados de ayudarte!**

mundicover

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

La mayor variedad
de **seguros de viaje**
en una sola 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

CONOCIENDO CDV, LA IMPORTANCIA DEL CONTENIDO

En esta edición volvemos a poner el foco en el lado más humano y estratégico de CDV, acercándonos al trabajo del equipo operativo de producto de transporte y de alojamiento. El primero, liderado por Matías Sabaté, director de Contenido y Distribución, y formado por Víctor Ronda y Javier Yebra, Product Manager y Project Manager de producto aéreo, respectivamente.

La misión principal de este departamento es dotar a la plataforma cdv.travel del contenido más completo y competitivo en los ámbitos aéreo y ferroviario.

Actualmente, los profesionales del sector se enfrentan a un escenario marcado por la creciente fragmentación del contenido aéreo, obligados a navegar entre los tradicionales sistemas GDS y los cada vez más extendidos canales NDC. En este contexto, la labor del equipo de Sabaté consiste en conectar, integrar y ordenar todas estas fuentes de información para ofrecerlas al agente de viajes de una manera clara, intuitiva y fácilmente accesible.

Gracias a este trabajo, los agentes de viajes pueden encontrar en cdv.travel exactamente aquello que

necesitan, ya sea la mejor tarifa disponible, horarios más convenientes, servicios específicos o una determinada clase de cabina. Porque, en muchas ocasiones, el cliente no busca únicamente el precio más bajo, sino una combinación de atributos que aporten valor a su experiencia de viaje.

Esta filosofía de simplificación también se aplica al producto ferroviario. CDV reúne en una única interfaz los horarios, frecuencias, tarifas y descuentos de las principales compañías ferroviarias que operan en España, incorporando además la selección de asientos de forma sencilla e intuitiva. El resultado es una experiencia de búsqueda mucho más eficiente para el agente de viajes, que puede gestionar todo el proceso desde un único entorno, mejorado con su nueva versión V2 del motor de búsqueda.

Todo este ecosistema se fortalece gracias a la colaboración que CDV mantiene con los diferentes sistemas globales de distribución GDS, actores imprescindibles desde el punto



CONOCIENDO CDV, LA IMPORTANCIA DEL CONTENIDO

de vista tecnológico para alimentar y enriquecer el inventario de su plataforma.

Más allá del componente técnico, la figura del Product Manager representa también el primer nivel de confianza y contacto humano con los proveedores. Para CDV, mantener relaciones cercanas y sólidas con las aerolíneas y compañías ferroviarias presentes en el mercado español constituye un elemento diferencial que se traduce en ventajas directas para los agentes de viajes y, en última instancia, para sus clientes. Asimismo, esta relación de proximidad facilita el desarrollo de campañas de co-marketing a través de soportes propios y externos,

Por otro lado, la gestión del contenido de alojamiento, aunque comparte la misma filosofía de centralización y eficiencia, está encomendada a un equipo especializado, liderado por Alberto Pérez, director de Operaciones, y Pepe Portas, director del Banco de Camas. Conviene destacar el papel de Allbeds, el banco de camas de CDV, una solución que está redefiniendo la distribución hotelera B2B al complementar la oferta de las agencias con tarifas altamente competitivas. Una propuesta que beneficia tanto al consumidor final como al agente de viajes, al facilitar significativamente los procesos de comercialización y venta.

La distribución hotelera representa hoy uno de los grandes motores invisibles del turismo. La capacidad de negociar, integrar y poner a disposición del mercado un producto competitivo a través de mayoristas y partners estratégicos es lo que permite a agencias y empresas operar con eficiencia, generar valor y responder a un viajero cada vez más exigente y global.

La estrategia del equipo de alojamientos en CDV se apoya en un modelo de contratación hotelera híbrido que combina acuerdos directos con hoteles, que está en torno a los 5.000 establecimientos aproximadamente, e inventario procedente de operadores terceros, como DMCs, channel managers y otros proveedores especializados. Este enfoque nos permite ofrecer una amplia cobertura nacional e internacional, así como optimizar la disponibilidad en destinos clave y responder con mayor flexibilidad a las necesidades de nuestros clientes las agencias de viajes, turoperadores y otros distribuidores del canal B2B.



Estos proveedores permiten ampliar el alcance de la oferta de CDV, incorporando establecimientos y destinos donde la contratación propia resulta menos eficiente o requiere una mayor capilaridad local. Para fortalecer este ecosistema, el equipo de la marca Allbeds desarrolla una intensa actividad comercial durante todo el año. Se encarga de la incorporación, captación y fidelización de nuevos clientes y proveedores.

En este contexto, las principales ferias internacionales del turismo como FITUR, ITB Berlín, WTM London o Arabian Travel Market, representan un punto de encuentro fundamental para generar estas nuevas oportunidades de negocio, negociar acuerdos comerciales, consolidar alianzas y presentar las últimas novedades de este negocio.

Este modelo, basado en la combinación de contratación propia, agregación de inventario y una sólida presencia comercial nacional e internacional, permite a CDV y AllBeds actuar como un socio estratégico para el canal profesional, conectando la oferta hotelera con una amplia red de distribución y facilitando una comercialización más eficiente, escalable y competitiva."

JUEGOS DE TROLLEYS

Una maleta perfecta para cada ocasión

- Maleta de cabina
- Maleta mediana
- Maleta grande



+34 942 581 557
www.benzi.com

BZ5876

Material Ligero PP
Modelo extensible



BZ5710

Material Ligero ABS
Modelo extensible



Entrevista a Xavi Campmany

Entrevista a

XAVI CAMPMANY

HEAD OF TRAVEL EN CONCENTRA



1 Con la incertidumbre geopolítica actual, ¿cómo ha evolucionado la percepción de agencias y viajeros sobre los seguros y la asistencia en viaje?

El cambio ha sido profundo. Los viajeros ya no se preocupan solo por problemas de salud, sino también por riesgos externos como conflictos, huelgas, fenómenos climáticos o cancelaciones que puedan hacerles perder dinero. Por ello, el seguro de viaje ha pasado de ser un simple trámite a convertirse en una protección esencial. Para las agencias, también ha dejado de ser un complemento opcional y se considera imprescindible, especialmente por la asistencia y el apoyo que ofrece antes, durante y después del viaje.

2 Grupo Concentra refuerza su apuesta por el turismo. ¿Cuáles son hoy las principales necesidades aseguradoras de las agencias y cómo han cambiado?

Por un lado, están los seguros básicos para operar: la Responsabilidad Civil, que cubre reclamaciones de terceros —recordemos que la normativa de viajes combinados establece responsabilidad solidaria, por lo que el viajero puede reclamar directamente a la agencia—, y el seguro de caución, obligatorio para proteger al cliente ante una posible insolvencia de la agencia.

Por otro, coberturas que antes eran secundarias y hoy son imprescindibles: ciberriesgos, D&O para administradores y directivos, y el multirriesgo de la propia agencia.

En cuanto al seguro de viaje, ha pasado de ser un producto complementario a un elemento clave de la experiencia del cliente. La preocupación por cancelaciones, incidencias médicas, pérdidas de equipaje o interrupciones ha disparado su demanda, y para la agencia supone tranquilidad para el viajero, fidelización y valor añadido.

En definitiva, la agencia ya no necesita "una póliza", necesita un programa asegurador bien diseñado y actualizado. Ese es el papel de una correduría especializada como la nuestra: acompañarla para que esté bien protegida sin preocuparse de la letra pequeña.

Entrevista a

XAVI CAMPMANY

HEAD OF TRAVEL EN CONCENTRA

3 ¿Qué ofrece concretamente el área Travel de Grupo Concentra a una agencia de viajes?

Nuestra área Travel cubre los dos mundos en los que vive cada agencia: su propio negocio y sus clientes. Esa mirada global marca la diferencia.

A la agencia la acompañamos en toda su protección como empresa, diseñando y actualizando su programa asegurador completo: desde los seguros obligatorios hasta coberturas hoy indispensables como ciberriesgo, D&O o multirriesgo.

Además, le damos la oportunidad de ofrecer a sus clientes soluciones adaptadas al contexto actual: asistencia médica y repatriación, cancelación, coberturas ante causas externas o productos multiviaje, con asistencia 24/7 y contratación digital integrada en su operativa.

En definitiva, somos el aliado asegurador de una agencia, con protección 360° para su negocio y sus clientes. No queremos ser un proveedor más, sino su socio asegurador de confianza.

4 ¿Qué papel juega la digitalización en la contratación y gestión de seguros de viaje, y qué ventajas aporta a las agencias?

Hoy se puede emitir una póliza en segundos, en el momento mismo de la reserva y sin papeleo, integrada en el flujo de trabajo de la agencia. Esto supone menos carga administrativa, menos errores, trazabilidad total y más tiempo del agente para lo que realmente aporta valor: asesorar a sus clientes.

Ahora bien, la tecnología debe potenciar el asesoramiento, no sustituirlo: los comparadores online pueden generar confusión, mientras que un corredor especializado aporta criterio experto adaptado a cada agencia. Por eso, desde Grupo Concentra invertimos de forma

importante en tecnología y digitalización, con foco especial en las agencias de viaje.

5 Más allá de proteger al viajero, ¿qué aporta al negocio de la agencia trabajar con un partner asegurador especializado?

Mucho más de lo que parece. Detrás de una buena estrategia aseguradora hay un socio de confianza, y no siempre es fácil encontrarlo; por eso estamos aquí, para acompañar, asesorar y aportar soluciones.

Brindamos apoyo desde la contratación del viaje y durante todo el proceso, pero nuestro valor se mide realmente en el siniestro: ahí demostramos agilidad de respuesta y calidad de atención, lo que se convierte en el mayor diferencial y aporta reputación a la agencia.

La clave está en un socio que entienda tanto los seguros como el negocio turístico. En el área Travel de Concentra combinamos conocimiento asegurador con experiencia en normativa de viajes combinados, lo que nos permite ofrecer soluciones adaptadas, acompañar con seguridad jurídica y exigir también a las aseguradoras el cumplimiento normativo.

6 ¿Cómo puede una buena estrategia de protección y asistencia mejorar la experiencia del cliente y reforzar la confianza en la agencia?

El seguro es el mejor termómetro de la relación entre viajero y agencia, porque se activa justo cuando algo va mal. Si en ese momento —a miles de kilómetros, asustado y desorientado— el asegurado recibe una asistencia rápida y en su idioma, no recordará la póliza: recordará que su agencia se ocupó de él. Eso es fidelización pura, y genera recomendación.

Entrevista a

XAVI CAMPMANY

HEAD OF TRAVEL EN CONCENTRA



Por eso la protección del cliente no debe medirse solo en coste, sino en valor. Elegir al socio adecuado es una decisión de reputación: una buena estrategia aseguradora refuerza el papel del agente como asesor experto que vela por el viajero y le da tranquilidad ante cualquier imprevisto.

7 **CEAV defiende activamente la profesionalización del sector frente al intrusismo. ¿Qué importancia tiene canalizar el seguro a través de una distribución profesional y regulada?**

La profesionalización es la mejor respuesta al intrusismo. Igual que CEAV defiende el valor de las agencias frente a quienes operan sin capacitación, en el ámbito asegurador es fundamental contar con distribuidores especializados y regulados.

El seguro no es solo contratar una póliza, sino recibir el asesoramiento adecuado. En Concentra combinamos conocimiento del sector asegurador con experiencia en normativa de viajes combinados y en la realidad diaria de las agencias, lo que nos permite ayudarles a proteger mejor su negocio y ofrecer más valor a sus clientes. Cuando profesionales del turismo y del seguro trabajan juntos, quien gana es el cliente.

8 **¿Qué tendencias marcarán el futuro de la asistencia al viajero y los seguros de turismo?**

Veo varias líneas claras: Las tendencias que están transformando el seguro de viaje son los seguros paramétricos, la inteligencia artificial para agilizar siniestros, las coberturas frente a riesgos climáticos y la telemedicina 24/7, cada vez más integrada como servicio esencial.

Las coberturas de cancelación e interrupción del viaje seguirán ganando importancia debido al aumento de imprevistos, especialmente los relacionados con fenómenos climáticos y problemas operativos.

Desde Grupo Concentra invitamos a las agencias a apoyarse en un socio especializado que las ayude a proteger su negocio y aportar más valor a sus clientes. Estaremos encantados de recorrer ese camino juntos.



Nos vamos de viaje

ceav
news

Nos vamos de viaje

LAS MÉDULAS, EL PRINCIPIO DE UN GRAN VIAJE

Las Médulas son mucho más que la mina de oro a cielo abierto más grande del Imperio Romano. Más que el resultado de una colosal obra de ingeniería ejecutada hace dos mil años y colonizada por una naturaleza perseverante y resiliente que ha dado forma a un paisaje único, Patrimonio Mundial de la UNESCO desde 1997. Mucho más que el *ruina montium* y el oro. Las Médulas son el corazón de un destino turístico de enorme riqueza patrimonial, cultural, natural y gastronómica; enmarcadas en una comarca, el Bierzo (León), que ofrece infinitas posibilidades para una escapada de varios días. Son el punto de partida de un viaje que aúna paisaje, bienestar, deporte, aventura, Camino de Santiago, música, cultura, enología y una mesa con nombre propio.

Cada estación tiene su ritmo y su oferta y el verano que ocupa es frenético y energizante. Los picachos de arcilla que identifican a Las Médulas emergen majestuosos y nítidos entre los densos bosques de castaños centenarios. La vista es espectacular desde los miradores, especialmente al atardecer, y los caminos

señalizados que vertebran las diferentes rutas se convierten en un paseo por la historia y un regalo para quienes aspiran al contacto más directo con una naturaleza sincera. Recorridos *petfriendly* que pueden hacerse a pie o en bicicleta y, desde luego, de manera guiada y comentada por quienes mejor conocen las entrañas de esta tierra roja que aún conserva, también, el rastro de vida de los pueblos indígenas que la habitaron antes de la irrupción romana.

Senderismo y trail running, cicloturismo y BTT, rutas a caballo y entre viñedos, piragüismo, escalada, yoga, espeología, festivales y conciertos, catas de vino, cerveza, miel y otros productos de calidad; baños de bosque, avistamiento de osos pardos, pueblos de cuento, montañas que superan los 2.000 metros de altitud, ríos llenos de vida que albergan playas fluviales, un excelso patrimonio arquitectónico y cultural y una ciudad efervescente, Ponferrada, lo suficientemente cerca de todo para no tener que elegir cualquier parada. Villafranca del Bierzo, Balboa, Peñalba de Santiago y el valle del Silencio, Cacabelos



Nos vamos de viaje

LAS MÉDULAS, EL PRINCIPIO DE UN GRAN VIAJE



y el patrimonio industrial minero único de Fabero, Catoute y La Aquiana, Molinaseca, los viñedos de Valtuille, la Reserva de la Biosfera de Los Ancares Leoneses, el Alto Sil y el columpio más alto de España. Las Médulas solo son el principio de un viaje tan intenso como el viajero lo quiera vivir.

Así que, después de recorrer la senda de Las Valiñas y acercarse a la Cueva y La Encantada, tras descubrir un nuevo horizonte en el Mirador de Orellán, observar nenúfares en el Lago Somido y adentrarse en el vientre de las montañas por las galerías que abrió el agua en su lucha con la tierra. Después de disfrutar de un paseo a caballo entre bosques de cien años o de una ruta guiada y de un baño en el Lago de Carucedo. Tras un primer contacto con el territorio en la Casa del Parque de Las Médulas, de una visita al Castillo de Cornatel -de origen medieval-, de pasear por lo que un día fue un canal romano, de tomar conciencia de que no hay un solo camino a Santiago y que el de Invierno se siente en cada paso del Patrimonio Mundial. Después de aproximarse a algún castro prerromano, escuchar el diálogo de las aves en un humedal y el de la piedra, la pizarra y la madera que resuelven la arquitectura local. Después de eso, queda todo. Queda también la música y una amplia oferta de ocio.

Varios festivales marcan el ritmo del verano en el Bierzo que empieza en Las Médulas. El Planeta Sound (Ponferrada), el Musicamino, el Fiestizaje y el Festival

de Música Clásica (Villafranca del Bierzo), el Espina Fest (Vega de Espinareda), Bierzo al Toque, que acerca el flamenco más puro a La Térmica Cultural de Ponferrada, el Reggaeboa (Balboa) y Son de Mencía, que funde música, vino y patrimonio, son algunos ejemplos. Y más allá de la época estival en la que retumban los espectáculos recreacionistas de la Noche Templaria, el otoño también viene cargado de propuestas, muchas ligadas a la gastronomía. El magosto tal vez sea la seña de identidad de la época en la que el paisaje se torna de tonos cobrizos y el aire huele a pimientos asados y castañas recién salidas de un tambor. Un momento perfecto para sumergirse en el mar de viñedos de los que salen algunos de los mejores vinos del país y tienen Ruta del Vino propia (Bierzo Enoturismo) o disfrutar del botillo que solo el Bierzo puede servir.

Las Médulas son el principio de un gran viaje que comienza sobre la historia viva de un Patrimonio de la Humanidad. En sí mismas ya son la razón de una magnífica escapada.



Nos vamos de viaje

SUR DE TENERIFE: OCIO, SABORES Y EXPERIENCIAS ENTRE EL MAR, EL CIELO Y LA LAVA

El sur de Tenerife es un territorio donde el paisaje volcánico se abre al océano y el clima privilegiado permite disfrutar de la isla durante todo el año. Entre propuestas de ocio, una gastronomía que combina tradición e innovación y una amplia oferta de actividades en la naturaleza, esta zona invita a descubrir diferentes formas de vivir el destino, siempre con el mar y la luz como protagonistas.

OCIO EN EL SUR: PARQUES TEMÁTICOS, BEACH CLUBS Y NOCHES JUNTO AL MAR

El sur de la isla destaca por una variada oferta de ocio que combina entretenimiento y paisaje. Entre sus grandes referentes se encuentra Siam Park, considerado uno de los parques acuáticos más reconocidos a nivel internacional.

La experiencia de ocio continúa en la costa, donde los beach clubs permiten disfrutar del entorno marino en un ambiente cuidado y distendido. Música, gastronomía ligera y vistas al Atlántico se combinan en espacios como OA Beach Club, Le Club Tenerife Beach Club o Fiji Beach Club.

Cuando llega la noche, el sur mantiene su dinamismo con una oferta que abarca desde cenas frente al mar hasta espectáculos y locales de ambiente. Espacios como Papagayo Tenerife o Monkey Beach Club, junto a festivales de música electrónica en enclaves como Golf Costa Adeje o propuestas escénicas como Scandal Dinner Show Tenerife, completan una programación variada que prolonga la actividad más allá del atardecer.



Nos vamos de viaje

SUR DE TENERIFE: OCIO, SABORES Y EXPERIENCIAS ENTRE EL MAR, EL CIELO Y LA LAVA

GASTRONOMÍA DEL SUR: PRODUCTO LOCAL, VINOS Y ALTA COCINA

La gastronomía del sur de Tenerife permite explorar la identidad de la isla a través de sus sabores. Productos como el pescado atlántico, las carnes, los quesos o las papas con mojo forman la base de una cocina ligada al territorio, donde la tradición convive con propuestas más contemporáneas.

Los guachinches continúan siendo un referente para comprender la cocina local, basada en recetas caseras y vinos de elaboración propia. En paralelo, los núcleos costeros ofrecen pescado fresco y elaboraciones que ponen en valor la cercanía del producto y su vinculación con el entorno marino.

El sur de Tenerife concentra además una parte destacada de los restaurantes galardonados con estrella Michelin, consolidando una oferta gastronómica que destaca por su creatividad, técnica y respeto por el producto.

El vino completa esta experiencia con una identidad marcada por el origen volcánico. Bodegas como Altos de Trevejos, en San Miguel de Abona, junto a otras como Bodegas Reverón o Cumbres de Abona, ofrecen visitas guiadas, recorridos por viñedos y catas que permiten conocer de cerca una tradición vitivinícola estrechamente ligada al paisaje.

NATURALEZA Y DEPORTE EN EL SUR: OCÉANO, CIELO Y EXPERIENCIAS ACTIVAS

El sur de Tenerife es un entorno privilegiado para el contacto con la naturaleza, donde el océano y el cielo se convierten en protagonistas de experiencias únicas.



Nos vamos de viaje

SUR DE TENERIFE: OCIO, SABORES Y EXPERIENCIAS ENTRE EL MAR, EL CIELO Y LA LAVA

Uno de sus grandes atractivos es el avistamiento de cetáceos, que permite contemplar delfines mulares y calderones tropicales en libertad a escasa distancia de la costa suroeste. Estas excursiones, desarrolladas bajo criterios de sostenibilidad, ofrecen un acercamiento respetuoso a una de las mayores riquezas naturales de la isla.

El entorno marino concentra además una amplia oferta deportiva. El Médano es uno de los principales referentes europeos para windsurf, kitesurf y wingfoil, gracias a sus condiciones de viento. A ello se suman el surf y el kayak, que permiten explorar zonas como Los Gigantes, Los Cristianos o la Caleta de Adeje.

El buceo amplía estas posibilidades, ofreciendo la oportunidad de descubrir la riqueza del fondo marino en aguas de gran visibilidad, con presencia de tortugas, mantas raya y numerosas especies. En el sur destacan puntos como Abades, Los Gigantes, Montaña Amarilla o Las Galletas.

Desde el aire, el parapente permite una visión diferente del territorio, con Adeje como principal punto de despegue en esta zona. Esta actividad, realizada con operadores especializados, ofrece vistas que combinan mar, relieve volcánico y paisaje natural.

El ciclismo completa la oferta con rutas que parten desde enclaves como Costa Adeje y ascienden hacia cotas elevadas, combinando exigencia y panorámicas. Así, el sur de Tenerife se configura como un destino donde naturaleza, deporte y ocio se integran en una propuesta activa y diversa.





Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: OTRA RUTA POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

Las Historic Highlights of Germany no se agotan en un solo itinerario. Esta red de 17 ciudades históricas alemanas guarda todavía más rincones capaces de sorprender al viajero cultural, y esta vez la propuesta atraviesa el país de oeste a este y de sur a norte: desde las orillas del Rin hasta el Báltico, pasando por el Meno, el Neckar y el corazón de Turingia.

Una vez más, la cercanía entre estas ciudades —muy bien conectadas por tren— permite diseñar circuitos flexibles que combinan patrimonio, naturaleza, vida universitaria y tradiciones locales. Es, en definitiva, otra manera de descubrir esa “Alemania con Alma” que tanto valoran quienes buscan experiencias auténticas más allá de las rutas convencionales.

BONN: LA ANTIGUA CAPITAL CON VOCACIÓN EUROPEA

La ruta puede arrancar en [Bonn](#), ciudad a orillas del Rin que fue capital de la República Federal de Alemania hasta 1990. Lejos de quedar eclipsada por

ese pasado político, hoy es una urbe cosmopolita y dinámica, sede de organismos internacionales y con una intensa vida cultural.

Bonn es también la ciudad natal de Beethoven, cuya huella se respira en museos, conciertos y festivales dedicados al compositor. Paseando junto al río o por su animado casco antiguo, el viajero descubre una ciudad que ha sabido reinventarse sin perder su carácter acogedor.

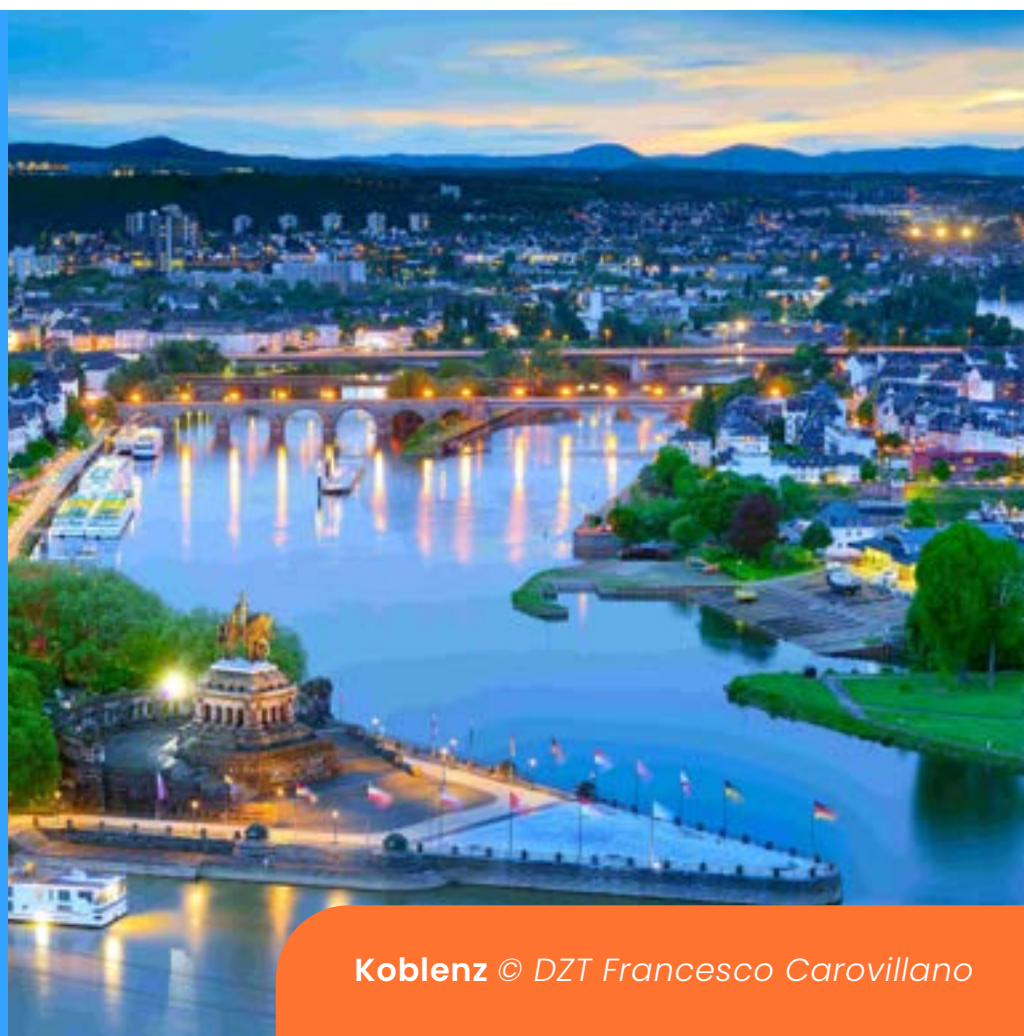
KOBLENZ: DONDE SE ABRAZAN DOS RÍOS

Muy cerca, en la confluencia del Rin y el Mosela, se encuentra [Koblenz](#). Su célebre Deutsches Eck —la “esquina alemana”— marca el punto exacto donde ambos ríos se unen, en una de las estampas más fotografiadas de la región.

Con más de 2.000 años de historia, Koblenz está rodeada de viñedos, bosques y cuatro cadenas montañosas que enmarcan el paisaje. La fortaleza



Bonn © DZT Francesco Carovillano



Koblenz © DZT Francesco Carovillano

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: OTRA RUTA POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

de Ehrenbreitstein, que domina la ciudad desde las alturas, y los pueblos vinícolas cercanos completan una experiencia que mezcla historia, naturaleza y buena mesa.

WIESBADEN: ELEGANCIA TERMAL A LA SOMBRA DE LOS EMPERADORES

Siguiendo hacia el sur, [Wiesbaden](#) invita a un viaje de otro tipo: el de las aguas termales y la arquitectura aristocrática. Durante el reinado de Guillermo II llegó a ser la ciudad balnearia más moderna de Alemania, y ese aire elegante todavía se percibe en su emblemático Kurhaus, corazón social de la ciudad.

Sus jardines, sus fuentes termales y su ambiente refinado convierten a Wiesbaden en una parada perfecta para quienes buscan combinar bienestar y patrimonio en un mismo destino.

TÜBINGEN: VIDA UNIVERSITARIA JUNTO AL NECKAR

Más al sur, [Tübingen](#) ofrece una de las postales más fotogénicas de Alemania: las fachadas de colores que se reflejan en las aguas del Neckar. Con más de 28.000 estudiantes, es una ciudad joven, vibrante y con una agenda cultural que no se detiene.

Su casco antiguo, de casas con entramado de madera perfectamente conservadas, conserva además un lugar destacado en la historia de la ciencia: aquí se realizaron descubrimientos pioneros relacionados con el ADN. Bares, restaurantes y una sólida oferta de cocina suaba, como el clásico Käsespätzle, completan el retrato de una ciudad que combina tradición y modernidad sin esfuerzo.



Wiesbaden © DZT Francesco Carovillano



Tübingen © Barbara_Honner

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: OTRA RUTA POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

FREIBURG: LA CIUDAD MÁS SOLEADA DE ALEMANIA

Al suroeste, en la puerta de la Selva Negra, [Freiburg](#) recibe al viajero con su característico buen tiempo y un estilo de vida relajado. Es la ciudad alemana con más horas de sol al año, y también una pionera mundial en desarrollo urbano sostenible y energía solar.

Sus Bächle —pequeños canales de agua que recorren las calles del centro histórico— y sus animadas terrazas y cervecerías al aire libre invitan a disfrutar del ambiente sin prisa. Una porción de tarta de la Selva Negra es la manera perfecta de cerrar cualquier paseo por esta ciudad luminosa.

AUGSBURG: EL LEGADO DE LOS FUGGER

Continuando hacia Baviera, [Augsburg](#) sorprende por su riqueza histórica: fundada por los romanos, es una de las ciudades más antiguas del estado. Su época de mayor esplendor llegó con la dinastía de comerciantes y banqueros Fugger, cuyo legado sigue muy presente en la ciudad.

La Fuggerei, el complejo de viviendas sociales más antiguo del mundo todavía en uso, es una visita imprescindible: sus callejuelas con casas amarillas y postigos verdes parecen detenidas en el tiempo. Augsburg combina así un pasado mercantil fascinante con un ambiente urbano vivo y acogedor.



Freiburg © DZT Francesco Carovillano



Augsburg © DZT Francesco Carovillano

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: OTRA RUTA POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

ERFURT: EL ENCANTO MEDIEVAL DE TURINGIA

Hacia el centro del país, [Erfurt](#) despliega todo el encanto de una ciudad medieval bien conservada. Capital de Turingia y situada en un histórico cruce de rutas comerciales, ha sido durante siglos punto de encuentro de viajeros e intelectuales, entre ellos un joven Martín Lutero.

Su imagen más reconocible es la Krämerbrücke, un puente medieval flanqueado por casas y pequeñas tiendas que todavía conserva su actividad comercial. La animada Domplatz, con su mercado y su imponente catedral, añade otra capa de vida cotidiana a esta ciudad tan bien dispuesta para el visitante.

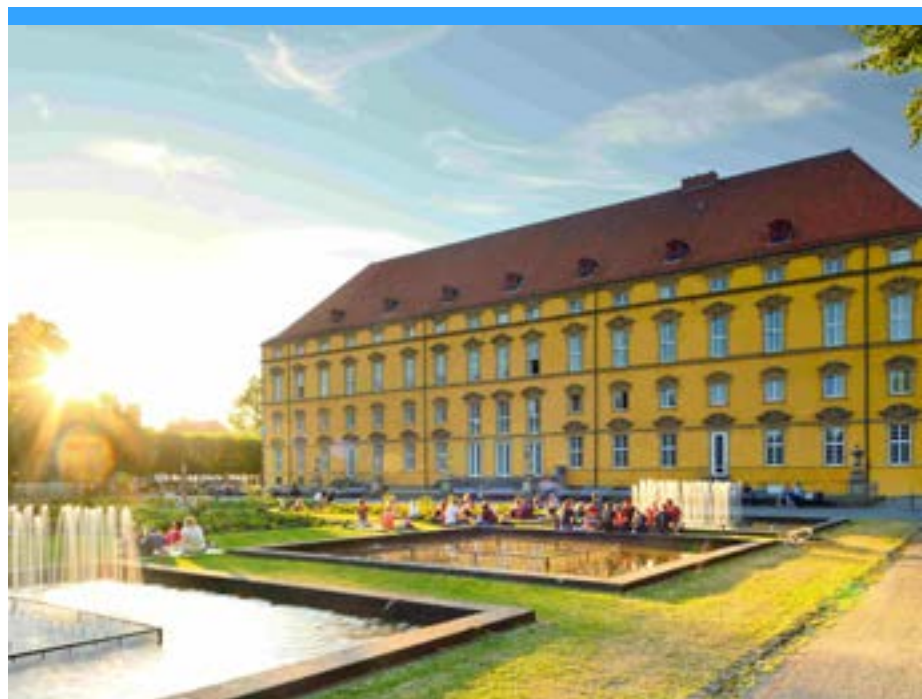


Erfurt © DZT Jens Wegener

OSNABRÜCK: LA CIUDAD DE LA PAZ

Más al norte, [Osnabrück](#) debe su sobrenombre —la “Ciudad de la Paz”— a un episodio decisivo de la historia europea: aquí se negoció y firmó, junto con Münster, la Paz de Westfalia de 1648, que puso fin a la Guerra de los Treinta Años.

Ese legado pacifista convive con un entorno natural privilegiado, ya que la ciudad forma parte de un geoparque reconocido por su valor geológico y paisajístico. Historia y naturaleza se combinan aquí en un destino tan tranquilo como interesante.



Osnabrück © DZT Francesco Carovillano

ROSTOCK: EL ESPÍRITU HANSEÁTICO DEL BÁLTICO

El recorrido puede terminar en [Rostock](#), antiguo y poderoso puerto hanseático en la costa del mar Báltico. Sus casas con gabletes y sus iglesias de altas torres, construidas en el característico ladrillo gótico del norte de Alemania, recuerdan la importancia comercial que tuvo la ciudad siglos atrás.

Cada mes de agosto, el Hanse Sail reúne en su puerto a cientos de veleros históricos y barcos museo, convirtiendo a Rostock en uno de los grandes escenarios marítimos de Europa y en un broche perfecto para esta ruta de norte a sur por la Alemania histórica.

Nos vamos de viaje

ALEMANIA CON ALMA: OTRA RUTA POR LAS HISTORIC HIGHLIGHTS OF GERMANY

OTRA FORMA DE VIAJAR POR ALEMANIA

Esta segunda selección de ciudades demuestra que las Historic Highlights of Germany ofrecen muchas Alemanias distintas dentro de un mismo país: la política y musical de Bonn, la fluvial de Koblenz, la termal de Wiesbaden, la universitaria de Tübingen, la soleada de Freiburg, la mercantil de Augsburg, la medieval de Erfurt, la pacifista de Osnabrück y la marítima de Rostock.

Para los agentes de viajes y los viajeros culturales, estas nueve ciudades son una invitación a seguir explorando esa Alemania con alma donde la historia, lejos de quedar encerrada en los museos, se vive cada día en sus calles, sus mesas y sus tradiciones.





Hoy
dormimos
en...

ceav
news

Hoy dormimos en...

UN BALCÓN A LA IBIZA MÁS AUTÉNTICA

En la parte alta de la ciudad histórica, el nuevo Parador de Ibiza ofrece un enclave sereno, luminoso y conectado con su pasado. Un refugio donde patrimonio, diseño contemporáneo y gastronomía local se encuentran para mostrar una versión distinta de la isla.

El nuevo Parador de Eivissa Dalt Vila, inaugurado en marzo, es, además del primero de Baleares, uno de esos lugares que redefinen la forma de estar en Ibiza. Una mirada alternativa a la de la isla del verano eterno o la del hedonismo nocturno, que empieza en lo alto de la ciudad amurallada, entre murallas del siglo XVI, calles empedradas y un horizonte que mezcla patrimonio histórico, arte contemporáneo, gastronomía local y estilo de vida mediterráneo.

El edificio ocupa un enclave que ha acogido desde hace siglos a numerosas civilizaciones. Aquí se asentaron fenicios, púnicos, romanos, árabes y cristianos, y esa superposición de culturas sigue hoy visible. El proyecto, que arrancó en 2009 y supuso una inversión cercana a los 47 millones de euros, permitió excavar y documentar restos arqueológicos que hoy forman parte del recorrido del propio Parador. Así, en la planta baja, nueve catas protegidas por cristal muestran desde muros antiguos hasta las ruinas de un templo romano construido sobre un santuario fenicio.

LA CALMA COMO ESTÉTICA

El conjunto arquitectónico también exhibe una mezcla precisa de épocas. Las fortificaciones



Hoy dormimos en...

UN BALCÓN A LA IBIZA MÁS AUTÉNTICA

medievales, los trazos renacentistas y los cuarteles del siglo XVIII conviven con intervenciones contemporáneas que respetan la geometría original. La Casa del Gobernador, por ejemplo, conserva su carácter solemne, mientras que el patio de armas, uno de los espacios más emblemáticos y especiales, cubierto ahora por una estructura textil ligera, funciona como epicentro y lugar de encuentro.

Pero no es el único lugar destacable. Las 41 habitaciones presumen de unas vistas envidiables. Desde unas se ve el Mediterráneo; desde otras, el baluarte, la plaza de armas o la Catedral, pero en todas ellas se crea una sensación de estar dentro de un monumento vivo, pero con la calma y la estética de un hotel contemporáneo.

Y si el exterior habla de historia, el interior inspira. Su decoración se basa en la esencia de las masías tradicionales ibicencas, con materiales naturales, artesanía local y una paleta que apuesta por blancos, arenas y tonos piedra. Todo pensado para que el espacio respire luz y serenidad.

La zona wellness es otro de sus atractivos rincones. Diseñado para convivir con el entorno arqueológico, crea un contraste muy ibicenco entre historia y bienestar, mientras que la piscina exterior ofrece una panorámica abierta hacia la ciudad amurallada.

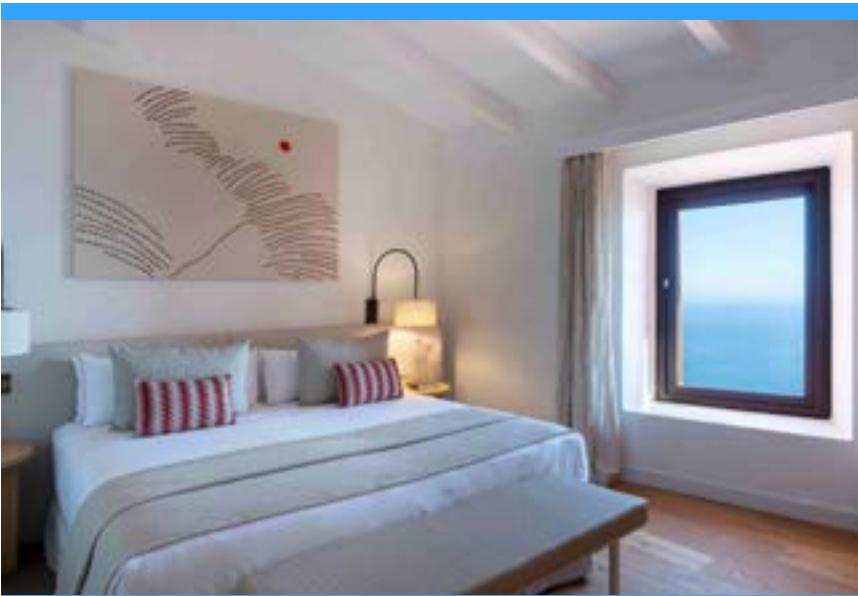
SABORES Y RINCONES ÚNICOS

Después del baño, cuando el apetito manda, el restaurante Almodaina toma el relevo. Su propuesta culinaria pone el foco en el producto local y en la tradición mediterránea, con la gamba roja de Formentera, el pescado de lonja en fritura, el lomo de vaca madurada



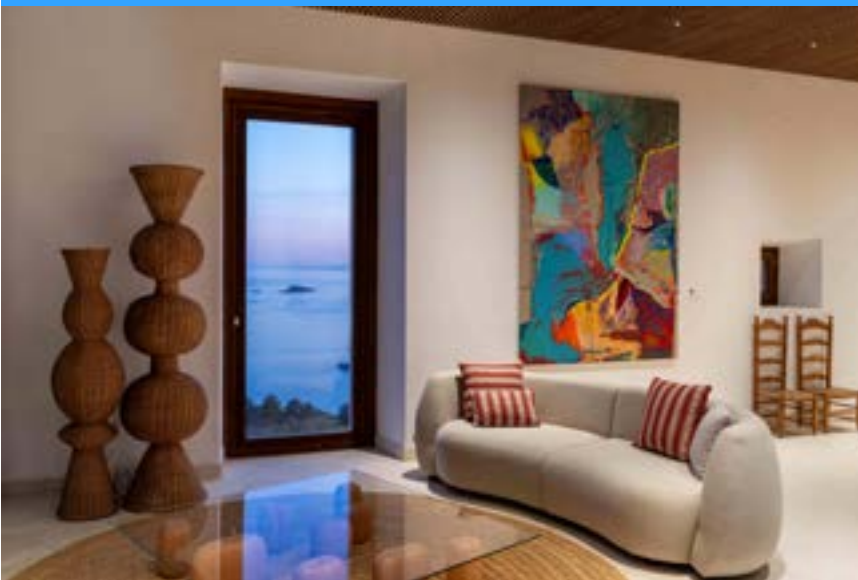
Hoy dormimos en...

UN BALCÓN A LA IBIZA MÁS AUTÉNTICA



trinchado y una cuidada selección de arroces, como principales especialidades. En los postres, las reinterpretaciones de clásicos ibicencos (como la greixonera, el flaó o una torrija de ensaimada) aportan un toque de memoria dulce.

El Parador también funciona como espacio cultural. Su proyecto artístico reúne obras de arte contemporáneo de creadores como Juan Uslé, Nico Munuera, Nuria Mora, Samuel Salcedo, Pablo Genovés o David Magán. Pintura, fotografía, escultura y grabado dialogan con la arquitectura y con el paisaje, utilizando el Mediterráneo como hilo conductor.



Más allá del Parador, la isla invita a un paseo relajado por las murallas del siglo XVI, la Catedral de Santa María, los miradores sobre el puerto y las calles estrechas de Dalt Vila. Y, cuando apetece playa, calas como Comte, Cala Salada, Aigües Blanques o Ses Salines, ofrecen aguas transparentes donde dejarse llevar por el ritmo Mediterráneo.



ILUNION Alcora Sevilla

Hay muchas formas de conocer Sevilla.

Nosotros llevamos 35 años contemplándola desde la mejor perspectiva.





Agenda

ceav
news

Agenda

Sigue todas nuestras novedades
a través de nuestras redes sociales:



ceav protour

Comprometidos
con un turismo sostenible

2026



SAVE THE DATE 23 Y 24 DE SEPTIEMBRE

CEAV PROTOUR & ACAVYT LLEGA A TU ISLA

Los próximos 23 y 24 de septiembre celebraremos la quinta edición del workshop más especial del año para las agencias de viajes. ¡Reserva la fecha en tu agenda y acompáñanos!

GRAN CANARIA – Hotel Santa Catalina – 23 de septiembre
TENERIFE – Hotel Gran Taoro – 24 de septiembre

Apertura de puertas: 19:00 h.

Hemos preparado una jornada pensada para informar, inspirar y generar nuevas oportunidades de negocio:

- Presentación de las novedades y tendencias en destinos turísticos.
- Workshop con la participación de **más de 35 empresas del sector turístico.**
- Sorteos y atractivos premios.
- Un magnífico cóctel para compartir una agradable velada en un entorno excepcional.

Será una excelente oportunidad para conocer las últimas novedades del sector, fortalecer relaciones comerciales y disfrutar de una noche de networking en dos hoteles emblemáticos de Canarias. **¡Te esperamos para compartir una edición que volverá a ser inolvidable!**

Agenda

CEAV PROTOUR BILBAO 29 DE OCTUBRE

Hotel The Artist 19.00h

Presentaciones de destinos, workshop y coctel networking.

Todo junto a las agencias de viajes locales y de las asociaciones de agencias de viajes [ATRAE](#) y [BIDAIKIDE](#)

8 **Gran Canaria**
23 de septiembre

9 **Tenerife**
24 de septiembre

10 **Bilbao**
29 de octubre





Congreso Nacional

de Agencias de Viajes
ceav Madrid 11 y 12 Noviembre 2025

Miércoles 11 Noviembre

Hotel Meliá Castilla

20:00 Cena de inauguración y entrega de los Distintivos Turísticos
CEAV Matilde Torres y Vicente Blasco

Jueves 12 Noviembre

Auditorio Caja de Música del Centro-Centro de Cibeles

09:00 Recepción y llegada de los participantes
09:30 Inauguración y bienvenida
10:00 Ponencia magistral de Albert Bosch
10:30 Modificación de la Directiva de Viajes Combinados
12:00 Conectividad aérea y desafíos compartidos del sector turístico
12:30 IA aplicada a las agencias de viajes
13:15 El futuro de las agencias de viajes
14:00 Almuerzo cóctel en el restaurante La Azotea
15:30 Tendencias actuales y emergentes de los viajeros
16:00 Luces y sombras del turismo social en España
16:45 Estrategias de marketing digital para agencias de viajes
17:15 Conclusiones y clausura

www.congresonacionalceav.com