



Partners



ceav partners

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

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



amadeus

IBERIA

iryo

MUNDI
COLOR

renfe

TURISMO SUCIAL
WWW.TURISMOSUCIAL.COM



RECLAMA
TRAVEL

Redion

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