ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, VIAJES Y EL MICE

GacetadelTurismo

La Revista de los Agentes de Viaje en España

WWW.GACETADELTURISMO.COM

EDICIÓN PRIMAVERA

JUAN PÉREZ
DIRECTOR DE SERVICIOS DE SERVISEGUR

Intermundial revoluciona la gestión de siniestros de viaje con su nueva solución tecnológica

PRESENTACIÓN DE THE VALENCIA TERMINAL HUB Y SU APUESTA GASTRONÓMICA FRONT

MADRID SEDE DE LA PRIMERA EDICIÓN DEL TECNO TRAVEL AGENCY ORGANIZADA POR LA UNION DE AGENCIAS UNAV

Madrid Capital Tecnológica Turística

Entrevista con **Juan Carlos González**, Director General de Ávoris

La división de cruceros del **Grupo MSC** inaugura su nueva terminal en el Puerto de Barcelona

NOCHE MEDITERRÁNEA DE LOS AGENTES DE VIAJES

PREMIOS GACETA DEL TURISMO

CAMBIO DE FECHA
23 OCTUBRE 2025 - 20.30 H.

CATEGORIAS GALARDONES

TOUROPERACIÓN - CADENAS HOTELERAS – DESTINOS – CRUCEROS – MICE – CATERING – VIAJES DE NEGOCIOS – LÍNEAS AÉREAS - INNOVACIÓN – TRAYECTORIA PROFESIONAL – MOVILIDAD – TECNOLOGÍA

LAS ARENAS RESORT&SPA *****GL

Gaceta del Turismo

EDICIÓN DIARIA Y SEMANAL DE ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL VIAJE Y EL TURISMO PARA LOS AGENTES DE VIAJES DE ESPAÑA.
www.gacetadelturismo.com

Edita
Rafael Miñana Sevilla
CIF 19.881450C
Avenida de Francia, 161, 1º puerta 9
46024 Valencia
C/ Escalinata, 2, (Plaza Ópera)
28013 Madrid
Tel. 34 627 944 344
www.gacetadelturismo.com
Email: redaccion@gacetadelturismo.com

ADMINISTRACIÓN
administracion@gacetadelturismo.com

REDES SOCIALES
Lucía Miñana
Luciamaria1987@hotmail.com

COLABORADORES
Madrid - Isabel Trillo Amores
Barcelona - Manel Antoli
Bilbao - Iñaki Eguia
Sevilla - Cristina Fernández
Benidorm - Julio Marin
Denia - Sergio G. Rodríguez

SECCIONES
Ocio y Cultura - Salvador Soria
Gastronomía - Pedro G. Mocholi
Empresas y Viajes - Rafa Miñana
Transporte - Esteban Gonzalo

Imprenta
La Imprenta CG

Diseño y Maquetación
Juanca P. Romero

Carta del Director

RAFAEL MIÑANA SEVILLA

EDITOR Y DIRECTOR DE GACETA DEL TURISMO
MIEMBRO DE LA MESA DEL TURISMO DE ESPAÑA
PREMIO A LA DIFUSIÓN DEL TURISMO DE LA UNIVERSIDAD DE MÁLAGA

El Turismo sigue creciendo

Como ocurre cada año en sus comienzos y tras los grandes acontecimientos del sector Turístico, como la **Feria internacional del Turismo de Madrid FITUR, la ITB de Berlín** o la **Bolsa Internacional de Turismo de Portugal,** nuestro operadores de viajes entran en una vorágine de presentaciones, roadshows y multitud de convenciones para presentar sus grandes novedades y los destinos estrella, que condicionarán las vacaciones de miles de viajeros de nuestra querida Europa; prueba de ello es la presencia más internacional cada mes de nuestros grupos españoles en estos certámenes internaciones.

En este trimestre, **Gaceta del Turismo,** hemos podido comprobar personalmente, con nuestra asistencia, que sigue creciendo el interés por formar parte de los grupos de gestión de agencias de viajes, por las ventajas tecnológicas, formación y mejor venta de sus productos, viendo que cada año siguen creciendo sus miembros, amparándose en el paraguas de una sola fuerte y sólida marca.

Grupo Dit llevó a sus socios a conocer la parte norte de Cuba, descubriendo otra Cuba más rural e interesante, teniendo en cuenta sus problemas de abastecimientos; fue un impresionante despliegue de logística del equipo Lander y Family... impresionante.

Volvimos a disfrutar también de la gran creatividad del equipo de **Avasa Travel Group,** abanderando su flamante equipo y sus muchos actos dedicados a la formación y entretenimiento de sus socios en la Costa Brava Catalana, siendo Andalucía la reina y sede de los eventos de los **Grupos Geomoon, Europa, Team** y como colofón La historica ciudad de Cádiz que fue la última a la que asistimos con la celebración del fiestón del 25 aniversario del **Grupo Airmet.**

Y acabando con más novedades de grupos, **las ciudades turísticas de Benidorm, Toledo** y **Port Aventura** han disfrutado de importantes players del sector como el **Grupo Eci, Grupo Team** y **Grupo Ávoris,** con todas sus muchas innovaciones y novedades que iremos conociendio en la campaña veraniega que nos espera a todos los españoles.

Por supuesto, el SUPER COLOFÓN de eventos subió a la ciudad de Valencia, donde este año y más que nunca, tras haber sufrido las inundaciones de la Dana, todas las empresas se volcaron para reunir en sus balcones de la Plaza el Ayuntamiento a sus agentes de viajes en el gran espectáculo pirotécnico de las mascletàs de **la Fiesta de las Fallas,** con sus estruendosos actos de fuego, o la presentación del **grupo MSC Cruceros** en el Estadio Luis Casanova del Valencia C.F., que además este año también celebra, a bordo de uno de sus emblemáticos barcos, su 20 aniversario de presencia en la Comunidad Valenciana.
También **Costa Cruceros** y su equipo comercial abordaron el Edificio Veles e Vents para llenar de camarotes y diversión su estilo español de navegación y contarles a los agentes muchas novedades y facilidades de venta para esta campaña.

No se nos olvida el buen trabajo de la **Confederación de Asociaciones de Agencias de Viajes de España (Ceav),** con su roadshow **Protur España,** el de la **Asociación Corporativa de Agencias (Acave)** o el de la **Asociación Valenciana (Aevav)** en la Comunidad Valenciana o en el ámbito de la formación y tecnología, el evento **Tecno Travel Agency Madrid** organizado por la **Unión de Agencias de Viaje (UNAV)** y el último, aunque no menos importante, el **I Congreso de la Federación de Asociaciones de Agencias de Viajes de Andalucía** en Tanger, con un gran exito de participación.
Posiblemente no recordaremos a todos, pero no queremos olvidar a algunos que deleitaron con sus cócteles a los muchos clientes:
Transvia Mucho más que viajes, BC Metting & Events, Taiko, Lufthansa, Trasmed, Grimaldi, MSC, Mundimaroc, el Grupo W2M, también destinos como Gran Canaria, Sevilla o Ibiza.

La hotelería sigue también imparable de actos y presentaciones como la inauguración del nuevo hotel del **Grupo Accor,** el **Novotel Valencia** situado en el centro comercial Nuevo Centro o la próxima inauguración del nuevo 5 Estrellas del grupo hotelero **AC Marriott,** en la Plaza del Ayuntamiento de Valencia ,sin olvidarnos del 50 Aniversario del **Hotel Dimar de Valencia...**

Sus asociaciones también llevan un no parar, **Hosbec Comunidad Valenciana,** el primer lobby hotelero, es un no parar con la fuerza que le da el tener el porcentaje mayoritario de la planta hotelera de la región, amén de su gran equipo trabajando día a día por darle valor al sector, sin olvidar también a las Asociaciones de Hoteles y Apartamentos Turísticos de Alicante **APHA, Aptur,** que de la mano de sus presidentes, están llevando a cabo una buena labor , dignificando e intentando dar el máximo valor a sus asociados y defendiendo sus intereses.

Terminando esta columna de esta intensa actividad turística, las perspectivas son muy halagüeñas, ya que, según nuestros expertos del sector, los portavoces de la **Mesa del Turismo,** la Semana Santa según todos los indicadores, ha sido un triunfo con ocupaciones super altas en casi todas las zonas y comunidades y se espera que el sector siga subiendo en creacion de riqueza y empleo, lo cual es una alegría por lo importante para este país y con estos buenos augurios, no sin antes volver a hacer mis peticiones propias y personales...

Hace ya seis meses de la Dana en mi querida Comunidad Valenciana, donde sufrimos la peor catástrofe de los últimos años en España...
Recibimos la ayuda y el cariño de todos los españoles y de Los Reyes de España, que siguen preocupados por nosotros. Al Presidente del Gobierno y a todos los estamentos culpables del caos ocurrido seguimos esperando sus juicios.

GACETA DEL TURISMO

SUMARIO

PORTADA
JUAN PÉREZ
DIRECTOR DE SERVICIOS DE SERVISEGUR
"QUEREMOS QUE LA INMEDIATEZ MARQUE LA DIFERENCIA"

JUAN CARLOS GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL
ÁVORIS CORPORACIÓN EMPRESARIAL

ENDIKA ORMAECHE
DIRECTOR DE VENTA INDIRECTA Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS
GEOMOON

PEDRO RIBEIRO
DIRECTOR MARKETING Y VENTAS VILA GALÉ HOTEIS

JOAO MURIAS Y JOSÉ OLIVER
AERTICKET ESPAÑA

PAUL JOHANNES
CATHAY PACIFIC EUROPA

EVA BRETOS CANO
DIRECTORA DE DISCOVER THE WORLD EN ESPAÑA

MARÍA JESÚS LÓPEZ SOLÀS Y BEATRIZ GUILLÉN
IBERIA

ÉXITO TOAL EN LA 5ª EDICIÓN DEL EVENTO "TXOTX" DE DIT GESTIÓN

VALENCIA SE PASA AL #MODOCANARIO DE VIDA

THE VALENCIA TERMINAL HUB ABRE FRONT

AEVAV, TURISME COMUNITAT Y LA DIPUTACIÓN DE VALENCIA ACERCAN LA OFERTA TURÍSTICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA A LOS AGENTES DE VIAJES

ABRE SUS PUERTAS NOVOTEL VALENCIA LAVANT

NEGOCIOS

RENFE ESTRENA EL NUEVO MENÚ PRÉMIUM DE PRIMAVERA

ENTREVISTA A MARIANO SOLÀ, DIRECTOR GENERAL DE GEOMOON

VIAJES CARREFOUR CELEBRA CON ÉXITO SU CONVENCIÓN EN TOLEDO CON MÁS DE 400 AGENTES DE VIAJES

MPI IBERIAN CHAPTER VUELVE A CELEBRAR EL GMID

AIRMET CELEBRA SU 25 ANIVERSARIO EN CÁDIZ

LA COMUNIDAD DE MADRID PRESENTA LA GUÍA TURISMO FAMILIAR

TRAVELANCE REWARDS: EL NUEVO PROGRAMA DE FIDELIZACIÓN

INAUGURACIONES DE LAS TERMINALES DE MIAMI Y BARCELONA DE MSC CRUCEROS

IBERIA PONE A LA VENTA RÉCORD DE ASIENTOS PARA LA TEMPORADA DE VERANO 2025

SOLTOUR REFUERZA SU APUESTA POR LATINOAMÉRICA CON UNA NUEVA CONEXIÓN A CALI

TRAVELPORT PRESENTA LAS SOLUCIONES DE CONTENIDO Y SERVICIO NDC DE FINNAIR

AIR EUROPA CONECTARÁ MADRID CON ESTAMBUL A PARTIR DE MAYO

ACTUALIDAD TECNOLÓGICA DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO Y LOS VIAJES

Gaceta Tecnología

WWW.GACETADELTURISMO.COM

TECNO TRAVEL AGENCY

MADRID SEDE DE LA PRIMERA EDICIÓN DEL TECNO TRAVEL AGENCY ORGANIZADA POR LA UNIÓN DE AGENCIAS UNAV

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

Madrid sede de la primera edición del Tecno Travel Agency organizada por la Union de Agencias UNAV

Se trata de un evento pionero, dirigido a los profesionales de las agencias y operadores turísticos, que reunirá a expertos, innovadores y profesionales de la industria, con el fin de explorar las últimas tendencias y avances tecnológicos

La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) celebra los días 8 y 9 de mayo la primera edición del Tecno Travel Agency, un evento pionero en este segmento que reune a expertos, innovadores y profesionales de la industria, con el fin de explorar las últimas tendencias y avances tecnológicos.

Se trata del primer proyecto que pone en marcha el Grupo de Trabajo de Tecnología y Digitalización recientemente constituido por esta asociación, que tiene como objetivos impulsar estos capítulos entre las empresas asociadas y adheridas, y fomentar las tecnologías emergentes. El evento cuenta con el patrocinio de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, Parques Reunidos y Faunia.

El programa incluye cuatro grandes líneas de exposición (innovación en viajes, transformación y gestión, tecnologías emergentes en el proceso de toma de decisiones y estrategias de ciberseguridad para agentes de viajes). Cada una de las ponencias ha sido diseñada en exclusiva por los miembros del citado grupo de trabajo, que ha confeccionado igualmente el plantel de intervinientes y los posibles temas a tratar.

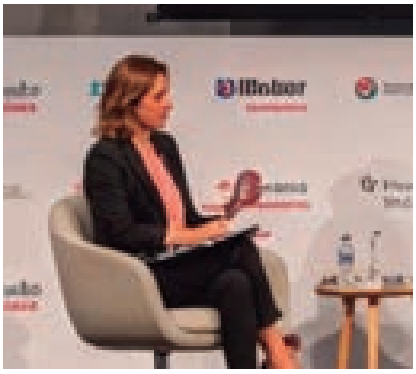
Como complemento a cada una de las mesas de análisis y reflexión se darán a conocer iniciativas únicas emprendidas en el sector

de las agencias de viajes y la touroperación. En conjunto, participarán en este encuentro una veintena de conferenciantes y expertos,
El Tecno Travel Agency mostrará asimismo las últimas herramientas y soluciones tecnológicas implementadas para facilitar la actividad diaria de agencias y touroperadores, ya sea para el ámbito de la gestión de las reservas, la comercialización, el análisis o el marketing en sus distintas vertientes.
Una cita con el futuro de las agencias de viajes

El formato de este primer encuentro ha sido pensado para que sea ágil y dinámico, en el que además de las mesas de trabajo, habrá presentaciones multimedia, 'workshop' interactivos y exposiciones de casos prácticos, entre otras fórmulas, todas enfocadas a realzar el protagonismo de las agencias de viajes en su transformación digital.
La idea inicial de los promotores del Tecno Travel Agency es que esta primera cita sea también una palanca de 'networking', que permita la creación de redes de contacto entre profesionales, empresas y académicos, de forma que pueda abrir puertas a futuras colaboraciones.

El plan de trabajo de este primer foro de la tecnología para agencias de viajes y operadores turísticos incluye una visita a Alcalá de Henares, ciudad patrimonio mundial de la Humanidad y uno de los municipios incluidos en el proyecto tecnológico planeamadrid.es, plataforma profesional creada por la Federación Madrileña de Agencias de Viajes (FEMAV) —en la que participa UNAV, a través de su filial en la Región— y la Comunidad de Madrid para permitir la creación de paquetes turísticos gracias a acuerdos con proveedores locales, que hasta la fecha suman un total de 200 colaboradores. Como marcas sponsor figuran Amadeus, Beroni, Conecta Turismo, Quadrant Travel Technology, MOGU, Momeen, Pipeline y TDCS Travelport. Entre las firmas colaboradoras del Tecno Travel Agency se incluyen CDV, Central de Vacaciones, Pangea, Servivuelo y Viajes El Corte Inglés.

Según el gerente de UNAV, Iván Méndez, "en un mundo donde la digitalización transforma la manera en que viajamos y experimentamos el turismo, esta cita con el futuro se convertirá en una plataforma esencial para compartir conocimientos, fomentar la colaboración y descubrir soluciones que mejoren la experiencia del viajero. La importancia de este evento radica en su capacidad para impulsar la innovación, optimizar procesos y adaptarse a las nuevas demandas del mercado.



Es el primer proyecto que pone en marcha el Grupo de Trabajo de Tecnología y Digitalización de esta entidad, que fue creado recientemente

El evento cuenta con el patrocinio de la Comunidad de Madrid, el Ayuntamiento de Madrid, Parques Reunidos y Faunia

El programa incluye cuatro grandes líneas de exposición y cada una de las ponencias ha sido diseñada en exclusiva por los miembros del citado grupo de trabajo

Se presentarán casos prácticos puestos en marcha en el sector de las agencias, con la colaboración de empresas del ecosistema 'traveltech

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

La Comunidad de Madrid es uno de los principales destinos turísticos de España

La Comunidad de Madrid es uno de los principales destinos turísticos de España, con más de 15 millones de turistas, entre visitantes nacionales y extranjeros, que en términos de PIB turístico aportaron el 11,8% del total nacional, equivalente a 21.779 millones de euros. El gasto medio por turista y viaje en esta comunidad es el más elevado de España, situándose en torno a los 1.800 euros. Estas cifras sitúan a la región por encima de otras comunidades autónomas como Canarias, que contribuye con 19.302 millones de euros, un 10,5%. La región, además, con alrededor de 250.000 empleados en el sector, concentra en torno al 13% del empleo turístico en España. En cuanto a los mercados nacionales, la Región sigue siendo el principal emisor de turistas con 1.153.436 viajeros (+14,3 % que en 2023), seguida de Cataluña, con 682.602 (-6,9 %) y Andalucía, con 620.838 (-1,8%).

La ciudad de Madrid cerró 2024 como el mejor año turístico de su historia

La ciudad de Madrid cerró 2024 como el mejor año turístico de su historia, con un gasto internacional de 16.117 millones de euros, un 21 % más que en 2023, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). Además, la capital, ha conseguido alcanzar los 11.189.493 visitantes y 23.267.620 pernoctaciones, lo que supone un 5,3 % y un 4,6 % más que el año anterior. Madrid refuerza así su posición como uno de los destinos turísticos urbanos más atractivos del mundo, impulsado por el aumento del turismo internacional que creció un 8 % en pernoctaciones respecto a 2023. En 2024, el turismo internacional representó el 56% de los visitantes, creciendo dos puntos porcentuales respecto al año anterior.

Parques Reunidos es uno de los operadores internacional de ocio más activos y dinámicos de Europa

Originado en Madrid en el año 1967, Parques Reunidos es uno de los operadores internacional de ocio más activos y dinámicos, con más de 50 parques en países de Europa, Norteamérica y Australia, que además dispone de la cartera de parques acuáticos más destacada del mundo. Es asimismo el principal operador de parques de animales de Europa, con una de las colecciones de animales más importantes del mundo, tanto por número como por diversidad de especies.

Faunia es un amplio espacio temático y natural

Faunia es un amplio espacio temático y natural que alberga más de 1.200 animales, de 170 especies de diferentes, que habitan en 4 ecosistemas y 15 áreas temáticas adaptadas a cada especie, con su propio hábitat, temperatura, condiciones de luz y humedad. Todo ello a lo largo de 16 hectáreas con una topografía potenciada con lagos, estanques, en un espacio situado en Madrid capital. La primera edición del Tecno Travel Agency se desarrollará en la Sala Hacienda de Faunia, un espacio con un diseño elegante y natural, con capacidad para hasta 600 asistentes, donde los amplios ventanales permiten la entrada de luz natural, creando un ambiente cálido y acogedor. Su distribución flexible se adapta a diferentes tipos de eventos, ofreciendo un entorno sofisticado rodeado de naturaleza.

UNAV es la Unión Empresarial de Agencias de Viajes de España

UNAV es la Unión Empresarial de Agencias de Viajes, una entidad asociativa que actúa en todo el territorio español. Se constituyó en 1977, lo que la convierte en la asociación nacional decana del sector de agencias de viajes. A fecha de marzo de 2025, el Universo UNAV congrega a una cifra superior a las 3.000 agencias de viajes, que suman un total cercano a los 4.800 puntos de venta, además de cerca de una treintena de marcas líderes sectoriales en calidad de empresas adheridas. En el año 2002, el Gobierno de España le concedió la Placa de Oro al Mérito Turístico. Forma parte del patronato del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR). Posee diferentes sistemas de gestión de calidad, que incluyen el Certificado ISO 9001. Entre los objetivos fundacionales de UNAV figuran, entre otros, la promoción y defensa de la imagen y el prestigio de las agencias de viajes, la representación de sus miembros ante los órganos de la Administración y la prestación de una veintena de servicios a sus asociados, especialmente en el ámbito legal, jurídico, contable, informático y formativo.

SEBASTIÁN BRIONES
DIRECTOR GENERAL DE PIPELINE

"Pipeline sigue siendo un referente en la digitalización de las agencias de viajes"

espués de más de 35 años dedicado a la digitalización de las agencias de viajes, ¿cómo ves a PIPELINE en el sector?

Después de más de tres décadas, PIPELINE sigue siendo un referente en la digitalización de las agencias de viajes. Hemos sabido evolucionar con el mercado, adaptarnos a los cambios tecnológicos y, sobre todo, escuchar a nuestros clientes. Hoy en día, seguimos siendo un socio estratégico para las agencias, no solo por nuestras soluciones tecnológicas, sino por nuestra capacidad de acompañarlas en sus procesos de transformación digital. Nos sentimos orgullosos de haber contribuido a profesionalizar y modernizar el sector desde sus inicios hasta el presente. En los últimos cinco años nos hemos reestructurado, hemos actualizado nuestras plataformas, hemos incrementado nuestra plantilla y hemos creado nuevos productos para nuestras agencias clientes tanto en España como en el extranjero.

¿Qué novedades habéis presentado en TECNOTRAVEL?

En esta primera edición de TECNOTRAVEL hemos presentado mejoras clave en nuestras plataformas, como nuevas funcionalidades de automatización de procesos, integración con herramientas de inteligencia artificial para optimizar la gestión, y soluciones específicas para la venta online multicanal. Hemos presentado ORBIS GESTION en entorno WEB, ORBIS CORPORATE para la generación avanzada de informes y gestion de factura electrónica, ORBIS PAY para la generación de enlaces de cobro a clientes, ORBIS CARD para generación dinámica y conciliación de tarjetas virtuales de pago a proveedores, la última versión del metabuscador B2B ORBIS HOTELES, etc . Todo ello con el objetivo de seguir ayudando a las agencias a ser más eficientes, competitivas y rentables.

¿Qué te parece el formato TECNOTRAVEL?

El formato de TECNOTRAVEL me parece muy acertado. Es un punto de encuentro dinámico, donde no solo se presentan productos, sino que se generan conversaciones valiosas entre proveedores, agencias y otros actores del sector. Nos permite conectar directamente con los profesionales, entender sus inquietudes y mostrarles de forma práctica cómo la tecnología puede ayudarles en su día a día. Es un evento cercano, útil y muy bien enfocado a las necesidades reales del mercado.

¿Qué cambios podemos esperar en los próximos años?

Creo que veremos una aceleración aún mayor en la automatización y personalización de procesos, impulsada por la inteligencia artificial y el análisis de datos. Las agencias que quieran mantenerse competitivas deberán adoptar soluciones tecnológicas más ágiles, integradas y orientadas al cliente final. También veremos una mayor hibridación entre lo físico y lo digital, con agencias que sabrán combinar atención humana con herramientas digitales avanzadas. Desde PIPELINE, seguiremos anticipándonos a estas tendencias para ofrecer a las agencias las herramientas que necesitan para afrontar el futuro con confianza.

Orbis.
WEB

¿Aún no conoces la nueva versión Web de Orbis Gestión para Agencias de Viajes?

- SES Hospedajes
- Factura Electrónica
- Nuevas capturas proveedores
- Generación enlaces de cobro
- Conciliación tarjetas
- Enlace CRM
- Alta desatendida expedientes
- Etc.

964 723 390

comercial@pipeline.es

Más información en **www.orbisweb.es**

KIT DIGITAL
AGENTE DIGITALIZADOR

Producto sujeto a las subvenciones de Kit Digital para Pymes

Pipeline.
software

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

Beroni desarrolla la primera IA pensada para ayudar al agente de viajes

La nueva herramienta tutela el proceso de trabajo del profesional de la agencia y permite, por ejemplo, la confección de presupuestos automáticos, hacer reservas e informar del catálogo de destinos

Beroni, compañía especializada en innovación para la industria del turismo y los viajes, ha sido el partner tecnológico responsable del desarrollo del primer asistente virtual de IA destinado de manera específica para los agentes de viajes, en este caso en exclusiva para el touroperador Taiko, del Grupo PRESSTOUR, referente nacional en turismo.

Se trata de un proyecto disponible únicamente en el canal B2B, que permite la confección de presupuestos automáticos —cotizados en tiempo real— de productos propios del operador leonés, hacer reservas y contrataciones e informar de todos los destinos que ofrece el catálogo de Taiko.

El asistente de IA, denominada EugynIA, tutela en todo momento el proceso de trabajo del profesional de la agencia y, llegado el caso, informa y avisa de los precios más económicos que se pudieran producir en el proceso de adquisición de los viajes, ya sea en lo referido al alojamiento o al propio viaje, siempre ajustándolo a las fechas elegidas por el cliente.

Es capaz de identificar, además, las pautas de uso que efectúa el agente, su nivel de competencia con la tecnología y adaptarle el contenido al conocimiento que se tenga, si es o no avanzando. En este sentido, si la IA constata un uso poco habitual de la herramienta le ofrece todas las posibilidades disponibles, así como recomendaciones prácticas y material de apoyo, que puede incluir vídeos, tips o tutoriales.

Llegado el caso, incluso, puede ofrecer destinos alternativos que igualmente pudieran interesar a los viajeros, dentro de los parámetros de su elección, pues da acceso a todos los productos que pudieran estar cargados en la web. La nueva inteligencia es capaz de saber el grado de uso que hace el agente de viajes y ofrecerle contenidos adicionales.

Adicionalmente, la IA desarrollada por Beroni para Taiko puede proponer de manera automática a través de su motor ofertas con mejores precios y ofrecerlas vía email, una funcionalidad especialmente útil para los usuarios que interactúan por vez primera o lo hacen de manera no frecuente.

El nuevo asistente virtual de IA para agentes de viajes se encuentra en fase avanzada de desarrollo y estará plenamente operativo próximamente.

El proyecto se ha llevado a cabo al amparo de la convocatoria de ayudas 2023 para proyectos de digitalización de «última milla» en empresas del sector turístico, en el marco del Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia impulsado por el Gobierno de España.

En opinión de Iki Fernández, director general de TAIKO, “esta nueva asesora de viajes virtual, desarrollada por Beroni para Taiko, encaja a la perfección dentro de nuestra filosofía. EugynIA enriquecerá la interacción entre nuestro equipo y nuestros clientes, haciendo que el acceso a la información de nuestra compañía sea más fluido y eficiente que nunca. Su presencia no reemplazará, sino que complementará a nuestro equipo humano y a las habituales formas de comunicación con nosotros, que ahora estarán reforzadas con una capa adicional de soporte diseñada para mejorar la experiencia de las agencias de viajes”

Según Josep Bellés, CEO de Beroni, “hasta ahora lo habitual ha sido desarrollar asistentes virtuales de IA pensando únicamente en el viaje; la tecnología desarrollada por Beroni lo que hace es situar al agente de viajes en el centro de las operaciones y otorgarle el protagonismo absoluto. Es la primera IA pensada para ayudar de verdad al agentes de viajes y no para sustituirle”.

CDV
24/7
Evolución
Visítanos en CDV.TRAVEL

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

Quadrant Travel Cloud y Pipeline se unen para impulsar la digitalización de las agencias de viaje

Quadrant Travel Cloud, el primer marketplace independiente diseñado para la digitalización integral de las agencias de viajes, y Pipeline, empresa líder en soluciones tecnológicas para la industria del turismo, han firmado un acuerdo estratégico para integrar nuevas soluciones digitales que optimicen la operativa y la rentabilidad de las agencias de viaje.

Un paso adelante en la automatización y eficiencia del sector

Gracias a esta alianza, las agencias de viaje que operan con Quadrant Travel Cloud podrán acceder de forma sencilla a las herramientas avanzadas de Pipeline, permitiendo la integración de sistemas de gestión, automatización de procesos y optimización del flujo de trabajo. Con esta colaboración, ambas compañías refuerzan su compromiso con la transformación digital del sector, ofreciendo soluciones innovadoras para mejorar la experiencia de los agentes de viaje y sus clientes. "Desde Quadrant Travel Cloud, apostamos por una plataforma modular que permita a cada agencia personalizar su ecosistema digital según sus necesidades. La integración con Pipeline supone un gran avance en este camino, ofreciendo a nuestros clientes nuevas herramientas que faciliten su día a día", explica Juan Font Valle, Chief Commercial Officer de Quadrant Travel Technology.

Por su parte, Sebastián Briones, CEO Pipeline, destaca: "ORBIS GESTION es una plataforma abierta que fomenta la interconexión con el ecosistema digital de las agencias con el objetivo de automatizar las tareas de los agentes de viajes. Este acuerdo con Quadrant Travel Cloud permitirá a nuestros clientes comunes agilizar los procesos administrativos y potenciar los procesos de venta".

Pruebas de integración exitosas y despliegue gradual

El acuerdo se ha formalizado tras completar con éxito las pruebas de integración y validación de los sistemas, asegurando un funcionamiento eficiente y seguro para las agencias. En las próximas semanas, la solución se implementará progresivamente en diferentes mercados, permitiendo a las agencias comenzar a beneficiarse de las nuevas funcionalidades.

TDCS | TRAVELPORT Official Partner

¿ESTÁS LISTO PARA CAMBIAR TU NEGOCIO?

Ayudamos a las agencias de viajes con una solución global de gestión y promoción en el punto de venta.

BUSINESS TOOLS

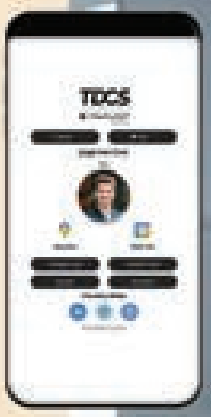
Todas las herramientas necesarias para administrar y gestionar la emisión de billetes de avión, reservas de hotel, rent a car.

TRAVELPORT+
AUTOMATED EXCHANGES
TRIP QUOTE
ASSISTED TICKETING

MARKETING TOOLS

Comunica lo que necesitas con nuestras Soluciones de Marketing Digital

PANTALLA DIGITAL
MUPI DIGITAL
LED ESCAPARATE
WI-FI SOCIAL
TARJETA DE VISITA VIRTUAL
ETIQUETAS DIGITALES
ROLL UP DIGITAL
MÚSICA AMBIENTE
CATÁLOGO DIGITAL



www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

Travelport presenta las soluciones de contenido y servicio NDC de Finnair

Travelport, una empresa de tecnología global que impulsa las reservas para cientos de miles de proveedores de viajes en todo el mundo, ha anunciado que los clientes de agencias ahora tienen acceso al contenido de nueva capacidad de distribución (NDC) de Finnair, la aerolínea insignia de Finlandia.

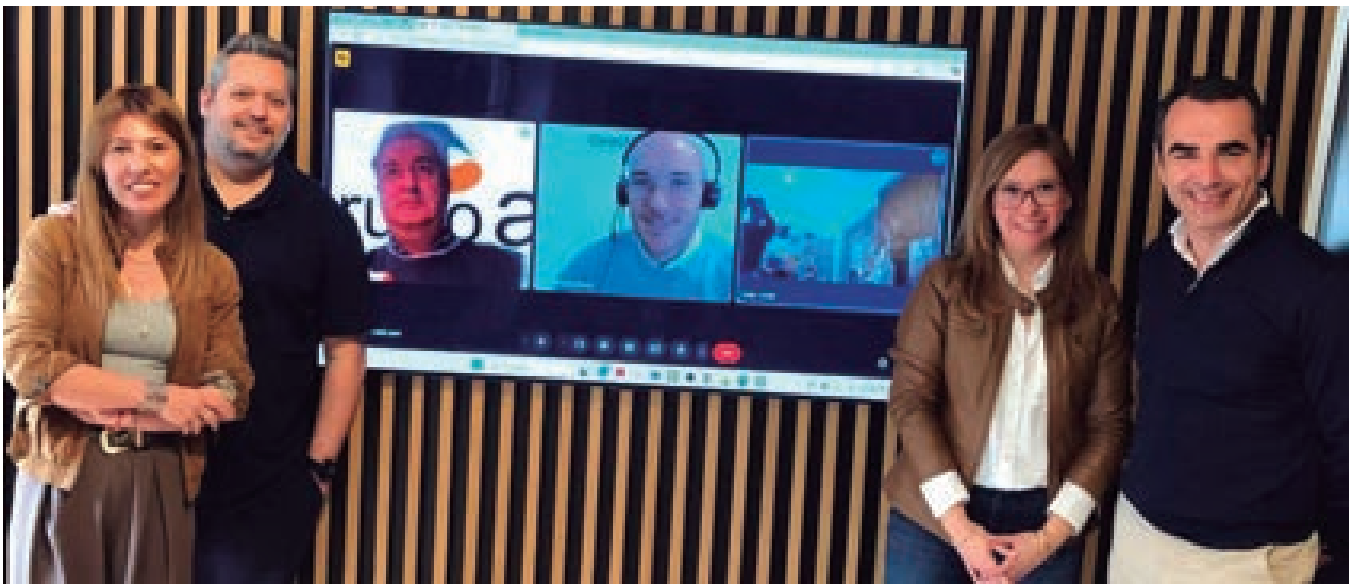
«Travelport ha sido un gran socio con el que trabajar para brindar a las agencias de viajes un mayor acceso a contenido y ofertas mejores y más enriquecidos de Finnair», dijo Jenni Suomela, vicepresidenta de ventas globales y gestión de canales en Finnair. «Este lanzamiento significa un hito importante en nuestro viaje de venta minorista moderna, expandiendo nuestro alcance en la red de agencias global de Travelport para impulsar la adopción de NDC y garantizar que los clientes puedan comprar y reservar fácilmente todos nuestros productos y servicios de primera clase».
A través de Travelport+, todo el contenido NDC de Finnair ahora está disponible, incluidos los servicios complementarios como selección de asientos, opciones de equipaje y otros servicios a bordo. Prio-Flex, el producto específico de Finnair para clientes corporativos, se lanzó el año pasado y también está disponible para reservar a través de NDC en Travelport». Con este lanzamiento, las agencias clientes de Travelpoet pueden ver, comparar y reservar sin esfuerzo ofertas dinámicas de NDC de Finnair.
La incorporación del contenido de NDC de Finnair amplía la cartera de contenido de múltiples fuentes de Travelport, cumpliendo con la misión de la empresa de hacer que el contenido listo para el comercio minorista sea accesible para las agencias para que puedan crear compras y servicios sin inconvenientes.
"Cuando anunciamos nuestro acuerdo NDC con Finnair, lo hicimos con la intención de asegurar a nuestros clientes agencias que les entregaremos contenido listo para la venta minorista y de fácil acceso, para que los agentes y los viajeros puedan comprar, comparar y reservar las mejores ofertas, de múltiples fuentes, todo en un solo lugar", dijo Damian Hickey, Director Global de Travel Partners en Travelport. "Hemos cumplido esa promesa con nuestra solución NDC, ofreciendo a los minoristas de viajes un soporte integral de principio a fin. Más allá de la reserva, permite a los agentes gestionar los cambios de viaje en tiempo real, lo que garantiza un nivel elevado de servicio para los viajeros".

La solución de contenido y servicio NDC de Travelport para Finnair ahora está accesible para los clientes agencias en 60 países en África, Asia-Pacífico, Europa, América del Norte y Oriente Medio. La solución NDC de Travelport para Finnair seguirá implementándose en otros países en las próximas semanas.

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

UNAV constituye un nuevo grupo de trabajo dedicado a la tecnología y a la digitalización

El objetivo de esta nueva sección asociativa es impulsar estos capítulos entre las empresas integradas y fomentar las tecnologías emergentes



La Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) acaba de constituir oficialmente una nueva área de trabajo organizativa, dedicada a la tecnología y la digitalización, que se suma a las ya existentes, la de legal y 'compliance', presidida por Mª Dolores Serrano, y la de grupos de gestión, liderada por Joan Arriaga. El nuevo apartado de UNAV está coordinado por Sofía Saíz, consejera de UNAV y directora general de 'Los viajes de Sofía'.

Además de Saíz, forman parte de este grupo Ingrid Graells (Beroni), José Antonio Flores (Conecta Turismo), Héctor García (MOGU), Juan Font (Quadrant Travel), Sebastián Briones (Pipeline Software), Antonio Caño (Grupo AC) e Iván Méndez (UNAV). Asimismo participa Amadeus.

Objetivos y proyectos destacados

El objetivo de esta nueva sección de UNAV es avanzar en la digitalización de las empresas asociadas y adheridas, e impulsar las tecnologías emergentes, entre ellas el 'big data', la inteligencia artificial, el machine learning y el blockchain.

Una de sus primeras tareas asignadas será la organización del Tecno Travel Agency, el evento promovido por UNAV que reunirá próximamente en Madrid a expertos, innovadores y profesionales de la industria, con el fin de explorar las últimas tendencias y avances tecnológicos.

Entre los proyectos en marcha previstos también por el grupo de trabajo se incluye la confección de una newsletter multimedia, que recogerá todas las novedades del sector asociadas a la digitalización, en particular de las empresas asociadas y adheridas a UNAV. La publicación, de carácter cuatrimestral, será patrocinada por Bedsonline.

El impulso de la digitalización, una constante asociativa

El impulso de la digitalización de las agencias de viajes ha sido una constante para UNAV en los últimos años. Y lo ha sido desde el ámbito promocional, formativo y de la sensibilización.

Primeramente, mediante campañas de promoción en sus canales institucionales (newsletter institucional y flashes informativos) y plataformas sociales promoviendo, por ejemplo, la participación en el programa del Kit Digital. En la misma dirección, una de las sesiones monográficas del Foro de Antequera estuvo dedicada en exclusiva a la tecnología y a la digitalización, señalándose que, a pesar del camino recorrido, había que continuar avanzando.

El capítulo de la digitalización también ha sido objeto de trabajo en los programas de formación que está fomentando con diversas instituciones, como es el caso de ILUNIÓN Formación y Adara Formación, empresa colaboradora de la Fundación Estatal para la Formación en el Empleo (FUNDAE).

En estos casos, la formación y mejora de la capacitación de los agentes de viajes se ha centrado en los aspectos relativos a la ciberseguridad, al marketing digital y al refuerzo del conocimiento de los sistemas online de reservas.

En la edición de 2025, además, dentro de las 70 propuestas formativas ofertadas, se han reforzado mucho los conocimientos referidos a la digitalización, incorporándose enseñanzas dedicadas al big data y el business Intelligence, data mining, machine learning o introducción a la inteligencia artificial (IA).

En este último ejercicio, además, diversas empresas integradas en UNAV han avanzado en el tema de la inteligencia artificial, tal es el caso de Viajes El Corte Inglés, W2M, Beroni, Central de Vacaciones, Destinia, Viajes Carrefour o DIT Gestión.

www.gacetadelturismo.com
GACETA DEL TURISMO

Colaboradores Edición Gaceta Travel Agency 2025

MADRID, 8 Y 9 DE MAYO DE 2025

Patrocinadores

Sponsors

Media Partner

ACTUALIDAD DE LA INDUSTRIA DEL TURISMO, VIAJES Y EL MICE

Gaceta Negocios

WWW.GACETADELTURISMO.COM

ENTREVISTA CON

JUAN CARLOS GONZÁLEZ

DIRECTOR GENERAL ÁVORIS CORPORACIÓN EMPRESARIAL

"PODEMOS DECIR QUE ÁVORIS ES ÚNICA, PORQUE HA IDO INCORPORANDO PROYECTOS CON ALMA Y MUY DIVERSOS QUE NOS HAN PERMITIDO LLEGAR HASTA DONDE HOY ESTAMOS"

Air Europa regresa al norte de África

Benidorm lidera la previsión de ocupación hotelera de la Semana Santa

Consultia Business Travel pone en marcha una campaña para transformar digitalmente la gestión de los viajes de negocio con Destinux

The Valencia Terminal Hub une innovación, tecnología, inversión y talento con bienestar y salud y abre Front, su nuevo espacio donde la gastronutrición es protagonista

Por Rafael Miñana - Director

Por TTH han pasado 16.000 personas en seis meses y suma una propuesta gastronómica con producto local, identidad mediterránea y esencia de barrio

The Terminal Hub (TTH) es mucho más que un espacio de trabajo: es un ecosistema en el que la innovación, la tecnología, el talento, la inversión y donde ahora también el bienestar se fusiona para inspirar a sus hubbers, que ya ocupan más del 80% del espacio. En solo seis meses, han pasado por TTH 16.000 personas, participando en 130 eventos que han impulsado el networking, la creatividad y la generación de sinergias inevitables. Aquí, la innovación es constante y el talento nunca descansa. Front The Terminal Bar es un ejemplo, pero habrá más.

La energía es el motor de las ideas y mantenerse activo es clave para rendir al máximo, por eso en TTH están creando un entorno que facilita el equilibrio entre cuerpo y mente. Para quienes quieren hacer deporte y luego continuar con su jornada, The Terminal Hub cuenta con vestuarios equipados, permitiendo entrenar junto al mar y volver al trabajo con energía renovada. El siguiente paso que tendrá lugar próximamente será el de incorporar servicios que aporten salud, como clases grupales de entrenamiento funcional, entrenador personal y sesiones de yoga, para que cada hubber encuentre la mejor forma de potenciar su bienestar y rendimiento.

Apostar por una propuesta de gastronutrición basada en la cocina con alma mediterránea, la sostenibilidad y las raíces valencianas es el resultado de una alianza estratégica entre The Terminal Hub y El Alto Sports & Tech SL., uniendo

Recorriendo las instalaciones

Quique Calabuig, Angela Pérez y Fernando Aliño en la presentación

innovación y gastronomía en un espacio donde la creatividad fluye también a través de los sabores. Porque en The Terminal Hub, la inspiración no solo se trabaja, también se saborea. Front The Terminal Bar es un espacio que trasciende a la idea de un simple restaurante con cocina todos los días de la semana, de lunes a viernes de 9-19h y, sábados y domingos de 11:30- 19:00 y siempre abierto a todos los que quieran unirse a ese punto de encuentro donde la innovación y la creatividad se nutren frente al Mediterráneo.

El corazón gastronómico de Front está en manos del chef Juan Torres. Nacido en el Grau, sabe llevar el sabor del mar a cada plato. En su cocina prima el producto local y los ingredientes orgánicos, de proximidad y saludables. Director gastronómico de Grupo El Alto y apasionado del buen comer, Juan se define como "gastroeufórico", alguien que disfruta tanto creando como degustando. Su misión en Front es clara: hacer felices a los clientes a través de los sentidos, combinando identidad mediterránea con una visión moderna y sostenible. Amiki, chef & coach de cocina consciente fue asesor nutricional de Juan Torres para que todos los platos tuvieran la riqueza nutricional y el punto sostenible. Junto a él, Pablo Pascual Sala, chef de Sedaví, aporta su experiencia en arroces, pescados frescos y recetas donde tradición y creatividad se encuentran. Empezó a los 16 años en restaurantes tradicionales valencianos para dar el salto a Madrid y trabajar con grandes chefs y volver a Valencia para especializarse en la comida mediterránea. Ambos buscan emocionar a través del sabor y la técnica. En la coctelería, Fillipe Suárez traslada su esencia carioca con propuestas que evolucionan a lo largo del día: desde zumos y batidos energéticos por la mañana hasta cócteles de autor inspirados en Río de Janeiro y el mar Mediterráneo.

Detrás de The Terminal Hub hay empresarios comprometidos con ir más allá de atraer talento: buscan que la excelencia se viva cada día, generando nuevas oportunidades e ideas con impacto en la sociedad y en Valencia. Entre ellos están Quique Calabuig (Kaihō Capital, FUCSA), Ángela Pérez (Health in Code), Isabel Úbeda (Inversiones l'Anella), Iker Marcaide (Zubi Group) y Ricardo Orts (arquitecto e ingeniero industrial del proyecto). Los impulsores de The Therminal Hub son conscientes que Valencia es ya un destino ideal para emprendedores, inversores y nómadas digitales gracias a su calidad de vida, su ecosistema innovador y su creciente proyección internacional. InterNations, la mayor red de expatriados del mundo, con casi cinco millones de miembros en 400 países, ha elegido en varias ocasiones a Valencia como la mejor ciudad del mundo para vivir. Un reconocimiento que también ha destacado Forbes o The New York Times que ha señalado Valencia como una de las ciudades imprescindibles para visitar.

En la presentación, tanto Ángela Pérez como Quique Calabuig han destacado que The Terminal Hub cuenta con 572 puestos, una tasa de ocupación del 80% por 81 empresas diferentes, centradas en el sector tecnológico y la I+D+i. Existen tres membresías, FLEX (78 puestos), OFFICE (158 puestos) y FIXED (336 puestos). La membresía FLEX se orienta al nómada digital, que necesita un espacio de trabajo y tiene asiento en cualquier punto del edificio, con derecho a zonas de reuniones, atención telefónica y formación. Los puestos FIXED permiten tener un puesto fijo, siempre reservado y acceso a las zonas de cantina.

Arroz en llauna de sepia bruta con gamba roja

Alcachofa asada con salsa de pimientos asados y avellana

ENTREVISTA | JOAO MURIAS Y JOSÉ OLIVER

DIRECTOR DE OPERACIONES Y SENIOR DE AERTICKET ESPAÑA
DIRECTOR GENERAL DE AERTICKET ESPAÑA

Por Chiky Trillo

"No tenemos previsto más compras en España, queremos consolidar el mercado".

El consolidador español Servivuelo, que presta servicios a más de 11.500 agencias de viajes, ha pasado a formar parte del Grupo AIRTICKET, reforzando así su presencia en el mercado español. AIRTICKET es en la actualidad líder europeo en venta mayoristas de billetes de avión y en desarrollo de tecnologías para el sector turístico. Gaceta del Turismo tuvo la oportunidad de entrevistar a Joao Murias, Director de Operaciones y Senior, y José Oliver, Director General de AERTICKET España

¿Qué supone para AERTICKET la compra de Servivuelo?

Joao Murias: "La compra de Servivuelo para el Grupo AERTICKET es un movimiento estratégico que refuerza nuestra presencia en el mercado español, que es un mercado con el cual tenemos un compromiso hace ya más de 15 años –el año pasado cumplimos quince años-. Esta adquisición nos da una muy buena presencia en España y nos complementa, ya que nosotros somos muy fuertes en vuelos hacia Asia, Oriente Medio y Europa como destinos principales de las agencias de agencias a las cuales servimos. 'Servivuelo tiene más presencia Latinoamérica, así que nos viene a complementar como Grupo en el mercado español y darnos una visión de 360º, digámoslo así, lo cual es para nosotros muy, muy importante".

José Oliver: "Para nosotros, en AERTiCKET España, esta unión es una garantía de seguridad y nos da una visión más global. Servivuelo ha desarrollado durante años muy buenas tecnologías para el mercado español y servirá para ganar ese potencial de un grupo grande mejorado

el mercado, con mayor desarrollo y fuerza financiera. Una unión que nos servirá para aprender de España y conjugar sinergias de otros mercados".

Una pregunta importante que preocupa, ¿la fusión afectará a la plantilla de Servivuelo?
Joao Murias: "Servivuelo seguirá operando como marca independiente que no va a afectar a las plantillas. Apuntamos más a una cuestión de sinergias a nivel de contenido. La idea es acercar el contenido internacional a los clientes que hoy trabajan ya con Servivuelo y al mismo tiempo acercar contenido que tenga Servivuelo a los clientes que trabajan con AERTiCKET.
Pero no solo en España, sino que también en otras partes de Europa o del mundo donde nosotros trabajamos. AERTiCKET está presente con filiales propias en 14 países que se beneficiarán también de la incorporación de Servivuelo al Grupo".

José Oliver: "Son dos marcas fuertes, dos equipos de trabajo con muy buena reputación dentro del mercado español y lo seguiremos manteniendo y operando como marcas independientes en las agencias. En ese sentido, no les cambia nada. Si una agencia compró el ticket con Servivuelo, seguirá hablando con la gente de Servivuelo y si una agencia compró billete con AERTiCKET, España seguirá hablando con el equipo de AERTiCKET de España".

Joao Murias: "Hoy tenemos un equipo de 850 personas que trabajan dentro de AERTiCKET, de 25 nacionalidades, de al menos 20 países. Somos un grupo muy diverso, y orgulloso de ello".

¿Esta adquisición supone que va a haber más oficinas en España?
Joao Murias: "Al trabajar mucho en on-line desde AERTiCKET España no consideramos que necesitamos más oficinas. Vamos a seguir trabajando con la misma dinámica con la que estamos ahora y que nos ha funcionado tan bien en los últimos quince años. Mantendremos las dos sedes de Palma de Mallorca y Madrid, cada una con su marca y empresa, y trabajaremos para seguir consolidando ambas marcas. Servivuelo tiene mayor presencia en la zona de Madrid y centro de España y AERTICKET España, con su sede en Palma de Mallorca, tiene más influencia en el mercado catalán y baleares, lo cual creo que es un complemento, perfecto; es como dos piezas de un puzle que encajan perfectamente una al lado de la otra".

Al cierre del 24, el Grupo AERTiCKET consolidó su liderazgo con una facturación de 3.000 millones de euros y 8 millones de billetes emitidos, con un crecimiento global de un 12%. ¿Con esta unión, qué previsión se tiene para el 2025?
Joao Murias: "Por lo pronto, se incorpora a la facturación global el volumen de ventas de Servivuelo que ronda los 200 millones de euros, con lo que estaríamos hablando ya de 3.200 millones de euros totales. Pero obviamente, lo que buscamos es mayor crecimiento".

José Oliver: "La compra de Servivuelo ha sido la operación más importante, bueno, o una de las operaciones más importantes dentro de la historia del grupo de AERTiCKET. En 2024, también incorporamos a dos consoladores, uno en Dinamarca y otro en Suecia, aunque de menor tamaño que Servivuelo".

Joao Murias: "Durante el 2025 también iremos creciendo de dos maneras. Primero, de una forma orgánica, por nuestros propios medios, ir captando más clientes y más volumen de negocio dado que tenemos una red más grande y con mayor contenido. Y por otro lado, de manera inorgánica al buscar adquisiciones y oportunidades de negocio y donde podamos trabajar con otros mercados. Siempre estamos abiertos a nuevas oportunidades de ampliar negocio. Pero de momento, en España, nos quedaremos tal cual estamos ahora, trabajando en la consolidación del mercado. No vamos a buscar más adquisiciones; vamos a buscar crecer en ofertas, tratando de dar mejor servicio ya que tenemos mejor contenido juntos que por separado".

¿Esta fusión qué ofrece de un nuevo al mercado español y a las agencias de viajes en concreto?
José Oliver: "Como te he comentado, que la suma de 1 + 1 sea algo más de dos. Es decir, todo lo bueno que ya tenía Servivuelo ahora se va a acompañar de un producto internacional que antes no tenía, y viceversa. Unir la tecnología de Servivuelo, la adaptación en el mercado y al mismo tiempo va a tener también esa potencia de poder desarrollar cosas nuevas, de entrar en nuevas aventuras, de poder desarrollar cosas con más flexibilidad de lo que la hacía hasta ahora".

Joao Murias: "Y lo mismo AERTiCKET, que va a aprender de esas tecnologías creadas para el mercado español. Y por otra parte, se aportará tecnologías, productos y precios de todo el mundo adaptados al mercado español, a un tipo de cliente que lo que quiere es que el producto sea bueno. Vamos a combinar las dos y es lo que lo que vamos a aportar de nuevo. Obviamente no nos vamos a quedar quietos. Nosotros somos más fuertes en el mercado asiático y Servivuelo es muy fuerte en el mercado Latinoamericano. Tenemos mercados donde sabemos que son estratégicos a nivel de crecimiento, por ejemplo, hemos abierto también hace 2 años un consolador en Brasil, donde tenemos ahora mucha presencia. De la misma manera que también tenemos un consolidado en Estados Unidos o en Turquía, que son marcados fuertes, estamos trabajando para buscar algunas opciones en India. Tenemos que buscar negocios que sean rentables y que aporten la rentabilidad del grupo, no solo un volumen de ventas, sino que también aporten rentabilidad. Por eso Servivuelo, una empresa exitosa en España durante tantos años, nos encajó muy bien en nuestro perfil. Estamos presentes en 40 países y en 109 mercados. Nuestra filosofía se basa en tres puntos: optimizar la tecnología, aumentar el contenido y el servicio al cliente; si a eso unir la rentabilidad".

JUAN CARLOS GONZÁLEZ
DIRECTOR GENERAL
ÁVORIS CORPORACIÓN EMPRESARIAL

"Podemos decir que Ávoris es única, porque ha ido incorporando proyectos con alma y muy diversos que nos han permitido llegar hasta donde hoy estamos"

"Con las últimas incorporaciones a Ávoris, hemos demostrado una apuesta firme de nuestro grupo por las agencias de viajes independientes"

Juan Carlos, acabáis de celebrar vuestra quinta convención del grupo de gestión Geomoon en Torremolinos con un gran participación... ¿Cuál es tu valoración de este encuentro?

Han sido unos días muy intensos de trabajo donde se han reunido la práctica totalidad de las agencias del grupo Geomoon y donde, además de vernos y compartir unos ratos muy agradables, hemos podido presentar las últimas novedades en materia de tecnología, producto y financiación; de hecho, he felicitado al director de Geomoon, Mariano Sola, por la buena organización del evento y por el buen ambiente que hemos encontrado en Torremolinos durante estos días.

En los últimos tiempos habéis crecido en todos los sectores y en concreto en el ámbito de los grupos de gestión. ¿Qué podrías destacarnos en este ámbito de vuestro negocio?

Con las últimas incorporaciones a Ávoris, hemos demostrado una apuesta firme de nuestro grupo por las agencias de viajes independientes y por la importancia de la figura del agente de viajes. El modelo es muy sencillo, y consiste en dotar a las agencias y sus profesionales de las mejores herra-

mientas para que sean más competitivas y eficientes y que puedan ofrecer a sus clientes productos innovadores, con el objetivo de seguir creciendo de manera sostenible en todos los significados del término.

¿Qué valor añadido aporta Geomoon a sus agencias?

Las agencias adheridas a Geomoon siguen creciendo y no solo en número, sino también en facturación. Ello es debido al gran trabajo que están haciendo sus profesionales y a la fortaleza que les ofrece su pertenencia a nuestro ecosistema. Desde la dirección general de distribución indirecta y acuerdos estratégicos que lidera Endika Ormaeche, trabajamos incansablemente en la mejora de las herramientas que ofrecemos a las agencias; de hecho, ya hemos presentado la plataforma Welcometickets de experiencias, y en las próximas semanas incorporaremos más funcionalidades a esta nueva plataforma, dotando de nuevos productos a las agencias asociadas. También hemos incorporado novedades en formas de pago y producto que enriquecen nuestra propuesta y que ayudan a las agencias independientes a competir más y mejor en el mercado.

En el ámbito del transporte aéreo vuestras operaciones cada año se consolidan más. ¿Qué valoración haces de vuestras apuestas como Tailandia, Orlando, Mauricio, Costa Rica o Djerba?

La innovación en los destinos es clave para Ávoris, por eso estamos constantemente lanzado nuevas rutas y nuevas propuestas que se adapten a las demandas reales de nuestros clientes. Estamos encaminando Iberojet para que opere destinos de interés que hasta ahora no se ofrecían al turista; en ese sentido, vamos a reforzar nuestra operativa desde Madrid, Barcelona y Lisboa a nuevos destinos de media y larga distancia, ofreciendo propuestas atractivas y reforzando las frecuencias de nuestras rutas, para satisfacer los deseos de nuestros viajeros.

¿Crees que el mercado va a seguir con la concentración de empresas?

La industria de los viajes tradicionalmente mantiene una doble tendencia de crecimiento, combinando concentración y dispersión a la vez. Esto puede parecer extraño, pero lo cierto es que los últimos datos revelan la apertura de nuevas agencias que se están incorporando a nuestro sector y que ya forman parte de nuestro tejido empresarial. También, como es lógico, hay proyectos que se integran para ser más

competitivos y rentables. Esto no debería extrañarnos, porque pasa también otras industrias y es un efecto lógico en la evolución de la economía y el tejido empresarial, forma parte de la evolución normal de los negocios, porque favorece el crecimiento y la competitividad del sector.

Ávoris siempre está innovando. ¿Habéis hecho ya todos los cambios en la estructura o hay previsto algún nuevo rebranding o compra?

Realmente, podemos decir que Ávoris es única, porque ha ido incorporando proyectos con alma y muy diversos que nos han permitido llegar hasta donde hoy estamos, al integrar marcas muy consolidadas y reconocidas en las diferentes líneas de negocio. Claro que esperamos nuevas cosas durante el 25, pese a nuestro tamaño actual, estamos convencidos que queda mucho por hacer y estamos en ello.

"Las agencias adheridas a Geomoon siguen creciendo y no solo en número, sino también en facturación."

"Esta iniciativa contribuye a profundizar en la profesionalización de nuestros empleados."

Para terminar, ¿Ávoris va a seguir comprando y creciendo a nivel internacional en los próximos años?

En nuestro ecosistema turístico hemos ido incorporando sucesivamente nuevos proyectos y tengo muy claro que vamos a seguir creciendo de manera ordenada y sostenida durante los próximos años. Lógicamente, este crecimiento lo haremos tanto de forma orgánica como inorgánica, es decir, seguimos trabajando en que nuestras líneas de negocio crezcan y amplíen sus territorios de operación y, por supuesto, no descartamos alguna nueva incorporación que acelere nuestros objetivos de crecimiento y nos haga ser cada día más fuertes y competitivos.

¿Deseas añadir algo más?

Únicamente, deseo hacer hincapié en la apuesta del grupo por la formación y la innovación, recientemente hemos creado Ávoris Travel School y estamos muy ilusionados por lo que supone en la captación de talento al sector. Además, esta iniciativa contribuye a profundizar en la profesionalización de nuestros empleados. En cuanto a innovación, la reciente alianza de Ávoris con Microsoft y Amadeus está generando importantes avances que nos ayudarán a que las agencias sean cada vez más competitivas y eficientes.

ENDIKA ORMAECHE

DIRECTOR DE VENTA INDIRECTA
Y PROYECTOS ESTRATÉGICOS GEOMOON

"Mi valoración de la V Convención del Grupo Geomoon es la confirmación de que vamos por el buen camino"

"Estamos muy centrados en todo la parte de sostenibilidad e integración y para esto la tecnología es clave"

Endika para que los agentes de viajes conozcan mejor tu actividad, explícanos qué es el Área de Venta Indirecta y proyectos estratégicos. ¿Cuál es tu día a día?
Bueno, es una división nueva dentro del grupo donde estamos desarrollando alianzas estratégicas a medio largo plazo, alguna de ellas como la de DiT. Dentro del día a día una de ellas es el desarrollo de los consolidadores que dan servicio a las agencias independientes dentro y fuera de los grupos asociados.

Recientemente has asistido a la V Convención del grupo de Gestión Geomoon. ¿Qué valoración haces de este concurrido encuentro?
Creo que es la confirmación de que vamos por el buen camino. He visto a unos empresarios convencidos del proyecto y a un Avoris en la necesidad de dar lo mejor de nosotros para que el binomio sea un éxito a largo plazo. Ganamos todos.

¿Estáis satisfechos del funcionamiento de vuestros grupos de gestion? ¿Qué valor añadido le aportan al grupo?
Estamos haciendo el camino, todavía nos queda mucho trabajo. Pero creo que aportan mucho valor al grupo al igual que no-

sotros acabaremos aportando mucho valor a las agencias independientes. Tanto en tecnología, formación, producto, acuerdos con terceros, etc.

Recientemente habéis adquirido uno de los grandes Grupos de agencias españolas Dit Gestion siendo una larga operación. ¿Cuál es tu balance y qué responderías a los que dicen que con esta operación el grupo perderia independencia?

Han sido casi dos años de trabajar mano a mano y hemos encontrado muchísimas cosas en común, lo que ha posibilitado a que el grupo se incorpore a Avoris. si algo tenemos claro en Avoris es la independencia de las agencias de viajes de los diferentes grupos asociados. Esto nos obliga cada vez más a pensar cómo podemos apoyar a nuestros socios, cientos de empresarios en su día a día para que estén cómodos bajo el paraguas de Avoris.

En la Convención habéis destacado la creación de nuevos productos en la división de Welcome. ¿Podrías hablarnos de ellos?

Estamos trabajando para poner a disposición de las agencias diferentes motores cada vez más necesarios, hoy en día hay muchas motivaciones para viajar por lo que cada vez más es ímportante poner a disposición de las agencias las herramientas necesarias para que puedan cubrir las necesidades de los clientes, para ello hemos sacado ya welcomebeds, welcomefly y welcometikets y están ya en camino otros tantos motores.

"Hoy en día hay muchas motivaciones para viajar por lo que cada vez más es ímportante poner a disposición de las agencias las herramientas necesarias."

"Si algo tenemos claro en Avoris es la independencia de las agencias de viajes de los diferentes grupos asociados."

¿Cómo va la internacionalización del grupo?

Muy bien, hemos estado trabajando en esa línea durante el última año y ya hemos definido dos o tres países donde ampliaremos nuestra presencia en el 25 además de algunos acuerdos como el de CVC que ya hemos comunicado al mercado durante el 24 y ratificado en el 25.

Vivimos en el boom de la tecnología, un elemento muy importante en el ámbito del ocio y los viajes. ¿Cuál es vuestra apuesta de futuro en ese ambito?

Estamos muy centrados en todo la parte de sostenibilidad e integración y para esto la tecnlogía es clave, estamos inmersos en todo lo relativo a la IA con varios proyectos abiertos. Es clave para nosotros toda la apuesta e inversión que estamos ha haciendo en este campo.

MARIANO SOLÁ
DIRECTOR GENERAL DE GEOMOON

"Formar parte de un gran grupo vertical como es Avoris, manteniendo su propia identidad e independencia de gestión, es una de las mayores ventajas de ser asociado a Geomoon"

"Después de 40 años en este sector, creo firmemente que el futuro está en los grupos de gestión"

Podrías hacer un balance de cómo ha sido esta V Convención del Grupo Geomoon?
Realmente ha sido un éxito. La satisfacción tanto de los agentes de viajes como de los proveedores ha sido del 100 %. Las formaciones, el workshop y el resto de las actividades han sido del agrado de todos los asistentes, lo que nos motiva a seguir mejorando y ofreciendo eventos de calidad.

¿Por qué habéis elegido el destino de Torremolinos?
Gracias al apoyo de la Junta de Andalucía, apostamos por Torremolinos como uno de los destinos por excelencia del turismo vacacional, que además está creciendo considerablemente en el ámbito del turismo de reuniones, incentivos, congresos y exposiciones (MICE).

Hagamos un poco de historia. ¿Cuándo se crea Geomoon y cuántos socios tenéis en la actualidad?
Geomoon se fundó en marzo de 2016. Desde su creación, hemos experimentado un crecimiento constante en el número de socios. Durante la pandemia, tuvimos algunas bajas por motivos obvios, pero posteriormente volvimos a crecer. Recientemente, hemos realizado un reajuste de nuestros asociados

para fortalecer el grupo, contando con grandes profesionales del sector. Actualmente, contamos con más de 450 puntos de venta.

¿Qué ventajas tiene ser asociado de Geomoon?
Formar parte de un gran grupo vertical como es Ávoris, manteniendo su propia identidad e independencia de gestión, es una de las mayores ventajas de ser asociado a Geomoon. Además, ofrecemos una serie de partners prioritarios que permiten a nuestros asociados ser más rentables y competitivos frente a otras redes del sector. Proveemos tecnología avanzada del grupo Ávoris, facilitando el día a día y agilizando los procedimientos necesarios.

Lo más importante es nuestro equipo humano, sin el cual sería imposible ofrecer la atención que nuestros asociados merecen.

En la convención habéis hablado de nuevas herramientas y novedades para los socios. ¿Podrías destacar alguna de ellas?
Durante 2025, implementaremos diversas herramientas vinculadas con la inteligencia artificial para mejorar aún más la gestión de los agentes de viajes. Entre las novedades, hemos instalado pantallas en las agencias de viajes para facilitar la gestión de escaparates, lo que además genera ingresos adicionales.

"Desde la creación de Geomoon, hemos experimentado un crecimiento constante en el número de socios."

"Ofrecemos una serie de partners prioritarios que permiten a nuestros asociados ser más rentables y competitivos frente a otras redes del sector."

También hemos lanzado la tarjeta Pliant, una tarjeta de pago que permite a los agentes ganar dinero por cada transacción realizada en su negocio.

Con tu experiencia en el sector turístico, ¿tienen futuro los grupos de gestión?
Después de 40 años en este sector, creo firmemente que el futuro está en los grupos de gestión. Permiten a las agencias ser totalmente independientes, pero bajo el paraguas de un gran grupo empresarial, lo que les da más fuerza frente a las empresas verticales. En mi opinión, somos el futuro del sector.

¿Para cuándo y dónde será la próxima Convención?
Rafa, será el próximo año por las mismas fechas. Sin embargo, si no te importa, el lugar es un secreto que el equipo de Geomoon revelará a su debido tiempo.

AEVAV, Turisme Comunitat y la Diputación de Valencia acercan la oferta turística de la Comunidad Valenciana a los agentes de viajes

AEVAV, la Asociación empresarial líder de Agencias de Viajes en la Comunidad Valenciana, ha finalizado con éxito de asistencia sus tradicionales workshops de productos turísticos. Los escenarios escogidos este año han sido el Real Club Náutico de Castellón, el Castillo Palacio de Alaquàs y el Hotel Melià Alicante.

Como cada año, este evento es coordinado por AEVAV con la colaboración de Turisme Comunidad Valenciana y la Diputación de Valencia y presenta una amplia exposición de productos turísticos receptivos y emisores para que los agentes de viajes, principales prescriptores de los destinos, puedan conocer la atractiva oferta turística que ofrece la Comunidad Valenciana.

En la presentación de cada uno de los tres eventos, actuó como anfitrión el presidente de la Asociación, Miguel Jiménez junto con el equipo directivo de la Asociación. En esta

presentación, estuvieron acompañados por las diferentes autoridades turísticas de las tres ciudades y, en todos los casos, cabe destacar la gran participación del sector empresarial, formado por líneas aéreas, turoperadores, seguros turísticos, cadenas hoteleras, consolidadores, empresas de transporte, así como destinos nacionales e internacionales presentes en estos workshop para la promoción del turismo receptivo y emisor.

En el Castillo Palacio de Alaquàs participó activamente el área de Turismo que dirige el diputado Pedro Cuesta. En efecto, la Diputació de València, a través de su marca València Turisme, junto a los municipios de Gandia, Carcaixent, Oliva y Aras de los Olmos, además de diversas empresas de la provincia, presentó su oferta turística a los cerca de 300 profesionales de agencias de viajes que acudieron al evento. El encuentro ha servido para que las agencias conozcan de primera mano la oferta de experiencias y destinos turísticos actual de la provincia, que después podrán trasladar a sus clientes.

El diputado provincial de Turismo, Pedro Cuesta, ha destacado que "este tipo de reuniones de trabajo contribuyen significativamente a acercar nuestra oferta turística a las agencias de viajes, prescriptoras directas de todas las opciones que ofrece nuestro territorio para gran parte de los consumidores finales".

València Turisme colabora con AEVAV en los tres workshops que la asociación empresarial ha organizado en la Comunitat Valenciana. La acción se trasladará próximamente a distintas ciudades de España, organizadas igualmente por AEVAV con la colaboración de la Diputació de València.

PUNTO DE *Encuentro*

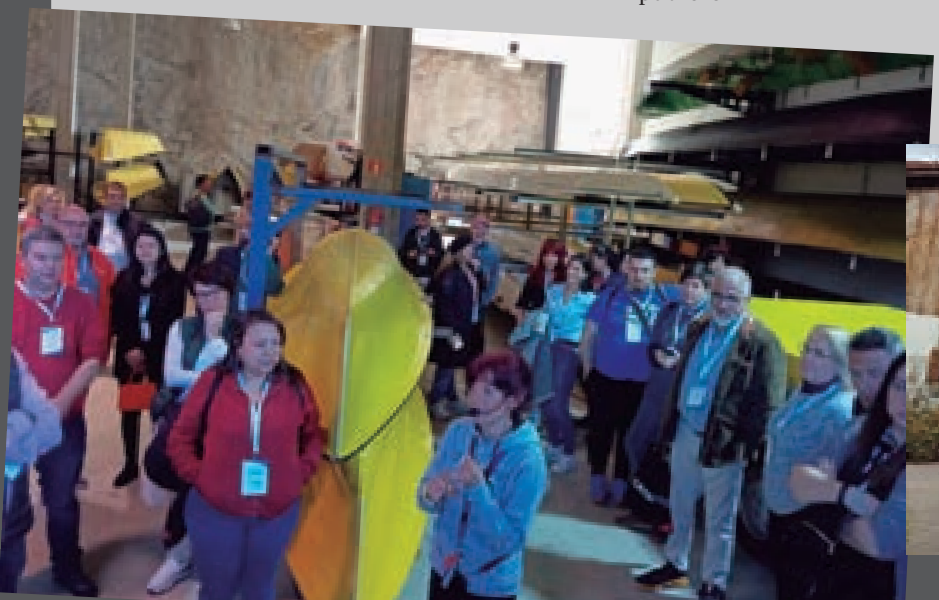
Éxito total de la 5ª edición del evento "TXOTX" de DIT Gestión

El evento "TXOTX 2025", organizado por DIT Gestión del 4 al 6 de abril en su casa, Gipuzkoa, ha reunido a más de 130 agentes de viajes DIT en un fin de semana lleno de actividades diseñadas para fomentar la formación, el intercambio de experiencias y el conocimiento de la cultura local en un entorno privilegiado.

Un programa de lo más variado

Las actividades comenzaron el viernes 4 de abril con la llegada de los asistentes a lo largo del día. Muchos de ellos aprovecharon la oportunidad para visitar la oficina central de DIT Gestión, donde fueron recibidos por el equipo de la empresa y pudieron conocer de primera mano su funcionamiento. Por la noche, se celebró una cena de bienvenida en la que los participantes disfrutaron de un menú con productos típicos de la región, favoreciendo un ambiente distendido y propicio para el networking.

El sábado fue el día dedicado a la formación, con una serie de presentaciones impartidas por expertos en diferentes áreas clave de hoy en día para las agencias de viajes. Entre los temas tratados se incluyeron la responsabilidad en la venta de



billetes de avión, las actualizaciones en materia de fiscalidad y estrategias para la optimización de las ventas. Durante la jornada, también intervinieron los patrocinadores del evento, MSC Cruceros y CATAI, quienes presentaron sus novedades y propuestas para este año. Además, la Directora de Turismo de la Diputación de Gipuzkoa, Libe Otegui, compartió su visión sobre el desarrollo del turismo en la región y su impacto en las agencias de viajes.

Por la tarde, los asistentes se trasladaron a la localidad costera de Orio, donde visitaron su emblemático club de remo. Allí, pudieron conocer más sobre la arraigada tradición de este deporte en la región y recorrer el pintoresco casco urbano del municipio.

La jornada culminó con la esperada experiencia TXOTX en una sidrería tradicional, donde los participantes degustaron la sidra directamente de las kupelas y disfrutaron de un menú típico de sidrería en un ambiente animado, amenizado, además, con música en directo.

Un cierre cultural y natural

El domingo, último día del evento, estuvo dedicado al turismo cultural y de naturaleza. Los asistentes realizaron una visita a la ferrería y molinos de Agorregi, ubicados en el Parque Natural de Pagoeta, en Aia. Durante el recorrido, descubrieron el funcionamiento de estos ingenios tradicionales y pudieron apreciar la belleza del entorno natural. Posteriormente, regresaron al hotel para la despedida oficial del evento.

Con esta quinta edición, el evento TXOTX de DIT Gestión se ha consolidado como un encuentro clave para el grupo, combinando la formación con experiencias locales únicas. El éxito de esta edición deja grandes expectativas para el próximo año, en el que se espera seguir fortaleciendo los lazos entre los asistentes y promoviendo el crecimiento de sus agencias asociadas.

La división de cruceros del Grupo MSC

inaugura en Miami la terminal de cruceros más grande del mundo

La división de cruceros del Grupo MSC inauguró el pasado sábado 5 de abril, en PortMiami, la terminal de cruceros más grande del mundo. Esta instalación, referente en la industria, ha sido desarrollada en colaboración con PortMiami y el Condado de Miami-Dade. Diseñada por la firma internacional Arquitectonica y construida por Fincantieri Infrastructure, líder global en grandes proyectos de ingeniería, la terminal destaca por su diseño futurista y por incorporar tecnología de vanguardia orientada al pasajero, marcando así un nuevo estándar para el sector de los cruceros.

Autoridades de todo el mundo asistieron a la ceremonia de inauguración y al tradicional corte de cinta. Entre ellos se encontraban miembros de la Cámara de Representantes de EE. UU.; el secretario J. Alex Kelly, del departamento de Comercio de Florida; la alcaldesa del Condado de Miami-Dade, Daniella Levine Cava; y Edoardo Rixi, viceministro de Infraestructuras y Transporte de Italia. También estuvieron presentes Pierfrancesco Vago, presidente ejecutivo de la división de cruceros del Grupo MSC, y Pierroberto Folgiero, consejero delegado y director general de Fincantieri.

La nueva MSC Miami Cruise Terminal, de más de 45.708 metros cuadrados, equivalentes a 8,5 campos de fútbol americano, es capaz de procesar hasta 36.000 pasajeros diarios y está diseñada para acoger simultáneamente hasta tres barcos.

Esta terminal, resultado de una inversión multimillonaria, refleja el compromiso de la división de cruceros del Grupo MSC por ofrecer una experiencia excepcional a los pasajeros de EE. UU. y el Caribe. Además, está preparada para dar soporte al despliegue de los barcos más innovadores y eficientes de la compañía. Junto con la nueva sede de la división en EE. UU., ubicada en Miami, y la ampliación de la oficina en Fort Lauderdale, esta infraestructura refuerza la apuesta estratégica y a largo plazo de MSC Cruceros por la región.

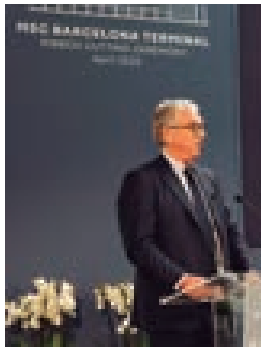
Pierfrancesco Vago, presidente ejecutivo de la división de cruceros del Grupo MSC, declaró: “Nuestra nueva terminal de cruceros es la más avanzada del mundo, diseñada para ofrecer una experiencia sin fisuras a nuestros pasajeros antes y después de su crucero, estableciendo un nuevo punto de referencia para la industria. Este momento de orgullo refleja nuestro compromiso inquebrantable

con Miami y su comunidad, una asociación que se extiende durante más de 20 años. La terminal simboliza nuestra dedicación al turismo de calidad y a la innovación, y estamos agradecidos por las sólidas colaboraciones que han hecho realidad esta visión. Esta increíble instalación de última generación no sólo mejorará la experiencia de viaje, sino que también aportará importantes beneficios económicos a la región, creando puestos de trabajo y fomentando el crecimiento de la economía local".

MSC Miami Cruise Terminal es una obra maestra arquitectónica que se convertirá en un hito icónico en el horizonte de la ciudad, ofreciendo un diseño fresco y moderno que redefine el concepto de terminal de pasajeros. Los imponentes techos altos y las amplias ventanas de suelo a techo generan una sensación impresionante de luminosidad y amplitud en todo el espacio. Además, la compañía ha colaborado con el programa "Art in Public Places" del Condado de Miami-Dade para encargar siete obras de arte a artistas tanto locales como internacionales, enriqueciendo aún más la experiencia de los pasajeros y destacando la conexión de la terminal con la comunidad artística de la región.
La terminal incorpora tecnología avanzada para optimizar la eficiencia energética. Entre sus esfuerzos más destacados se encuentra la implementación de la conectividad eléctrica en tierra proporcionada por el Condado de Miami-Dade, lo que contribuye a reducir las emisiones locales cuando los barcos están atracados. Además, la instalación cuenta con sistemas de gestión de residuos, reciclaje de agua y el uso de materiales sostenibles. Actualmente, está en proceso de obtener la certificación LEED Oro (Liderazgo en Energía y Diseño Medioambiental), reafirmando el compromiso de MSC con la sostenibilidad y el respeto al medio ambiente.

Desde el primer momento, cada aspecto de la terminal ha sido diseñado para garantizar una experiencia sin inconvenientes. Los pasajeros pueden realizar el check-in en línea desde la comodidad de su casa, cargar sus documentos de viaje y recibir su tarjeta de embarque en minutos. Además, se ofrece la opción de realizar el procesamiento biométrico de manera anticipada, lo que permite ahorrar tiempo a su llegada.
El acceso a la terminal es sencillo, con diversas opciones de transporte, como coche, autobús, taxi o transporte compartido. Para quienes lleguen en vehículo propio, la terminal dispone de un garaje de seis niveles con más de 2.400 plazas disponibles. Un sistema de tratamiento de equipajes de última generación, desarrollado por Leonardo, asegura un procesamiento eficiente tanto para el equipaje de los pasajeros como para el de la tripulación. La facturación y el control de seguridad se optimizan con cabinas biométricas y eficientes filas de control, mejorando la experiencia de embarque.
Los pasajeros pueden relajarse en modernas y cómodas zonas de espera, con un salón exclusivo para los miembros de MSC Yacht Club. El proceso de embarque se completa con puertas electrónicas biométricas, permitiendo a los pasajeros iniciar sus vacaciones sin demoras. El desembarque y la recogida de equipaje también se realizan de manera ágil, garantizando que los pasajeros puedan regresar a casa rápidamente y comenzar a planificar su próxima aventura.
MSC Cruceros tendrá un total de cuatro barcos navegando desde la nueva terminal a lo largo de 2025, incluyendo su nuevo buque insignia, MSC World America, junto con barcos de la marca de viajes oceánicos de lujo del Grupo MSC, Explora Journeys. EXPLORA I regresará al Caribe navegando desde la nueva terminal en noviembre de este año.

El Grupo MSC Cruceros inaugura su nueva terminal en el Puerto de Barcelona



La división de cruceros del Grupo MSC ha inaugurado oficialmente la nueva terminal de cruceros de MSC Barcelona coincidiendo con la primera escala EXPLORA II en la nueva instalación, el segundo barco de la marca de viajes oceánicos de lujo Explora Journeys.

Entre las personalidades que han asistido a la ceremonia conmemorativa del corte de cinta se encontraban José Antonio Santano Clavero, secretario de estado de Transportes y Movilidad Sostenible del Gobierno de España; Carlos Prieto, delegado del Gobierno Central; Jordi Valls, cuarto teniente de Alcalde del Área de Economía, Hacienda ; Albert Dalmau, consejero de la presidencia del Gobierno de Cataluña y José Alberto Carbonell, presidente del Puerto de Barcelona, junto con Pierfrancesco Vago, presidente ejecutivo de la división de cruceros del Grupo MSC; Gianluca Suprani, vicepresidente senior de desarrollo portuario global de MSC Cruceros y Anna Nash, presidenta global de Explora Journeys.

Pierfrancesco Vago ha declarado: “Barcelona ha sido un socio estratégico para el Grupo MSC durante más de cuatro décadas y para MSC Cruceros durante más de 25 años, y nuestro compromiso es inquebrantable. La nueva terminal no es sólo una inversión en infraestructura portuaria moderna, sino que demuestra que estamos alineados con la estrategia de la ciudad para un modelo de turismo más equilibrado y sostenible, al tiempo que aporta beneficios económicos positivos a la región. Esperamos con ilusión este nuevo capítulo con el Puerto de Barcelona mientras nuestros pasajeros de MSC Cruceros y Explora Journeys disfrutan de los beneficios que aporta esta moderna, innovadora y sostenible instalación para cruceros”.

La emblemática terminal ha sido diseñada por el prestigioso estudio de arquitectura catalán Ricardo Bofill Taller de Arquitectura.
Este vanguardista edificio ha sido diseñado para dar continuidad a la experiencia de crucero. Desde el momento de su llegada, los pasajeros emprenden un viaje sin interrupciones que refleja la elegancia, el confort y el servicio que encontrarán a bordo.
La zona comercial, la espaciosa sala de espera con amplios asientos y la exclusiva sala VIP para nuestros clientes premium y de lujo crean una experiencia de preembarque elevada con vistas privilegiadas. En el exterior, el revestimiento cerámico rinde homenaje a la rica historia artística de Barcelona inspirada en Gaudí con un color inspirado en el mar. La terminal ha sido cuidadosamente diseñada prestando especial atención al medio ambiente y a la eficiencia energética, e incorpora tecnologías de ahorro de energía y materiales sostenibles. Esto incluye paneles solares y luz natural optimizada, para minimizar la necesidad de iluminación artificial, junto con un sistema de recogida de agua de lluvia para suministrar agua a los aseos y zonas ajardinadas con el fin de reducir el consumo de agua.
La terminal ha obtenido la certificación Gold Leadership in Energy and Environmental Design (LEED) en reconocimiento a su eficiencia energética y responsabilidad medioambiental.
La conectividad eléctrica de tierra a barco estará disponible en 2027, cuando los barcos atracados puedan apagar sus motores, conectarse a la red eléctrica local y eliminar las emisiones en puerto.
Este verano, MSC Cruceros ofrecerá la posibilidad de embarcar en Barcelona en cinco de sus barcos: MSC World Europa, MSC Seaview, MSC Seaside, MSC Magnifica y MSC Orchestra, como parte de sus itinerarios por el Mar Mediterráneo. El barco de lujo EXPLORA II hará escala regularmente durante toda la temporada de verano, siendo Barcelona uno de sus principales puertos base.

EXPLORA II de Explora Journeys navegará por las encantadoras aguas del Mediterráneo Occidental este verano, ofreciendo una serie de viajes inmersivos que comienzan o terminan en la vibrante ciudad de Barcelona. Desde las costas bañadas por el sol de Cerdeña hasta los coloridos puertos de la Riviera Francesa y las históricas costas de Italia, cada itinerario combina el lujo relajado con un rico descubrimiento cultural. A bordo, los pasajeros pueden disfrutar de una refinada elegancia europea, bienestar inspirado en el océano y experiencias cuidadosamente seleccionadas y diseñadas para profundizar en la conexión con el mar y con cada destino.

MSC Cruceros nombra a Luis Blanes nuevo Director Comercial en España

Tras una larga trayectoria en MSC Cruceros, Blanes asume este nuevo rol para impulsar el crecimiento de la compañía en el mercado español

MSC Cruceros ha nombrado el pasado mes de enero a Luis Blanes como su nuevo director comercial en España. Blanes aporta una amplia experiencia en el sector turístico y una trayectoria de dos décadas en MSC Cruceros. Ahora asume el reto de consolidar el crecimiento de la compañía en el mercado español.

Tras graduarse en Turismo por la Universidad de Alicante, Blanes inició su carrera profesional en el ámbito turístico, con una experiencia destacada en el canal de agencias de viajes. Su profundo conocimiento del sector y de las dinámicas comerciales le permitirán fortalecer aún más la relación con los agentes de viajes, pieza clave en la estrategia de la compañía.

Desde su incorporación a MSC Cruceros en 2005, ha desempeñado diversas funciones de responsabilidad en el área comercial, participando activamente en el crecimiento de la compañía en España. A lo largo de estos años, ha ocupado puestos como Comercial de Zona en Murcia y Alicante, Area Manager de Levante, Andalucía y Zona Centro, y jefe de Zona Sur, demostrando un profundo conocimiento del mercado y un sólido liderazgo, cualidades que serán fundamentales en esta nueva etapa.

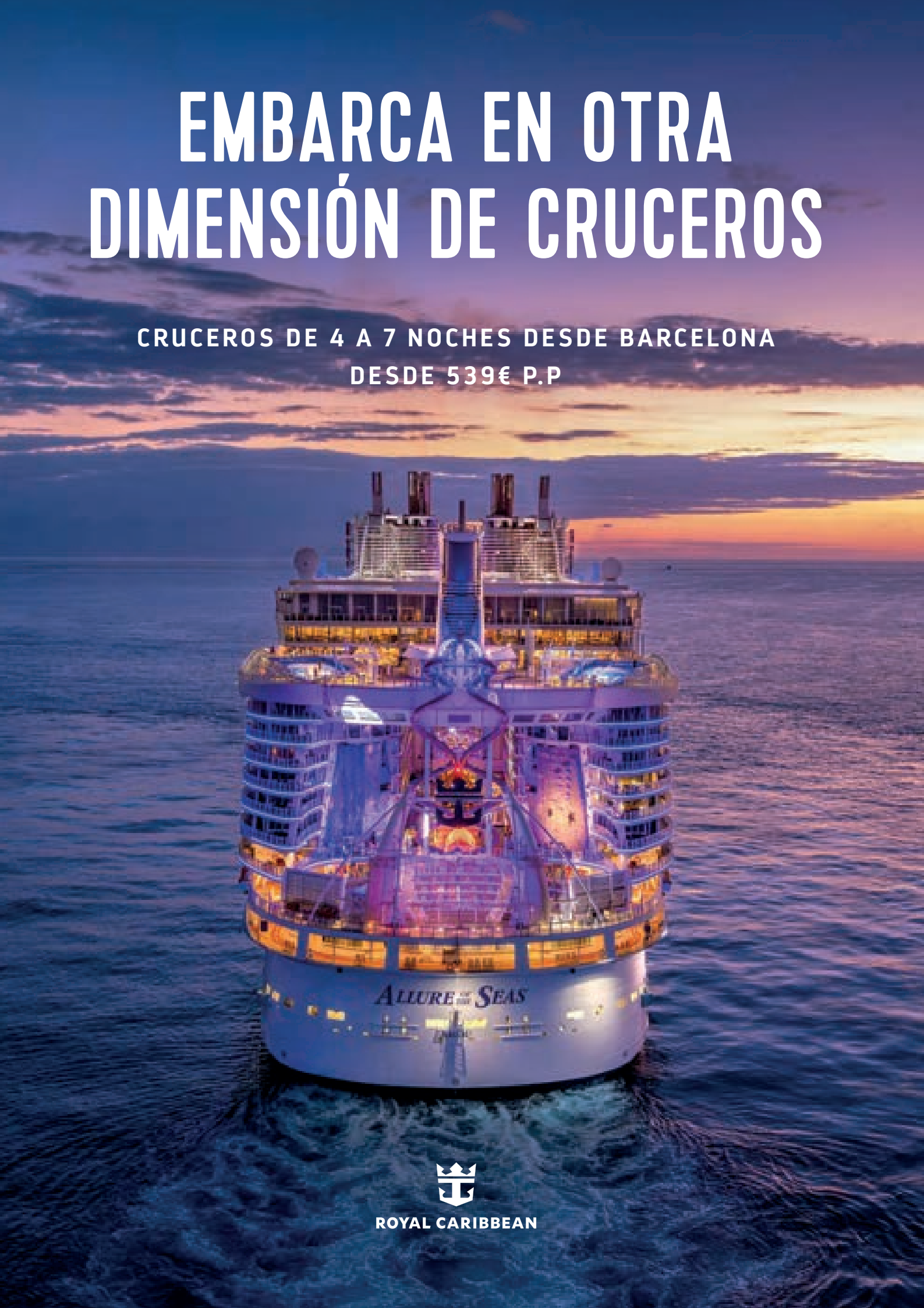
"Es un honor asumir este nuevo reto en MSC Cruceros", ha declarado Luis Blanes. "Nuestro objetivo es seguir impulsando el crecimiento de la compañía en España y ofrecer a nuestros clientes las mejores experiencias de crucero, reforzando así nuestra posición en el mercado".

Este nombramiento llega en un momento clave para MSC Cruceros, que sigue reforzando su presencia en el mercado español con la llegada de nuevos barcos y la ampliación de su oferta a nivel internacional. Uno de los hitos más importantes será la inauguración de MSC World America en abril de este año, que tendrá salidas todos los sábados desde Miami para recorrer el Caribe. Y, de cara a diciembre de 2026, el tercer barco de la clase World Class de la compañía, MSC World Asia, se incorporará al Mediterráneo con salidas semanales desde Barcelona.

La experiencia de Luis Blanes en el sector y su conocimiento del mercado serán clave en esta nueva fase de crecimiento, impulsando el desarrollo de estrategias comerciales que fortalezcan la relación con las agencias de viajes y potencien la presencia de MSC Cruceros en España.

EMBARCA EN OTRA DIMENSIÓN DE CRUCEROS

CRUCEROS DE 4 A 7 NOCHES DESDE BARCELONA
DESDE 539€ P.P



ROYAL CARIBBEAN

ENTREVISTA | JUAN PÉREZ

DIRECTOR DE SERVICIOS DE SERVISEGUR

"Queremos que la inmediatez marque la diferencia"

Por Chiky Trillo

Más rápido, más eficiente, más sencillo. Intermundial, compañía con más de 30 años de experiencia del Grupo Atlántigo y líder en la distribución de soluciones aseguradoras de viaje y gadgets, presentó una solución revolucionaria para la gestión de siniestros de viajes. Un nuevo modelo que representa un cambio de paradigma, que combina tecnología avanzada y experiencia humana que permite una gestión inmediata y optimizada. Y así nos lo cuenta Juan Pérez, director de Servicios de Servisegur, "y el encargado de articular toda la parte de servicios y ejecutar lo que nuestros productos cubren".

Cuéntanos qué es lo que habéis presentado y en qué consiste el proyecto.

"Lo hemos llamado una revolución dentro del mundo de los siniestros. Lo que queremos es innovar y ofrecer una solución de inmediatez a nuestros clientes a la hora de gestionar un reembolso, evitar tiempos de espera, ser mucho más precisos y conseguir el objetivo de que si necesitas presentar un siniestro tengas la respuesta inmediata, incluido el pago y la devolución inmediata. El objetivo es que las gestiones se reduzcan, se simplifiquen y el cliente tenga una experiencia muchísimo mejor de uso del seguro. Hemos reducido las gestiones de 15-20 días a 4-7 días".

Por lo que habéis explicado, si tenemos una incidencia con el seguro, desde el móvil, en cualquier lugar del mundo podemos gestionar una reclamación en cuestión de minutos, ¿no?.

"Sí, pero no solamente a través de la app, que es mucho más rápida y más intuitiva. Tenemos nuestra área de clientes en un entorno web que funciona exactamente igual; incluso, si nos envías un correo electrónico también va a funcionar la tecnología. Va a detectar qué documentación ha llegado y de forma inmediata vas a ir recibiendo la respuesta por correo electrónico, indicándote si te falta un documento o dando la resolución inmediata a tu problema".

Intermundial siempre se ha caracterizado por esa proximidad al cliente, por ese cariño especial que ponéis. Utilizáis la inteligencia artificial pero, ¿detrás siempre hay un interlocutor humano?

"Sí, es más, yo siempre digo que la inteligencia artificial es una imitación de la inteligencia humana. No pongamos tanto en valor a la IA. Trabajamos con inteligencia artificial y con otras tecnologías; pero todo el trabajo que hemos hecho durante estos meses es para conseguir que esa técnología sea capaz de imitar lo que hacen nuestros agentes. La IA es un apoyo a la inteligencia humana porque, al final, todos los casos van a estar validados por un agente para darle ese plus adicional que se necesita. Siempre estamos innovando desde que creamos las plataformas de declaración tanto para clientes como para agencias que comercializan los productos. Trabajamos para hacer más sencilla la contratación del producto, el uso del producto y siempre, siempre poniendo al cliente en el centro y escuchar lo que dicen y lo que necesitan. Nos adaptarnos continuamente al mercado por eso esto es un proyecto de largo recorrido, de adaptación y de ver, al final, qué es lo que funciona mejor, qué es lo que se necesitan y qué es lo que va a hacer que esa experiencia sea más completa".

Es una app que va evolucionando a medida que las necesidades del cliente van cambiando...

"Sí, efectivamente. Además, ya abarcaremos todas las casuísticas que nos va a permitir adaptarnos a cualquier cambio en el mercado. Agilizar los procesos, simplificar la documentación e intentar que el cliente nos aporte lo mínimo posible para poder darle una solución inmediata".

Un servicio con un médico on-line, capaz de emitir recetas, habéis explicado...

"Es fundamental que la gente entienda la importancia de llevar un seguro cuando viaja. Si hablamos de la parte más sencilla, que es solicitar un reembolso porque he anulado el viaje hasta un gasto por una asistencia médica, porque puedes tener una caída muy tonta en un país muy lejano y que tenga unos costes muy elevados. Y además, te aseguras que la asistencia que te están dando va a estar siempre monitorizada por nuestro equipo médico para saber que tienes la mejor asistencia o que te vamos a repatriar a España lo antes posible para que te puedan seguir tratándote aquí y que te sientas lo más seguro y tranquilo posible. Por fortuna, los accidentes o los inconvenientes pasan pocas veces, pero cuando pasa, el seguro tiene que estar ahí. Hemos tenido respuestas de clientes que han tenido una experiencia de una asistencia médica y todo es agradecimiento porque sienten que les hemos salvado, Y sí, a veces salvamos vidas. Por eso digo que es muy importante llevar un buen seguro cuando viajamos".

iryo

Si tus clientes viven a
toda velocidad,
ofrece viajes en
alta tranquilidad.

agencias.iryo.eu 910 150 097

ENTREVISTA | CHRIS HEYWOOD

SENIOR VICE PRESIDENT, PUBLIC RELATIONS AND CHIEF COMMUNICATIONS OFFICER DE BRAND USA

Brand USA celebra su primer Road Show en Europa: The Great USA Road Trip

Brand USA, el organismo de promoción turísticas de Estados Unidos, en colaboración con United Airlines, ha dado inicio a su primer Road Show en Europa: The Great USA Road Trip. Esta iniciativa, enmarcada en la celebración del centenario de la legendaria Ruta 66 en 2026, recorrerá múltiples ciudades europeas para acercar la experiencia de los viajes por carretera en EE.UU. a los principales socios comerciales del sector turístico en Europa.

La primera parada de este recorrido tuvo lugar en Madrid, en el Espacio Jorge Juan, donde se han congregado más de 150 periodistas y profesionales del sector como turoperadores y agencias de viajes. Posteriormente, el Road Show visitará otras ciudades clave en Italia, Suiza, Alemania, Países Bajos, Francia, Irlanda y el Reino Unido hasta el 4 de abril de 2025.

"Este Road Show no solo celebra el espíritu del viaje estadounidense, sino que también fortalece las conexiones entre nuestros destinos y los viajeros europeos que buscan experiencias únicas en Estados Unidos", ha asegurado Chris Heywood, Senior Vice President, Public Relations and Chief Communications Officer de Brand USA, al cual entrveistamos.

La gran noticia de este Road Trip to USA van a ser todos los eventos que se van a celebrar en los próximos años...

"Así es, Realmente queremos animar a los viajeros españoles a descubrir todos esos eventos y quizá uno de ellos es esa Ruta66, un viaje para disfrutar de Estados Unidos, en una ruta emocionante que cruza el país de este a oeste: un camino centenario, vibrante, lleno de emociones que hay que experimentar una vez en la vida. El año que viene cumplirá 100 años y es una oportunidad perfecta para venir a visitar a los Estados Unidos".

Según los datos que habéis presentado, los viajeros españoles han aumentado en el último año un 8%, ¿Qué es lo que más buscan los españoles en EEUU?.

"El año pasado las llegada internacionales registraron un total de 80 millones de viajeros, que supusieron unos 172.000 millones de dólares en el sector. Y tuvimos alrededor de 900.000 visitantes desde España, el decimosegundo mercado emisor para EEUU con un gasto de 3 millones de dólares, y este es un mercado muy importante para nosotros. Estamos muy emocionados de estar aquí en Madrid para la salida de nuestro Road Trip por Europa que iniciamos hoy. Los viajeros españoles quieren experimentar nuestras ciudades, los famosos lugares que la gente conoce o ha oído hablar de ellos o han visto en las películas. Da igual si es Nueva York, Los Ángeles, Miami, San Francisco, etc. Pero también quieren ir más lejos y disfrutar de las amplias llanuras del centro del país y quieren descubrir los Estados Unidos auténticos, los que no salen en las películas: el auténtico corazón americano. Nuestro objetivo es descubrirles todo lo mejor de los 50 estados y territorios que ofrecen experiencias únicas. Nuestro mensaje es que los Estados Unidos es un destino dinámico y que recibimos a los viajeros españoles con los brazos abiertos".

Estáis muy emocionado porque en el 2025 hay grandes eventos en los Estados Unidos, como los parques de ocio, nuevos hoteles (reabre el mítico Waldorf Astoria de Nueva York) y muchas cosas, ¿no?

"Vamos a tener un par de años muy intensos e increíbles en los Estados Unidos. Desde la apertura de Epic Universe en Universal Studios en Orlando hasta el 70 aniversario de Disneyland Resort, California, con la inauguración de nuevas atracciones. Tenemos el aniversario de Dollywood este año, el parque temático en Tennessee dedicado a la cantante Dolly Parton, Tenemos la Final del Mundial FIFA 2026 en Nueva Jersey; el 250º Aniversario de la creación de los Estados Unidos; el 100º Aniversario de la Ruta66; los próximos Juegos Olímpicos en Los Ángeles en 2028, el World Pride de 2025.... Nos esperan años muy emocionantes y queremos compartirlos con todos los turistas que nos visiten",

United Airlines estuvo presente en el Roadshow de Brand USA, "somos un aliado aéreo exclusivo de Brand USA, y estamos aumentando nuestra presencia en Europa", explicó Antonio de Toro, country sales manager de United Airlines en España.

"Esperamos superar las 100 aeronaves para 2032 que fortalecerá nuestra posición de liderazgo. Y anunciar que a partir del 1 de junio comenzamos a operar desde Bilbao en vuelo directo a Nieva York. Este Roadshow de Brand USA es una excelente oportunidad de llevar a los turistas españoles la cultura de Estados Unidos", añadió De Toro.

Nuevo vuelo directo desde Valencia a partir de Junio

Air transat

Valencia > Montreal

Equipaje de mano y comida caliente incluidos en todas las tarifas

Vuelo Directo

Valencia > Montreal

Salida

Sábado 8:50h – 11:05h

Vuelo Directo

Montreal > Valencia

Llegada

Viernes 18:15h – 7:20h+1

Acuerdo interline con Air Europa.
Consulta conectividad y salidas desde otras ciudades.

EL VIAJE NOS LLEVA

Mejor Aerolínea Vacacional del Mundo 2024

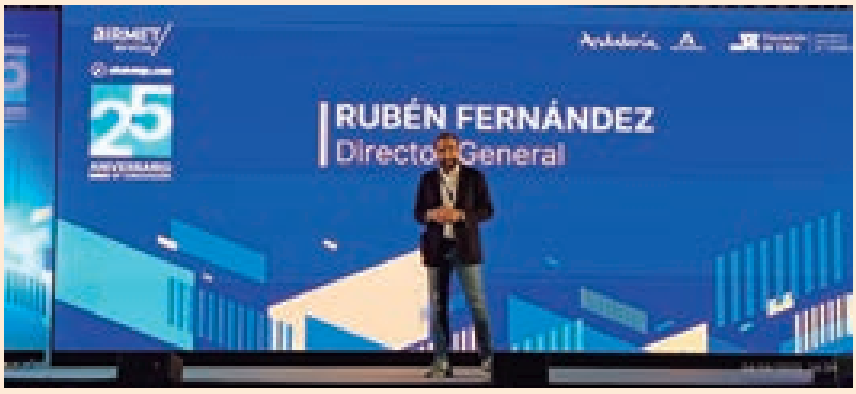
airtransat@selectaviation.es
+34 910 76 18 883

Airmet celebra su 25º aniversario con una gran convención en Cádiz junto a más de 600 profesionales del sector

El Grupo Airmet ha celebrado este fin de semana su 25º aniversario con una gran convención nacional en el Hotel Valentín Sancti Petri, en la costa de Cádiz, con el apoyo de la Diputación de Cádiz y Turismo Andaluz. Más de 600 profesionales del sector turístico —entre agentes de viajes, directivos de proveedores, representantes institucionales y expertos— se han dado cita en este evento, que ha supuesto el punto culminante de un año lleno de acciones conmemorativas.

Bajo el lema "25 años creciendo juntos", la convención combinó formación, inspiración y networking en un entorno inmejorable. El viernes arrancó con un Workshop de empresarios andaluces en el que participaron más de 70 empresas y continuó con una serie de talleres prácticos, entre los que destacó el lanzamiento de la nueva plataforma de grupos aéreos de 123Vuela durante el taller dedicado al producto aéreo.

La jornada del sábado por la mañana estuvo centrada en los partners



estratégicos. Además del tradicional Workshop, los directivos de los principales proveedores compartieron con los asistentes su visión sobre el futuro de la distribución turística y reflexionaron sobre los 25 años de colaboración con Airmet, destacando el valor del modelo de gestión independiente.

Por la tarde, el experto en marketing y transformación digital Juan Merodio ofreció una inspiradora ponencia sobre Inteligencia Artificial y su impacto en el turismo. Cerró la jornada Rubén Fernández, director general de Airmet, con un emotivo discurso en el que destacó el papel esencial de los agentes de viajes independientes y la importancia de la colaboración continua con los partners para afrontar los desafíos del sector.

Esta convención ha sido el broche de oro a un año de celebración que comenzó en junio de 2024 con la serie de entrevistas "Con Altura" y continuó con un exitoso roadshow que recorrió ocho ciudades españolas, consolidando la cercanía y el compromiso del grupo con los agentes de viaje independientes. Con esta gran cita, Airmet reafirma su apuesta por la innovación, la formación y la conexión entre agencias de viaje independientes como pilares para seguir creciendo.

ENTREVISTA | PEDRO RIBEIRO

DIRECTOR DE MARKETING Y VENTAS VILA GALÉ HOTÉIS

Vila Galé Hotéis (Portugal) celebra su exitoso primer año en España

En mayo de 2024, el segundo grupo hotelero más importante de Portugal, con cuatro décadas de vida, inauguraba en la Costa de la Luz (Huelva) su primer hotel en España: Vila Galé Isla Canela. Una cadena en plena expansión, con 45 hoteles repartidos en Portugal, Brasil, España y Cuba, 4 aperturas previstas para este 2025... y un atractivo denominador común: la versatilidad en su oferta hotelera

Hace junto un año, Vila Galé Hotéis hacía su presentación en España arropada por un claim promocional que era toda una declaración de intenciones –'Siempre cerca de ti'– para dar a conocer la apertura de su primer hotel en nuestro país: Vila Galé Isla Canela, ubicado en Ayamonte (Huelva), en plena Costa de la Luz. Doce meses después, han regresado a nuestro país para celebrar el éxito de su primera iniciativa hotelera en España… y dar a conocer sus novedades para este 2025 amparados en su nuevo claim: 'La respuesta para cada cliente'. Y es bien cierto, pues la versatilidad es la clave de una oferta hotelera que va del ocio a los negocios distribuyéndose en ciudad, playa, campo y montaña, con un modelo de gestión basado en su compromiso innegociable con la sostenibilidad. Un roadshow que arrancó en Barcelona el 25 de marzo con dos anfitrionas de excepción: Cátia Graça, Senior Key Account Manager, y Madalena Pedro, Executiva de Ventas. Y arropándolas, un partner muy especial, Tap Air Portugal, representado por Miguel Cervera, District Sales Executive BCN, y Victoria Lazare, del equipo comercial. La compañía aérea portuguesa, miembro desde 2005 de la prestigiosa Star Alliance, celebra además este año su 80 aniversario y pone en valor que es la aerolínea europea con más vuelos directos a Brasil (13 frecuencias). Y un claim de lo más fraternal: 'La compañía que abraza al mundo'.

Cátia Graça puso en valor ante la cuarentena de agencias de viajes y turoperadores presentes en el acto las virtudes del Vila Galé Isla Canela (300 habitaciones, 2 restaurantes, 3 bares, 2 piscinas, Club Nep, spa y salas de eventos). Y posteriormente fue desgranando las virtudes de sus 36 hoteles en Portugal (11 de ellos de la exclusiva marca Collection), los 10 de Brasil (con la mayor red de resorts de este país) y su única marca en Cuba, el Cayo Paredón Grande, un resort all included con 638 habitaciones, 6 restaurante, un polideportivo y un centro náutico. También puso en valor el importante papel que juega el enoturismo dentro de su oferta hotelera, con un tour por bodegas del Alentejo y el Douro.

Madalena Pedro, por su parte, fue la encargada de realzar la oferta experiencial de Vila Galé Hotéis, desde el ecoturismo al tu-

rismo activo pasando por el turismo ecuestre, la cetrería, o los apartados kids y MICE. Terminada la presentación su Director de Marketing y Ventas, Pedro Ribeiro, que no pudo estar presente en el acto, nos amplió la información vía telefónica, contestando a las preguntas de Gaceta del Turismo.

Hace casi un año, Vila Galé inauguraba su primer hotel en España, Vila Galé Isla Canela. ¿Qué balance puedes hacernos?
Muy positivo. Ha sido un primer año de operación muy interesante, en el que hemos logrado alcanzar valores alineados con nuestros objetivos iniciales. Y hemos tenido una excelente respuesta del mercado portugués, que nos ha acompañado en este primer proyecto en España.

Dado el éxito de este primer hotel en España ¿qué proyectos de futuro tenéis en nuestro país? ¿Dónde os gustaría abrir algún nuevo hotel?
Seguimos analizando propuestas para nuevos hoteles en España, así como sus posibles ubicaciones. Pero, por el momento, no hay nada concreto cerrado.

¿Qué supone para Vila Galé el mercado español?
Sin lugar a dudas, el mercado español es muy importante para nosotros, variando entre el segundo mercado y el quinto según el hotel. Y mantiene un valor estable en relación a años anteriores.

¿Cómo es vuestra relación con las Agencias de Viajes y los turoperadores españoles?
La verdad es que tenemos una muy buena relación con todos los canales de distribución españoles; y con algunos, de muchos años de colaboración en Portugal e incluso en Brasil.

¿Cuál es la oferta de Vila Galé de cara al mercado MICE?
Contamos con varios hoteles tanto en Portugal como en Brasil con excelentes características para el sector MICE. En Portugal destacaría hoteles como Lagos, Tavira, Ópera, Sintra… y los más recientes de Elvas y Tomar. Además de conferencias, creemos que nuestra marca Collection tiene un carácter muy especial para incentivos. En cuanto a Brasil, todos nuestros resorts presentan una excelente infraestructura para acoger todo tipo de eventos.

¿Con cuántos hoteles cuenta actualmente Vila Galé y en qué destinos?
Disponemos de 45 hoteles en cuatro destinos –Portugal, Brasil, España y Cuba– a los que se unirán este año cuatro más. Y sobre todo en Portugal y Brasil contamos con una buena dispersión geográfica.

¿Cuáles son estas cuatro aperturas para este 2025?
En Portugal este año abrimos dos. El Casas d'Elvas, en una antigua fábrica de ciruelas y edificios históricos de esta emblemática ciudad-fortaleza, con 44 habitaciones y sala para eventos. Y el Ponte de Lima Vineyards, de nuestra marca Collection, con 69 habitaciones; un proyecto de Enoturismo en el norte de Portugal. Y en Brasil, otros dos. El Collection Ouro Preto, en Minas Gerais; con 312 habitaciones, tres restaurantes, dos bares, Satsanga spa, Nep Club, salas de reuniones, viñedo y olivar. Y el Amazonia, en Belém do Pará, con 206 habitaciones, restaurante, bar, Satsanga Spa y piscinas exteriores.

HA SIDO UN PRIMER AÑO DE OPERACIÓN MUY INTERESANTE, EN EL QUE HEMOS LOGRADO ALCANZAR VALORES ALINEADOS CON NUESTROS OBJETIVOS INICIALES

Abre sus puertas Novotel Valencia Lavant

Valencia, una ciudad acogedora que está volviendo a brillar con fuerza

El Grupo Accor, el Grupo Pictet y Hesperia World anuncian la apertura del Novotel Valencia Lavant. Este nuevo establecimiento es el primero de la marca Novotel en la capital del Turia, un destino que resurge con fuerza y que está preparado para recibir a sus visitantes con renovadas ilusiones, haciendo gala de la reconocida hospitalidad valenciana.

Situado estratégicamente entre el centro histórico y el Palacio de Congresos de Valencia, en el emblemático jardín del Turia, este nuevo establecimiento Novotel redefine la hospitalidad de estilo urbano en la región. Con 370 habitaciones distribuidas en un edificio de 11 plantas y un espectacular rooftop en dos niveles, el Novotel Valencia Lavant se convierte en el nuevo destino de referencia para quienes buscan comodidad, diseño y una experiencia inigualable en la ciudad. Este será, además, el primer hotel equipado con la nueva cama de Novotel, diseñada para potenciar la calidad del sueño y elevar la estancia a una experiencia premium.

Ubicado en el renovado edificio del antiguo Expo Hotel, este nuevo Novotel ofrece una variada oferta de servicios pensados para el viajero moderno y para el público local. A nivel gastronómico, destaca el restaurante Papúa Valencia, que ofrece una propuesta culinaria que fusiona sabores locales e internacionales en un ambiente contemporáneo. Con una selección de platos frescos y creativos, el restaurante es ideal para celebrar con amigos y familiares y disfrutar de noches temáticas y eventos especiales. El hotel incorpora también un Snack Bar & Coffee Shop, donde los visitantes podrán relajarse y saborear combinaciones únicas de café y deliciosas opciones de aperitivos. La experiencia en el hotel Novotel se complementa con la terraza en el rooftop, con piscina y bar, un espacio único con impresionantes vistas panorámicas que está llamado a convertirse en un imprescindible para los afterworks y las quedadas con amigos, donde nunca faltarán cócteles ni tapas. Por último, el hotel también ofrece un delicioso desayuno buffet, en sintonía con el concepto “Your Time, Your Way”, permitiendo a los huéspedes personalizar su experiencia matutina con opciones saludables y productos locales de calidad para comenzar el día con energía.

Mención especial merece su amplio espacio de coworking y las ocho salas de reuniones, diseñadas para adaptarse a una variedad de eventos, desde conferencias hasta reuniones más íntimas. Equipados con tecnología de vanguardia, estos espacios garantizarán que cada evento se realice de manera exitosa, con un servicio excepcional y atención al detalle. Estos espacios también pueden ser escenario de celebraciones familiares, lo que muestra la versatilidad del Novotel Valencia Lavant, que se convierte así en un destino ideal tanto para viajes de negocios y/o con familia y amigos. El hotel dispone, además, de un centro de fitness con una sala de tratamientos y de aparcamiento privado para mayor comodidad de sus huéspedes y visitantes. ...

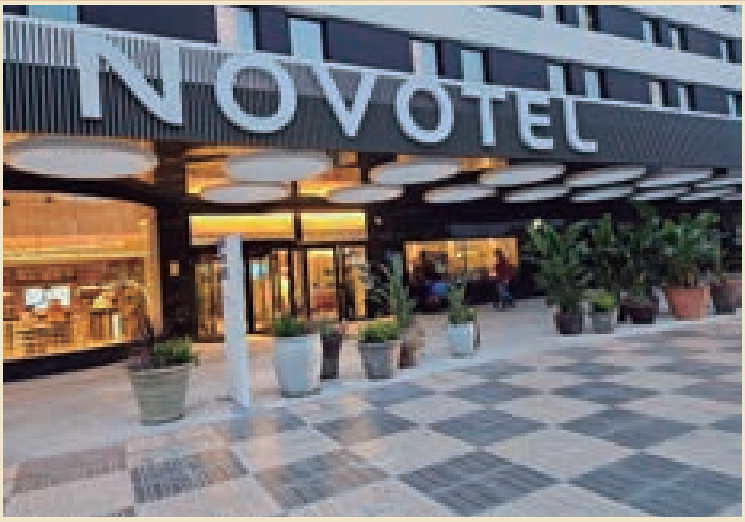
Rodrigo, háblanos de esta apuesta hotelera ?
Novotel Lavant Valencia es un hotel en el que quieres estar. Pensado no solo para los huéspedes que se alojan en él, sino también para los valencianos como lugar para experimentar una nueva oferta de ocio y hospitalidad. Un lugar en el que pasan cosas, eventos de referencia, presentaciones, cultura, música... envuelto en un entorno de diseño y comodidad. Son 370 habitaciones en un edificio emblemático de la ciudad, totalmente renovado,para convertirnos en un referente de experiencias en Valencia.

Rodrigo, para que el sector turístico valenciano te conozca mejor, ¿cuál es tu currículum y experiencia en el sector?
Soy un apasionado del sector turísticoy hotelero, en el que he crecido y desarrollado toda mi trayectoria profesional. Vengo de la rama comercial, tanto en The Westin Palace, actual The Palace Luxury Collection; como en Hesperia Madrid, actual Hyatt Regency Hesperia Madrid. Después, he sido director de Hesperia Murcia Centro, de Hesperia Sevilla, Hyatt Regency Barcelona Tower y, ahora, aquí. Y he de decir que siento Novotel Lavant Valencia como un proyecto propio, en el que he podido vivir en primera persona el espectacular cambio que ha dado este edificio que nos acoge.

En la actualidad, tras la incorporación del Novotel Valencia Lavant, ¿cuál es la oferta del grupo hotelero Accor en la Comunidad Valenciana?
Con Novotel Valencia Lavant, lo cierto es que completamos una oferta muy ambiciosa, que incluye Ibis Budget Valencia Centro Puerto, Ibis Budget Valencia Aeropuerto, Ibis Valencia Bonaire Aeropuerto, Ibis Budget Valencia Alcasser, Ibis Valencia Alfafar, Mercure Benidorm, Ibis Elche, Ibis Alicante e Ibis Budget Alicante. Cada uno de ellos tiene una funcionalidad y objetivos diferentes, en función del lugar en el que se encuentran y el público al que se dirigen. Ahí radica la esencia de cada uno, y hace que Novotel Valencia Lavant sea un poco diferente en nuestro afán por ser un hotel que respire ciudad y sea para el que viene a visitar Valencia, pero también para que los valencianos lo disfruten.

Hablemos de este nuevo establecimiento, ¿qué aporta al mercado de negocios y MICE?
Novotel Valencia Lavant está situado estratégicamente entre el centro histórico y el Palacio de Congresos de Valencia. Una muy buena ubicación para quienes, además, vienen a la ciudad por congresos o compromisos comerciales, ya que tenemos también muy cerca Feria Valencia. En este sentido, contamos con un amplio espacio de coworking y ocho salas de reuniones, diseñadas para adaptarse a una variedad de eventos, desde conferencias hasta reuniones más íntimas. Todas equipadas con tecnología de vanguardia, tanto para realizar eventos de negocios más grandes, como para proporcionar un espacio de trabajo y negocios confortable.

¿Y al sector vacacional?
Para el sector vacacional, nos encontramos en un espacio privilegiado: cerca del centro y a la vez perfectamente comunicados con la oferta de ocio del cauce del Turia, con uno de los trayectos urbanos más largos

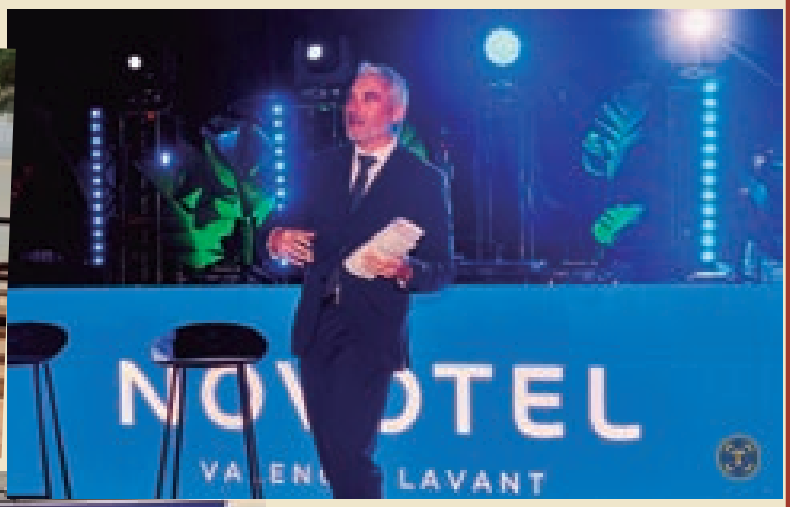


para recorrer en bicicleta hasta la playa. Un pulmón verde maravilloso en plena ciudad. Pero también ofrecemos todas las comodidades para el huésped que quiere disfrutar del diseño y el confort de nuestro hotel. Con gimnasio, piscina y terraza, para disfrutar de uno de los rooftops más exclusivos de la ciudad.
Con una oferta culinaria excelente, donde destaca el restaurante Papua Valencia, que ofrece una propuesta culinaria que fusiona sabores locales e internacionales en un ambiente contemporáneo.
Destáquenos su colaboración con los agentes de viajes como canal de ventas. En Novotel Valencia Lavant valoramos enormemente la colaboración con los agentes de viajes, ya que desempeñan un papel clave en la personalización y recomendación de experiencias únicas a los viajeros. Nuestro objetivo es construir una relación cercana y de confianza con este canal, ofreciéndoles herramientas y beneficios exclusivos que les permitan presentar nuestro hotel como la mejor opción para sus clientes. Juntos, podemos ofrecer estancias memorables y adaptadas a las necesidades de cada huésped.

Destáquenos la oferta gastronómica y de ocio del Novotel Valencia Lavant.
Me encanta que me hagas esta pregunta, porque es una de nuestras grandes apuestas. El restaurante Papua Valencia, alojado en el hotel, ofrece una propuesta culinaria que fusiona sabores locales e internacionales en un ambiente contemporáneo. Además, hemos incorporado también un Snack Bar & Coffee Shop, donde los visitantes podrán relajarse y saborear combinaciones únicas de café y deliciosas opciones de aperitivos. Destaca nuestra terraza en el rooftop, es un espacio único con impresionantes vistas panorámicas. Un lugar imprescindible para zlos afterworks y las quedadas con amigos, donde nunca faltarán cócteles ni tapas.

¿Desea añadir algo más?
La especial ilusión con la que abordamos esta apertura en una plaza tan estratégica como lo es Valencia, una ciudad acogedora que está volviendo a brillar con fuerza.

Las mejores imágenes de la inauguración del Novotel Valencia Lavant



travelplan

Caribe

República Dominicana · México · Cuba

ESTANCIAS, CIRCUITOS Y COMBINADOS

Programas adaptados para familias, parejas, amigos
Naturaleza, cultura, gastronomía y un sinfín de actividades acuáticas.

Vuelos directos desde Madrid y Barcelona

Consulta la operativa aérea 2025

iberojet

MSC Cruceros celebra 20 años navegando en Valencia

La naviera MSC Cruceros lleva operando en Valencia desde 2005. A día de hoy, MSC Cruceros cuenta, al menos, con un barco en Valencia los doce meses del año y dos en la temporada estival

MSC Cruceros, la tercera compañía de cruceros más grande del mundo y líder en Europa, Sudamérica y Sudáfrica, celebró ayer, jueves 24 de abril, su 20º aniversario navegando desde Valencia. Dos décadas de operaciones caracterizadas por el constante crecimiento y una apuesta clara por la ciudad valenciana como puerta de entrada al Mediterráneo. Desde 2005, MSC Cruceros ha acercado el mundo del crucero a los valencianos y a miles de viajeros de toda España y el extranjero. La apuesta firme de la compañía por la ciudad ha permitido que MSC Cruceros posicione, 2 de sus 23 barcos en verano y 1 en invierno en Valencia, y que opere ininterrumpidamente durante todo el año, no solo durante los meses de verano.

Además, este 2025, MSC Cruceros ha anunciado una mejora de la oferta: un aumento de un 30% en la capacidad en la región en invierno, con la llegada de MSC Orchestra; y una evolución de barco en verano, con la llegada de MSC Grandiosa al puerto de Valencia, uno de los barcos más modernos de clase Meraviglia. Será, además, el primer verano en que los dos barcos que realicen embarques en la ciudad del Turia (MSC Grandiosa y MSC Splendida) tengan disponible MSC Yacht Club, un yate dentro de un barco de crucero, la zona más exclusiva de los barcos de MSC Cruceros.

Para conmemorar estos 20 años de compromiso, la compañía ha celebrado esta mañana un encuentro especial a bordo de MSC Grandiosa, en el que han estado presentes el secretario autonómico de Turismo de la Generalitat Valenciana, José Manuel Camarero; la responsable de cruceros de la Autoridad Portuaria de Valencia, Francesca Antonelli; el director de la Fundación Valenciaport, Antonio Torregrosa; la directora de Economía Azul de la Fundación Valenciaport, Carolina Navarro, la responsable de Turismo de la Cámara de Comercio de Valencia, Mónica Morales; junto con directivos de MSC Cruceros.

Fernando Pacheco, director general de MSC Cruceros en España, ha sido el encargado de dar comienzo al evento y ha compartido los hitos más significativos de la compañía en la ciudad durante estos veinte años, así como

refrendado su apuesta por mantener a Valencia como parte fundamental de sus planes de futuro.

«Estamos orgullosos de celebrar 20 años haciendo posible que tantos viajeros disfruten de experiencias inolvidables desde Valencia. Nuestro compromiso con la ciudad es firme y continuaremos trabajando para fortalecer nuestra presencia y contribuir al desarrollo económico y turístico de la región. Para ello, trabajamos en estrecha colaboración con las autoridades locales para maximizar los beneficios económicos y sociales de nuestra presencia en la ciudad y seguir contribuyendo al éxito de Valencia como destino turístico de primer nivel y su puerto como enclave privilegiado para acceder al Mediterráneo», ha afirmado Pacheco.

Durante el acto, también ha intervenido el secretario autonómico de Turismo de la Generalitat Valenciana, José Manuel Camarero, que ha comentado que: "cuando una compañía del prestigio de MSC mantiene su compromiso con València durante dos décadas, reconoce el potencial de la Comunitat Valenciana y también refuerza nuestra posición como referente turístico". Remarcando que el turismo de cruceros "es uno de los más concienciados con la sostenibilidad", de hecho, ha explicado que MSC Cruceros tiene una apuesta para 0 emisiones para 2025 y actualmente es una de las empresas punteras del transporte naviero en materias de compensación y reducción de emisiones. Además, ha remarcado que este producto turístico "es también una realidad estratégica para nuestro modelo turístico donde Valencia puede ser más que un destino final, puede ser una conexión directa con el resto del territorio" y ha reconocido el trabajo realizado en MSC para colaborar con los destinos "con excursiones de bajo impacto y experiencias sostenibles que maximizan el beneficio social y económico local".

Por parte de la Autoridad Portuaria de Valencia, su directora de cruceros, Francesca Antonelli, ha añadido: Desde Valenciaport hemos tenido el privilegio de acompañar a MSC Cruceros en buena parte de su recorrido; un socio estratégico para nuestro puerto, apostando con fuerza por Valencia como puerto de embarque y desembarque para miles de cruceristas. Gracias a ellos, muchos pueden comenzar sus vacaciones desde este puerto, su casa. Nuestra relación se ha construido sobre la confianza, el diálogo y una visión compartida de futuro, apoyada por su firme compromiso con la sostenibilidad.

Somos el grupo de agencias de viajes que colabora de persona a persona para hacerte la vida más fácil.

¡Acompáñanos!

www.grupoairmet.com
informacion@grupoairmet.com
915 229 677

MPI Iberian Chapter vuelve a celebrar el GMID (Global Meetings Industry Day) en Valencia y entregó los premios de la VII edición de los MPI Iberian Awards

La entrega de premios se llevó a cabo el pasado 3 de abril, en Feria Valencia

El pasado 3 de abril, MPI Iberian Chapter reunió a más de 180 profesionales del sector MICE en Feria Valencia para conmemorar el Global Meetings Industry Day (GMID). Este evento es un pilar fundamental en la celebración del esfuerzo colectivo y la innovación en la industria de reuniones.

El GMID 2025, bajo el lema "Talento que impulsa el MICE", no solo destacó la importancia del sector en la economía local y nacional, sino que también otorgó un merecido reconocimiento a los finalistas y ganadores de la VII edición de los MPI Iberian Awards. Esta edición, con un total de 108 candidaturas, ha sido testigo de un notable incremento en la participación de mujeres y jóvenes, subrayando el compromiso del capítulo ibérico de MPI con la inclusión y la diversidad.

La jornada, presentada con por Óscar García Guillén, inició con una bienvenida por parte del Presidente de MPI Iberian Chapter, Juan Martínez, quien destacó la necesidad de que las ferias y eventos, "siendo el sector de lo efímero por excelencia", aceleren las políticas de sostenibilidad para seguir siendo una opción de marketing para las nuevas generaciones de directivos, que llegan muy concienciadas sobre la necesidad de cuidar el planeta. Por su parte, el Director Gerente de Fundació Visit València, Tono Franco, coincidió en recalcar que la sostenibilidad ya no es una opción, sino una necesidad estratégica de todos los subsectores de la actividad turística y en especial del sector de eventos. "Nuestro compromiso es acelerar la transición hacia ferias y congresos neutros en emisiones, integrando innovación tecnológica y colaboración público-privada".

La gala continuó con una sorprendente actuación de Javier Botía, animando a los asistentes y creando un ambiente distendido que marcó el tono de la jornada.

Durante la entrega de premios, los ganadores, seleccionados por un jurado de expertos, fueron reconocidos en las diversas categorías. Este arduo trabajo del jurado se refleja en la calidad y el excepcional compromiso mostrado por todos los nominados, cada uno de los cuales ha aportado un valor significativo al sector.

Los ganadores de esta séptima edición, por categorías, han sido:

MICE LEADER: César González (Somos Experiences), le entregó el premio Juan Martínez de Feria Valencia.

YOUNG EVENT PROFESSIONAL: Casandra Mansilla (Tower Bridge), le entregó el premio Irene Sobrepera de Travel Advisor Guild.

SENIOR EVENT PROFESSIONAL: Rafael Grande (EMA), le entregó el premio Ricardo Cañada de Palladium Hotels Group.

ESG RESPONSIBILITY CHAMPION: Sylvia Andrés (Palacio de Congresos de Valencia), le entregó el premio Amaya Ráez de Valencia Convention Bureau.

INNOVATION CHAMPION: Iván García (Eventscase), le entregó el premio Andrés Merino de Global MICE Forums.

MPI AMBASSADOR: Mireia Ros (MPI Iberian Chapter), le entregó el premio Aitana Maciá de P-Comunicación.

EVENT INDUSTRY ENTREPRENEUR: Guillermo Prado (Externia), le entregó el premio Belén Sanmartín de Meliá Valencia.

EVENT INDUSTRY STUDENT: Eleanor Connon (Universitat de Barcelona), le entregó el premio Javier Garrido de Masia Xamandreu.

SHATTERING THE GLASS CEILING: Carla Galindez (Destino y Negocios), le entregó el premio Amelia García de Turismo y Deporte de Andalucía.

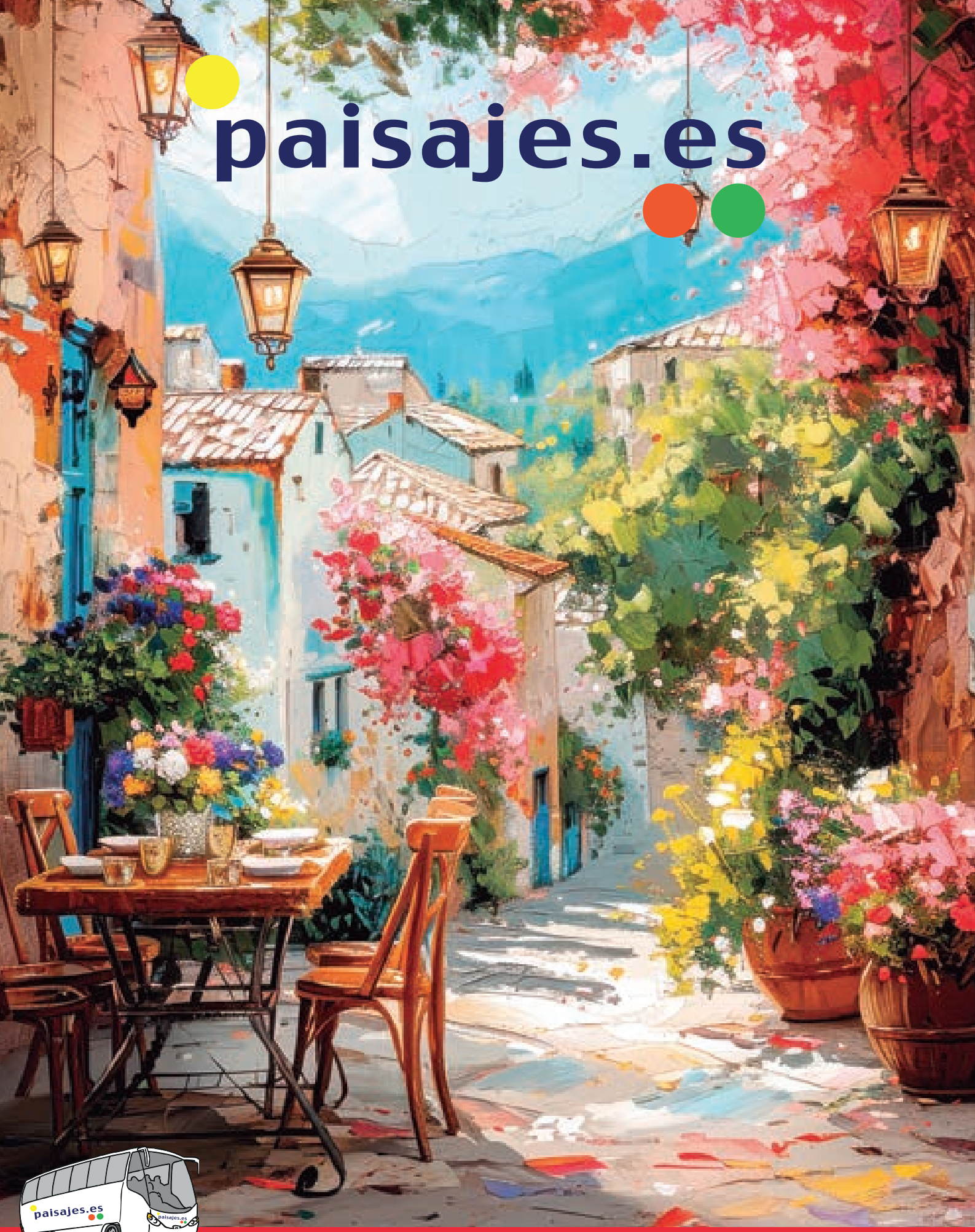
BEST DESTINATION PROMOTION: Eva Garde (Convention Bureau de Granada), le entregó el premio José Luis Castillo del Amo de Binter Líneas Aéreas de Canarias.

El apoyo de los patrocinadores fue fundamental para el éxito de esta jornada. Su implicación no sólo ha hecho posible la entrega de premios, sino que también fomenta un ambiente donde los profesionales del sector pueden intercambiar ideas y experiencias. Agradecemos a Valencia Convention Bureau, Travel Advisors Guild, Palladium Hotel Group, P-Comunicación, Meliá Valencia, Masía Xamandreu, Global MICE Forums, Feria Valencia, Binter y Turismo y Deporte de Andalucía, y a todos los colaboradores (Cien1o80 Comunicación, Desing Bags, Eventlab, EventoDivertido, Forum Business Travel, Ilunion, IWWW, Strabiz, y Trastologia) su importancia en la realización de este evento.

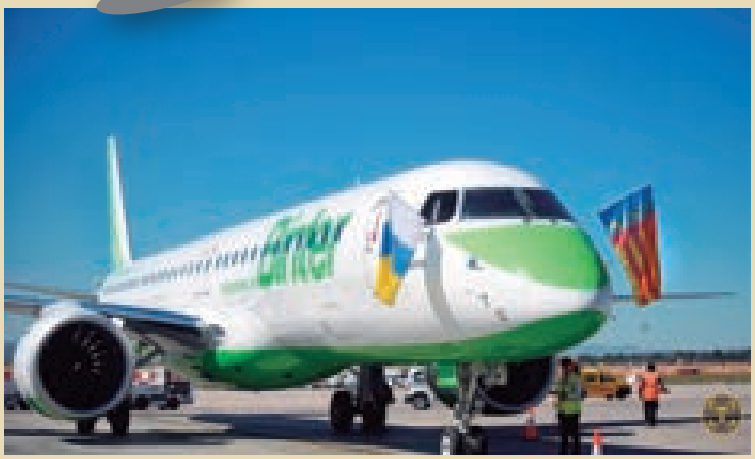
Además el evento contó con el apoyo de EVA (IA en Whatsapp de Eventscase - Partner Tecnológico de MPI Iberian Chapter) que volvió a estar presente con su evolución a EVA Social, creando así un muro público on-line donde los asistentes podían ver en tiempo real las fotos que ellos mismo u otros asistentes iban colgando en las redes y en la IA de Whatsapp.

El GMID 2025 también fue el escenario ideal para celebrar la obtención de la certificación Biosphere Sustainable Lifestyle emitida por el Instituto de Turismo Responsable, un logro alcanzado gracias al trabajo incansable de Qalma, un partner estratégico en esta iniciativa. Este reconocimiento no solo beneficia a MPI Iberian Chapter, sino que también abre nuevas oportunidades para los socios y patrocinadores en nuestro camino hacia la sostenibilidad. Dicho certificado fue entregado por Raquel Torres de Qalma.

paisajes.es



Circuitos Culturales y Verano 2025



Valencia se pasa al #ModoCanario de vida

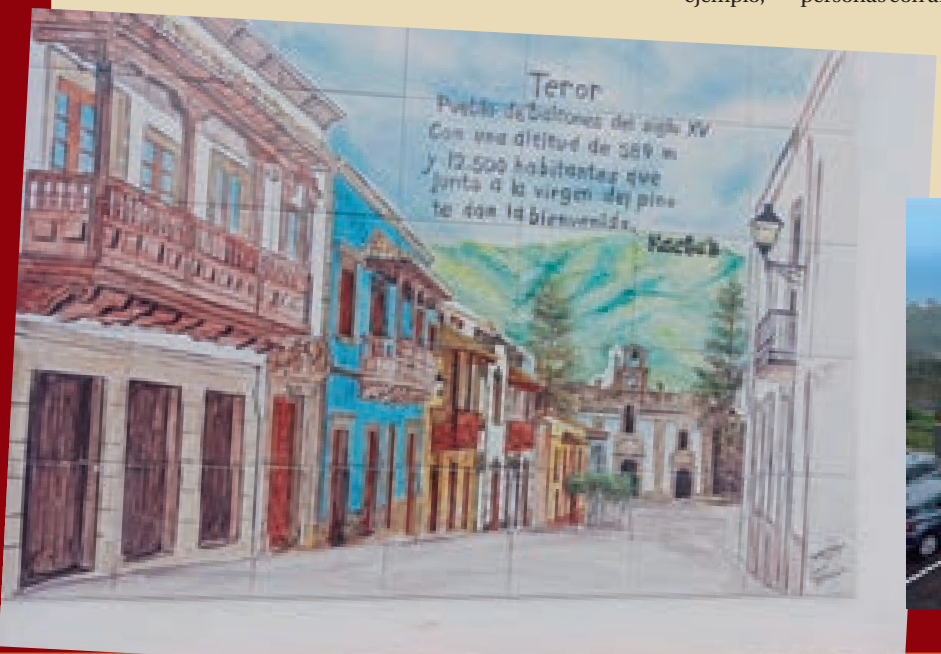
La compañía aérea Binter Canarias inicia nuevas rutas entre Valencia y las Islas Afortunadas

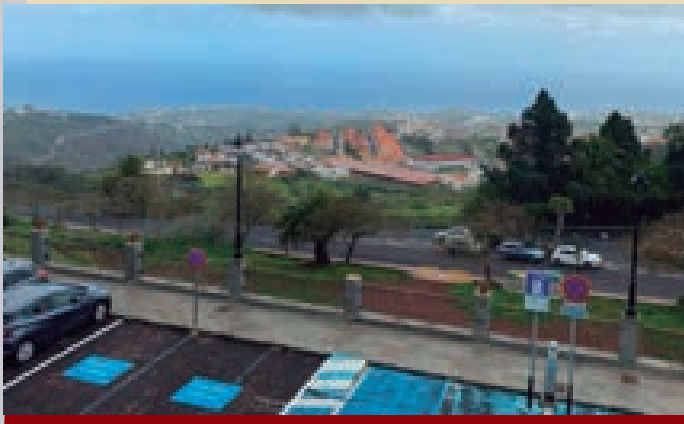
Los viajeros que inauguraron domingo (30 de marzo) y lunes (31) los vuelos directos que ofrece Binter entre Valencia y Canarias se enfrentan el martes uno de abril a duras decisiones: ¿Se quedan en Gran Canaria?, ¿se quedan en Tenerife?, ¿acceden a una de las 84.000 plazas repartidas en 16 vuelos semanales (Lunes, miércoles, viernes y domingos) con un servicio de alta gama que incluye, para todas las tarifas, equipaje de mano en cabina y aperitivo gourmet de cortesía ?, ¿o utilizan gratis los enlaces interinsulares de conexión que les ofrece la Compañía, gracias a los más de 220 vuelos que realiza cada día de media dentro del archipiélago, haciendo posible llegar a cualquier aeropuerto canario por un precio similar?.

Decisión nada fácil que han de tomar mientras disfrutan, por ejemplo, de las magníficas instalaciones del SANTA CATALINA, a Royal Hideaway Hotel 5 Estrellas Gran Lujo, un edificio histórico ubicado en Las Palmas, lleno de arte y patrimonio, que desde 1890 viene inspirando y seduciendo a sus huéspedes.

Los viajeros valencianos, que han hecho del Pensat i Fet (Pensado y Hecho), su tradicional forma de vida, meditan su decisión mientras respiran el aire canario, pasean por la cambiante y variada geografía de las Islas o disfrutan de sus diferentes paisajes. Es así como, poco poco, se van empapando de una fina lluvia que les transforma sus más arraigadas tradiciones y, mágicamente y sin apenas darse cuenta, se pasan al modo canario de vida que Binter potencia activamente.

Vivir en #ModoCanario, destaca Binter, es disfrutar de la vida al máximo. Es apreciar las cosas buenas, por pequeñas que sean. Es tratar a las personas con amabilidad, calidez y cercanía. Es disfrutar de cada momento como si fuera una experiencia única. Es hacer todo lo posible para que el viajero se sienta como en su casa y pueda disfrutar de todas y cada una de las Islas con conexiones por el mismo precio, comodidad a lo canario, con mayor espacio entre los asientos de sus aviones, un delicioso aperitivo gourmet y la tradicional





flexibilidad isleña, para que cada cual pueda volar a su manera. Así, el tiempo se pasa volando.
Los viajeros valencianos, totalmente empapados ya por el #ModoCanario, visitarán Arucas, Maspalomas, Telde, Teror, Las Palmas, Tenerife, La Palma, Lanzarote, Hierro o cualquier otro magnífico paraje isleño. Y lo harán sin prisas, comiendo tranquilamente en uno de los buenos restaurantes que encontrarán en su camino, degustando productos típicos, visitando monumentos, admirando la expecional flora canaria y, sobre todo, disfrutando de la singular Naturaleza paisajística y Humana de las clásicamente llamadas Islas Afortunadas.

La Comunidad de Madrid presenta la guía Turismo Familiar con 200 planes para disfrutar de la riqueza cultural, natural y gastronómica de la región

El texto plantea actividades en la capital, las tres ciudades Patrimonio Mundial, las cuatro comarcas turísticas rurales y localidades como Alcobendas o Las Rozas. Madrid es uno de los destinos más demandado por las familias para sus viajes de otoño e invierno junto a Andalucía y Castilla y León

La Comunidad de Madrid ha presentado hoy la guía Turismo Familiar, que recoge hasta 200 planes para disfrutar de la riqueza cultural, natural y gastronómica de la región. Así lo ha destacado el concejero de Cultura, Turismo y Deporte, Mariano de Paco Serrano, tras la visita que ha realizado al Parque Warner de San Martín de la Vega, uno de los lugares propuesto por el Gobierno regional en la publicación.
Así, el texto plantea actividades no solo en la capital, sino también en las tres ciudades Patrimonio Mundial (Alcalá de Henares, Aranjuez y San Lorenzo de El Escorial); las cuatro comarcas turísticas rurales (Sierra Norte, de Guadarrama, Sierra Oeste y Las Vegas y la Alcarria Madrileña), y localidades, como Alcobendas o Las Rozas.

"El apoyo a las familias y ofrecerles tiempo de calidad y experiencias que recuerden para siempre es una de las prioridades del Gobierno regional, gracias a iniciativas como la que hoy presentamos, esta guía que propone una selección cuidada, atractiva y diversa de más de 200 planes para disfrutar juntos de todo lo que ofrece la Comunidad de Madrid", ha destacado De Paco Serrano.
El texto reúne en un único documento, disponible en español e inglés, todas las actividades que se pueden hacer en familia en la región y está dirigido tanto al a los madrileños como al visitante. Recoge una gran variedad de propuestas para cualquier época del año como visitas a castillos y palacios, a un parque temático, conocer museos y entornos rurales, asistir a musicales o degustar la repostería madrileña, entre otras.

La Comunidad de Madrid ya es uno de los destinos más demandados por este colectivo para sus viajes de otoño e invierno, junto a Andalucía y Castilla y León, según el ranking de la Federación Española de Familias Numerosas a finales de 2024. Se puede acceder al contenido de la guía a través de https://visitmadrid.es/.

Pueblos del interior
VALENCIA

Imagínate aquí.
En un pequeño pueblo de interior.
Donde parece que no pasa nada.
Y de repente, pasa. En tu interior.
Por una calle. Por un paisaje.
Por las personas, que aquí viven.

TE MERECES VALENCIA.

Diputació de València

VALÈNCIA TURISME

turisme.dival.es

Azulmarino finaliza la integración de Viajes EROSKI mientras refuerza su alianza con el grupo

Finalizada la etapa de transición, Azulmarino ya opera plenamente como marca tras dos años de integración

Azulmarino, red de agencias del grupo World2Meet, ha completado la integración de Viajes EROSKI. Con la finalización de esta transición, la marca Azulmarino opera de manera independiente. Si bien, ambas compañías han alcanzado un acuerdo de colaboración para los próximos cuatro años, que fortalece el vínculo entre el sector retail y el sector turístico, abre nuevas oportunidades para la fidelización y la captación de clientes. Como parte del acuerdo, las personas socias de EROSKI Club seguirán disfrutando de un 5 % de descuento en Azulmarino. Además, el saldo del monedero EROSKI podrá utilizarse en Azulmarino y las compras en la agencia seguirán permitiendo acumular saldo. El proceso de integración, iniciado en 2023 con la adquisición de Viajes EROSKI por parte de World2Meet, ha supuesto una evolución natural para la red de agencias, garantizando la continuidad del servicio y fortaleciendo su posicionamiento en el mercado. El 90 % del equipo de Viajes EROSKI ha pasado a formar parte de Azulmarino, asegurando la misma cercanía y trato familiar. Con esta integración, se incorpora definitivamente a un grupo turístico fuerte y diversificado, con una sólida posición en el mercado, lo cual le permite ofrecer una propuesta de valor muy amplia y atractiva. En palabras de Inma Fernández, directora general de la Red Vacacional de W2M, "la culminación de la integración de Viajes EROSKI en Azulmarino refuerza nuestro compromiso con la innovación y la personalización. Entrar a formar parte de EROSKI Club es una muestra de la confianza mutua entre ambas compañías y una gran oportunidad para seguir acercando nuestra oferta a una base de clientes consolidada. Queremos que nuestra clientela siga disfrutando de la mejor experiencia de viaje, con un servicio cercano, personalizado y con las ventajas de EROSKI Club." Por su parte, la directora de Marketing de EROSKI, Eva Ugarte, ha destacado: "EROSKI Club es un pilar clave en nuestra estrategia de fidelización. La incorporación de Azulmarino a nuestro programa nos permite ampliar las ventajas para nuestras socias y socios, con una oferta de viajes atractiva y competitiva". Con la culminación de este proceso, Azulmarino reafirma su compromiso con la calidad, la personalización y la cercanía en la experiencia de viaje, asegurando una transición amable para las personas consumidoras y consolidando su posición como red de agencia de viajes de referencia en el sector.

¡Todos los Caminos llevan a Roma!

¡Prepara tu viaje por la Vía Francígena con Tee Travel
y conoce Italia de una forma única y en Año Santo!

- Planificación de la ruta
- Los mejores hoteles
- Asistencia en viaje
- Paisajes de ensueño

tt teetravel

Beluga, la tienda que acerca los mejores productos gourmet del Este de Europa a Valencia

La llegada de miles de ciudadanos de países del Este buscando una mejor calidad de vida, en una región con un clima suave y mediterráneo, ha generado unas necesidades extras y a la vez soluciones inmediatas.

Rusos, lituanos, ucranianos o bielorusos, entre otros paisanos, echan de menos los manjares que dejaron en sus países como caviar, arenques, ahumados, conservas y otras delicatesen. Y para cubrir esas ansias de probar aquello que dejaron atrás, nacía en septiembre Beluga.

Se trata de una tienda en la calle Alboraya 34 de Valencia en la que Oleg Ptetrov, su propietario ruso, ha logrado reunir en sus estanterías lo mejor de las delicatesen de los países del Este de Europa.

Oleg lleva años importando lo más selecto de las despensas de la antigua Unión Soviética ante el aumento de la demanda y le va bien, de ahí que abriera la tienda. Le conocimos gracias a un buen amigo suyo, gran gourmet, valenciano, emprendedor y muy experto en delicias culinarias como las ostras. Andrés Soler es el responsable e impulsor de Ostrarium Bar, la reconocida y muy asentada ostrería en el Mercado Gastronómico Els Magazinos de Denia.

Con Andrés y Oleg recorrimos el establecimiento que tomó el nombre del cetáceo del ártico, de un caviar gourmet y de un vodka muy conocido y probamos lo más selecto y brindamos porque siga el éxito de la tienda, Las estanterías y escaparates de Beluga están repletos de sabrosos productos, como el caviar del que tienen 35 variedades de los mejores; los arenques, el salmón ahumado en caliente o el marinado, las huevas de trucha y de salmón, las conservas, los salazones, los pescados y los embutidos de cerdo ruso y panceta, calabacín escabechado, vinos cavas, cervezas y esos vodkas con el que brindan y que les identifica y representa.

Vimos a muchos eslavos de diferentes pasaportes, con la cesta bajo el brazo pero también a españoles aficionados a degustar esos manjares que vienen del frío. Lo que no vimos fue enemigos de trinchera pese a que se cruzan por los pasillos ciudadanos que en sus países estarían en diferentes trincheras pero que aquí se saludan y hasta comparten manjares y brindan unidos con el mismo vodka.

Nos contaba el propietario que los ciudadanos de la antigua ex URS que se ven en la tienda están unidos por sus gastronomías que les hacen recordar lo mejor de sus pasados.

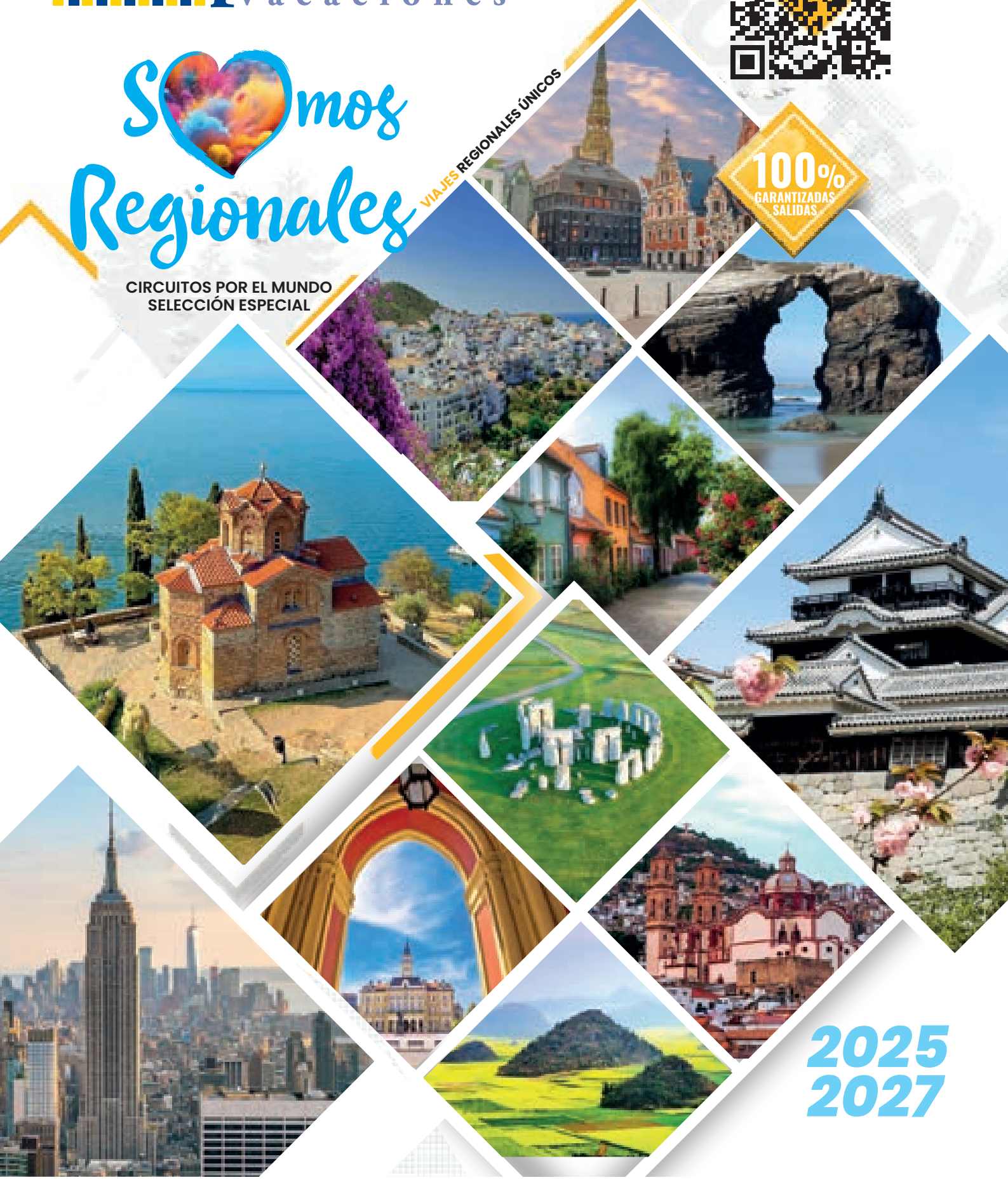
Europamundo vacaciones

Somos Regionales

VIAJES REGIONALES ÚNICOS

CIRCUITOS POR EL MUNDO
SELECCIÓN ESPECIAL

100% GARANTIZADAS SALIDAS



2025
2027

Los puertos españoles presentaron en Seatrade Cruise el futuro sostenible de los cruceros

La feria es la más importante del mundo en el sector cruceros, con participación de navieras y destinos, España es el segundo destino europeo de cruceros, con más de 12 millones de movimientos de cruceristas en 2023

Puertos del Estado y los puertos de interés general participan desde hoy en Seatrade Cruise Global, la mayor feria de cruceros del mundo, del 8 al 11 de abril, donde presentarán su oferta de instalaciones y servicios portuarios para el turismo de cruceros con una decidida apuesta por la sostenibilidad.

Las cifras de movimientos de cruceristas por los puertos españoles en 2023, más de 12 millones, récord absoluto, a bordo de 4.500 buques, confirman a España como el segundo destino europeo para este tipo de viajes, y los puertos españoles de interés general como la puerta de entrada para un sector comprometido con la sostenibilidad.

En el stand de Ports of Spain y bajo el claim "We welcome you as you deserve", 23 de las 28 Autoridades Portuarias estarán presentes para trasladar a las navieras las ventajas competitivas de incluir los puertos españoles en sus rutas. La magnitud de la feria Seatrade Cruise Global queda patente por las cifras previstas: más de 600 expositores, en torno a 120 países representados y más de 10.000 asistentes.

Durante las jornadas, se prevé la visita institucional al stand, coordinado por Puertos del Estado, de la Consejera de Turismo de España en Miami, Elvira Marcos, así como la presentación del puerto de Motril 'Destino Granada'.
El Puerto de Málaga por su parte presentará oficialmente Seatrade Med Málaga 2024, que por segunda vez consecutiva llevará esta feria de cruceros a la ciudad andaluza en septiembre.

El impacto de este sector es muy importante para la economía no solo de las ciudades portuarias, sino del conjunto de España.
La industria de los cruceros aporta un valor añadido bruto del orden de 5.000 millones de euros y más de 40.000 empleos en España.

Para garantizar un crecimiento sostenible, los puertos españoles trabajan de la mano de las navieras y de la comunidad portuaria y las instituciones locales, con iniciativas como el suministro de combustibles más limpios a los barcos, el ahorro energético, la minimización de emisiones contaminantes y de ruido, avances en digitalización e innovación, la promoción de la plena integración de los puertos con las ciudades que los albergan, a la vez que un impulso a la movilidad de los turistas para ofrecerles la mejor experiencia en nuestro país.
Especialmente relevante es el esfuerzo en el despliegue de los OPS (Onshore Power Supply), conexiones eléctricas en muelles para que los barcos, incluidos los de cruceros, puedan conectarse a la red apagando sus motores auxiliares y reduciendo las emisiones a la atmósfera y el ruido. El objetivo de Puertos del Estado es que los puertos de titularidad estatal estén preparados para suministrar energía eléctrica, de fuentes renovables, para 2030.

valenciaport
Autoridad Portuaria de Valencia
En lo grande
y en lo pequeño
CONECTAMOS
valenciaport

La 35ª MOSTRA PROAVA presenta todas sus novedades

La 35ª MOSTRA PROAVA se celebra del 24 al 28 de abril en el Jardín del Turia de Valencia. PROAVA ha concedido tres premios, Gran Oro, a Rustic, de Bodega Santa Catalina del Mañán (DOP Alicante), Cava Aula Reserva, de Coviñas (DOP Cava de Requena) y a Fondillón 50 años, de Bodegas Monóvar (DOP Alicante)

La presentación ha estado marcada por el reconocimiento a la figura de Félix Cuartero, presidente de PROAVA durante nueve años. "Félix dejó una huella imborrable en la historia de nuestra entidad y en la promoción del producto agroalimentario valenciano. Su dedicación, cercanía y pasión por el sector siempre serán recordadas. Queremos expresar nuestras más sinceras condolencias a su familia y seres queridos", ha señalado Lluís E. Romero, presidente de PROAVA.

En la rueda de prensa ha participado la alcaldesa de Paiporta, María Isabel Albalat, que ha asegurado que "es un honor para Paiporta acoger este acto de presentación y que tenga lugar aquí no es casualidad. Este año PROAVA quiere poner en valor el retorno a lo auténtico y lo local. Esto también es sostenibilidad y eso es Paiporta. Nuestra historia reciente es un ejemplo de todo esto. Desde la inundación, nuestra localidad ha vivido momentos muy duros. Nuestro tejido comercial ha sufrido una herida profunda, pero también hemos visto una gran solidaridad. Gracias al esfuerzo colectivo de todas las asociaciones hoy podemos decir con orgullo que ya tenemos más del 70% de nuestros comercios abiertos. L'Horta está en proceso de sanación y pasa por cuidar lo que somos, nuestro sector agroalimentario, nuestra huerta y nuestra gente. Lo local es un modelo de futuro, de sostenibilidad y de resiliencia. Y desde Paiporta estamos comprometidos con ese futuro".

También han estado presentes, Vicent Faro, presidente del Comité de Agricultura Ecológica de la Comunitat Valenciana, el director general de la Industria y Cadena Agroalimentaria, Ernesto Fernández, el presidente de la DOP Valencia, Salvador Manjón y la vicepresidenta de la Asociación Profesional de Periodistas Valencianos, Silvia Tormo. PROAVA ha firmado un convenio de colaboración con la APPV para realizar diferentes actividades y además se ha entregado el Premio al Periodista del sector, a Vicente Escamilla por su trayectoria profesional y poner en valor el periodismo especializado.

X CONCURSO OFICIAL DE VINOS

El acto ha servido para anunciar a los ganadores del X Concurso Oficial de Vinos de la Comunidad Valenciana, cuyos premios se entregarán tras la inauguración de la Mostra, el jueves 24 de abril a las 12:30 horas. El panel de cata del concurso compuesto por más de 40 expertos, sumilleres, restauradores y enólogos ha catado, a ciegas, un total de 300 muestras procedentes de numerosas bodegas de Alicante, Castellón y Valencia. PROAVA ha concedido tres premios, Gran Oro, a Rustic, de Bodega Santa Catalina del Mañán (DOP Alicante), Cava Aula Reserva, de Coviñas (DOP Cava de Requena) y a Fondillón 50 años, de Bodegas Monóvar (DOP Alicante).

En la categoría Blancos, el oro es para Vegamar Blanco, de Bodegas Vegamar, plata, para Laudum Sauvignon Blanc, de Bodegas Bocopa y bronce, El Miracle nº3, de Vicente Gandía. En Blancos singulares, oro para Triga, de Bodegas Volver, plata para Teuladí Blanco, de Bodegas El Angosto y bronce para Fuego Lento Anfora 700, de Bodega Fuego Lento. En la categoría Rosados, oro para Alto Cuevas Rosado, de Bodegas Covilor, plata, Irreal Rosado, de Vicente Gandía y bronce, para L'Alba de Faelo, de Bodegas Faelo y Le Rosé, de Dussart Pedrón. En Tintos Jóvenes el oro se lo ha llevado Cantalares merlot, de El Villar, plata Pla de Llíber Tinto, de Xalò y bronce, Con un par Monastrell, de Vicente Gandía. En Tintos hasta 3 meses de barrica el primer premio ha recaído en Veterum Viti Tinajas, de Coviñas, plata para Sueños del Mediterráneo, de Bodegas Utielanas y bronce, Malcriat, de Celler de Cataruz. En la categoría de Tintos de 3 a 6 meses de barrica el oro para Emoción, de Santa Catalina del Mañán, la plata para Light my fire, de Wines N Roses y el bronce, Labor de Sol, de Novos. En Tintos de 6 a 12 meses de barrica, oro para Vegamar Crianza, de Vegamar, plata para Bilogía, Los Frailes y bronce, Sericis Bobal, de Murviedro. En la categoría Tintos más de 12 meses, lo logró Trilogía 2020, de Los Frailes, plata Caterina, de Santa Catalina del Mañán y bronce, 1237 Salinas, de Sierra Salinas.

EXPLORA TRAVELER

¡EL MEJOR EGIPTO A UN PASO!

¡CON ABU SIMBEL EN AVIÓN!

Este **2025** puedes disfrutar del Egipto más especial con ***vuelos directos desde tu ciudad***

BARCELONA	GRANADA	OVIEDO	MÁLAGA	SANTIAGO DE COMPOSTELA	BILBAO	VALENCIA	VALLADOLID
3/08 - 10/08 17/08 - 24/08 - 21/12	31/08	07/09	14/09	21/09	28/09	05/10 - 14/12	12/10

SANTANDER	ZARAGOZA	ALICANTE	BADAJOZ	PAMPLONA	SEVILLA	MADRID
26/10	02/11	09/11	16/11 - 23/11	30/11	19/10 - 7/12	28/12

¡EXPLORA TU DESTINO CON *CUPOS GARANTIZADOS!*

Fitur ¡TE ESPERAMOS EN EL *PABELLÓN 6 STAND G01*!

www.exploratraveler.es

Tourmundial lanza las plazas de última hora para las salidas de mayo y junio

Para las salidas en mayo y junio, el turoperador ha lanzado una promoción de hasta un 40% de descuento en destinos seleccionados, para reservas efectuadas hasta el 20 de mayo. Los destinos nacionales e internacionales incluyen desde escapadas culturales en Europa hasta aventuras exóticas en África y América

Tourmundial, turoperador líder multiproducto, lanza las plazas de última hora para las salidas de mayo y junio. Esta oferta exclusiva incluye una amplia variedad de destinos nacionales e internacionales, diseñados para satisfacer las necesidades de todos los viajeros.

Esta promoción especial permite obtener hasta un 40% de descuento en viajes seleccionados de Tourmundial con salidas en mayo y junio, para reservas efectuadas hasta el 20 de mayo. Entre los destinos incluidos, destacan Italia, Egipto, Tailandia, Reino Unido, Turquía, Orlando o Costa Rica en el ámbito internacional, y en el nacional, destacan las Islas, sobresaliendo los paquetes para visitar Tenerife, que cuentan con un 40% de descuento. Los viajes al Caribe se podrán reservar por debajo de los mil euros, destacando Punta Cana por 850 euros y Riviera Maya por 950 euros. Por último, las modalidades de viajes en tren también cuentan con descuento.

Para el puente de mayo, presenta opciones igualmente atractivas. En el ámbito nacional, contarán con precios especiales las escapadas a Port Aventura y las estancias wellness, así como otras opciones en la Costa Blanca, Costa del Sol, las Islas y el País Vasco.

En Europa, los viajeros pueden explorar la Grecia arqueológica y Meteora o Roma, dos destinos que combinan historia y belleza natural. En África, se destacan los paquetes a Marruecos. En América, los viajeros pueden elegir entre Argentina, Canadá, Costa Rica, Cuba, Colombia, Nueva York o Perú, entre otros. Cada uno de estos destinos ofrece una experiencia única, desde la vibrante vida urbana hasta su riqueza natural.

Estas oportunidades están disponibles por tiempo limitado y sujetas a disponibilidad. Tourmundial invita a todos los interesados a reservar lo antes posible para asegurar las plazas y poder ofrecer unas vacaciones excepcionales.

Para más información y reservas, los interesados pueden visitar su sitio web o contactar con su agente de viajes habitual.

W2M WORLD2MEET

NOVEDADES 2025

newblue

Isla Mauricio

- Salidas los martes del 24 junio al 16 septiembre,
- Ofreceremos vuelo directo desde Madrid con W2FLY (Producto Essence y producto Quality).

Colombia

- Salidas los miércoles y domingos del 1 de diciembre del 2024 al 19 de marzo del 2025 desde Madrid.
- Tres circuitos visitando Cali + Cartagena de Indias y Cali + Zona Cafetera + Cartagena de Indias.

Madeira

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Oviedo, Vitoria, Valencia y Zaragoza) del 23 de junio al 22 de septiembre.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum.

y además...

Seguimos con las operaciones a Caribe (mayor frecuencia de vuelos), Zanzíbar, Albania, Egipto y Cabo Verde.

Kan·nak

Puglia

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Vitoria, Zaragoza y Valencia) del 23 de junio al 22 de septiembre a Bari.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum.

Madeira

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Madrid, Bilbao, Oviedo, Vitoria, Valencia y Zaragoza) del 23 de junio al 22 de septiembre.
- Vuelos operados por la compañía Air Nostrum

Eslovenia

- Salidas los lunes desde varias ciudades de España (Badajoz, Málaga, Almería, Alicante, Albacete, Bilbao, La roruña, León, Oviedo, Pamplona y Zaragoza) del 7 de julio al 22 de septiembre.

Turquía

- Salidas los sábados del 14 de junio al 25 de octubre, en vuelo especial de Iberia desde Madrid.

y además...

Seguimos con las operaciones a Uzbekistán, Albania, Italia, y muchas más.

Ávoris inaugura una nueva agencia prémium en el corazón de Granada

La red de agencias B travel & CATAI consolida su presencia en Andalucía con un nuevo espacio de atención exclusiva.

Ávoris Corporación Empresarial ha inaugurado una nueva agencia premium bajo la marca B travel & CATAI en la céntrica calle Alhóndiga de Granada, consolidando así su apuesta por una atención personalizada y especializada para los viajeros más exigentes. Se trata de la decimoséptima agencia de estas características abierta por la compañía en una capital de provincia, lo que refuerza su liderazgo en la distribución vacacional de alto valor añadido.

El acto de inauguración reunió a destacadas autoridades locales, entre ellas, la alcaldesa de Granada, María Fran Carazo, la diputada de turismo, Marta Nieva, y el senador Vicente Azpitarte, quienes acompañaron al equipo directivo de Ávoris en este hito para la ciudad. Por parte de la compañía, actuaron como anfitriones Juan Miguel Morales, director general del área minorista, y Carlos Garrido, director general de relaciones institucionales, comunicación y marketing corporativo.

Durante su intervención, Juan Miguel Morales agradeció el respaldo institucional recibido y destacó «el compromiso firme de Ávoris con la distribución presencial y con Andalucía como eje estratégico de crecimiento. Esta nueva agencia en Granada responde a la demanda de un perfil de cliente que busca experiencias únicas, asesoramiento experto y un trato personalizado que solo un espacio premium como este puede ofrecer».

La nueva oficina está concebida como un lugar de inspiración y planificación viajera, donde los clientes podrán acceder a propuestas exclusivas, circuitos selectos y grandes viajes diseñados por los turoperadores propios del grupo, en un entorno cuidado hasta el último detalle.

Con esta apertura, Ávoris refuerza la marca B travel & CATAI como referencia en turismo de calidad, de la mano de un equipo de profesionales especializados y con una larga trayectoria en el sector. El evento concluyó con un cóctel en el que se dieron cita numerosos clientes, proveedores y representantes del tejido turístico local.

APTUR CV demanda al Ayuntamiento de Valencia y desmonta los “5 candados” del consistorio que motivaron la suspensión de nuevas licencias de viviendas de uso turístico

La Asociación de Apartamentos Turísticos de la Comunidad Valenciana (APTUR CV) ha presentado un recurso contra el Ayuntamiento de Valencia, señalando la suspensión de licencias para nuevas viviendas de uso turístico (VUT) como una medida desproporcionada y carente de justificación sólida. Asimismo, ha acusado al consistorio y su política de los “5 candados” de ignorar los principios de proporcionalidad y seguridad jurídica, y de basarse en suposiciones injustificadas y arbitrarias.

El recurso se acompaña de un dictamen pericial elaborado por la consultora especializada en Big Data y Location Intelligence inAtlas, que desmonta categóricamente los argumentos del Ayuntamiento con datos precisos. Entre los datos más llamativos del dictamen, destaca que el 75% de las viviendas de uso turístico registradas entre 2018 y 2024 se sitúan en locales comerciales transformados, desmintiendo cualquier impacto negativo en la vivienda.

Además, sostiene que el 62,7% de esos locales llevaban más de cinco años cerrados antes de su cambio de uso. En esta línea destaca que solo 363 VUT se localizaron en viviendas en ese periodo, representando menos del 1% del parque de viviendas vacías de Valencia. A esto se suma que la ciudad de Valencia ha invertido en vivienda 35,54€por habitante en los últimos ocho años, ocho veces menos y a la cola de las ocho principales ciudades de España, que gastaron de media 293,89€por habitante.

«Es imprescindible que las decisiones que afectan a nuestra ciudad se basen en datos reales y hechos objetivos, no en un relato infundado que ignora la realidad social de Valencia,» comenta la presidenta de APTUR CV, Silvia Blasco. «La moratoria está totalmente injustificada y es arbitraria. Con esta medida, el Ayuntamiento de Valencia está actuando de forma irresponsable y mintiendo a la ciudadanía sobre las verdaderas causas del problema de vivienda en nuestra ciudad.”

Welcome Incoming Services inicia operaciones en Costa Rica

La nueva filial arranca el 1 de mayo con la gestión de la operativa de Travelplan y el objetivo de incorporar nuevas cuentas de clientes internacionales

Welcome Incoming Services, la empresa de servicios receptivos de Ávoris Corporación Empresarial, el grupo líder del sector de los viajes de la península ibérica, presentó hoy oficialmente en San José el inicio de operaciones de su nueva filial en Costa Rica. La marca, que comenzará a prestar servicio el próximo 1 de mayo, se establece como receptivo propio en el país centroamericano, consolidando así la presencia del primer grupo turístico de la península ibérica también en el ámbito de los servicios turísticos en destino.

La presentación, que reunió a los principales proveedores locales del sector turístico costarricense, marca el inicio de una nueva etapa para Welcome Incoming Services, cuya actividad en Costa Rica comenzará gestionando la operativa del turoperador Travelplan. En paralelo, el objetivo de la compañía es abrir sus servicios a terceros clientes internacionales, ampliando su cartera en los próximos meses.

Welcome Incoming Services Costa Rica ofrecerá una amplia gama de servicios turísticos: circuitos, estancias en hoteles, actividades, excursiones y traslados. Todo ello respaldado por la experiencia acumulada durante más de 25 años de operaciones en España, Francia, República Dominicana, México, India y otros destinos estratégicos. El equipo local está compuesto por profesionales con amplia trayectoria en el sector, liderados por Lynnette Ramsay, quien asume la dirección de Welcome Incoming Services Costa Rica.

Durante el acto, Lynnette Ramsay afirmó: “Nuestra misión es poner al servicio del sector turístico costarricense y de los visitantes internacionales el saber hacer y la fiabilidad de una marca que ha demostrado su capacidad para ofrecer un servicio de alta calidad y atención personalizada en mercados muy exigentes. Queremos ser un socio de confianza para turoperadores y agencias de viajes de

todo el mundo que eligen Costa Rica como destino”.

En palabras de Bernardo Roig, director general de Welcome Incoming Services, “esta apertura en Costa Rica es el siguiente paso natural en la estrategia de expansión de la compañía en América. Costa Rica es un destino prioritario por su atractivo turístico y su potencial de crecimiento, y estamos convencidos de que podremos contribuir a elevar aún más su nivel de servicios receptivos”.

Con esta incorporación, Welcome Incoming Services suma 19 oficinas propias en seis países, reafirmando su papel como uno de los receptivos líderes en los destinos clave para los turoperadores internacionales.

Euroairlines firma un acuerdo de interlínea con Azores Airlines para la distribución global de sus rutas

La compañía portuguesa, que vuela a 25 destinos nacionales e internacionales, tendrá acceso a los más de 60 países en los que está presente Euroairlines así como conexiones con tercero

Azores Airlines, empresa del Grupo SATA, ha firmado un acuerdo de emisión de billetes interlínea con la compañía española Euroairlines, lo que le permitirá ampliar su oferta y alcance global.

Con esta asociación, Azores Airlines podrá acceder al ecosistema de agencias de viajes, OTAs, agregadores y consolidadores en más de 60 países a través de la placa IATA Q4-291 que posee Euroairlines.

Azores Airlines es una compañía aérea portuguesa, parte del Grupo SATA, con sede en el municipio de Ponta Delgada, en la isla de São Miguel, situada en el archipiélago autónomo de las Azores, que nació con el objetivo de hacer más accesible el archipiélago de las nueve islas.

La compañía ofrece conexiones aéreas para el transporte de pasajeros, carga y correo. Actualmente, Azores Airlines conecta el archipiélago de las Azores con ocho países de África, Europa y América del Norte. En concreto, la aerolínea vuela a ciudades como Milán, París, Nueva York, Boston o Toronto, entre otras.

La compañía portuguesa opera una flota que incluye aviones Airbus A320ceo, A320neo, Airbus A321neo y Airbus A321LR, que cuentan con asientos de clase business y turista.

“Azores Airlines se ha consolidado como una aerolínea de referencia en la región del Atlántico Norte y Euroairlines le proporcionará canales de distribución adicionales para consolidar aún más ese posicionamiento”, afirma Antonio López-Lázaro, CEO del Grupo Euroairlines. “La aerolínea está experimentando un crecimiento significativo, y actualmente, América del Norte y el eje atlántico son áreas estratégicas para el Grupo Euroairlines”, añade Amanda Machado, directora de Clientes del Grupo Euroairlines, quien se ha incorporado recientemente tras su paso por Amadeus Brasil.

Sandro Raposo, director de operaciones del Grupo SATA, subraya que “esta alianza reforzada con Euroairlines potenciará las capacidades de distribución de Azores Airlines al permitirnos acceder a mercados y clientes que antes eran inalcanzables.Prevemos que este mayor conocimiento de la oferta de nuestra aerolínea, que incluye vuelos directos desde las principales ciudades europeas a las Azores y cómodas conexiones con Norteamérica, impulsará un mayor crecimiento del número de pasajeros”, añade.

Viajes Carrefour celebra con éxito su Convención en Toledo con más de 400 agentes de viajes

El fin de semana del 14 al 16 de marzo, la ciudad de Toledo acogió la Convención de Viajes Carrefour, un evento clave para la red de agencias de la compañía, que reunió a más de 400 agentes de viajes en el Palacio de Congresos de Toledo El Greco. La jornada, inaugurada por Juan José Alcalde Saugar, Alcalde de la ciudad de Toledo, contó con ponencias estratégicas, un workshop con los principales proveedores del sector y actividades experienciales para los asistentes.

La convención comenzó con una sesión de trabajo en la que los responsables de área de Viajes Carrefour presentaron las principales novedades y estrategias para consolidar el liderazgo de la compañía en el sector turístico. Posteriormente, los asistentes participaron en la Expo Travel CRF con todos nuestros

proveedores de referencia, con proveedores clave, donde además de conocer las últimas tendencias y productos. Un lugar lleno de sorpresas, donde los asistentes pudieron disfrutar de actividades interactivas y animaciones temáticas con personajes icónicos como Don Quijote y Sancho Panza, mariachis, personajes egipcios o zancudos.

Una gran novedad de esta convención fue el espacio dedicado al nuevo producto de Viajes Carrefour: Carrefour Entradas, donde se presentaron espectáculos de referencia como 'El Rey León' o "Wah" y las mejores opciones de entretenimiento disponibles a través de la plataforma.

La jornada del sábado concluyó con una cena de gala en uno de los Cigarrales más famosos de Toledo, Viñedo Cigarral Santa María. El evento cerró el domingo con una visita a Puy du Fou, una experiencia inmersiva que dejó una huella imborrable en todos los asistentes.

Héctor Floro Sánchez, Director de Viajes Carrefour "Este evento ha sido una oportunidad única para fortalecer nuestra comunidad, compartir conocimientos y continuar innovando en el sector de los viajes. La participación y entusiasmo de todos los asistentes reflejan el compromiso de Viajes Carrefour con la excelencia y la calidad en el servicio", señalaron desde la dirección de la compañía.

Con esta convención, Viajes Carrefour reafirma su apuesta por la evolución del sector turístico y el respaldo a su red de agencias, consolidándose como una de las principales franquiciadoras del sector en España.

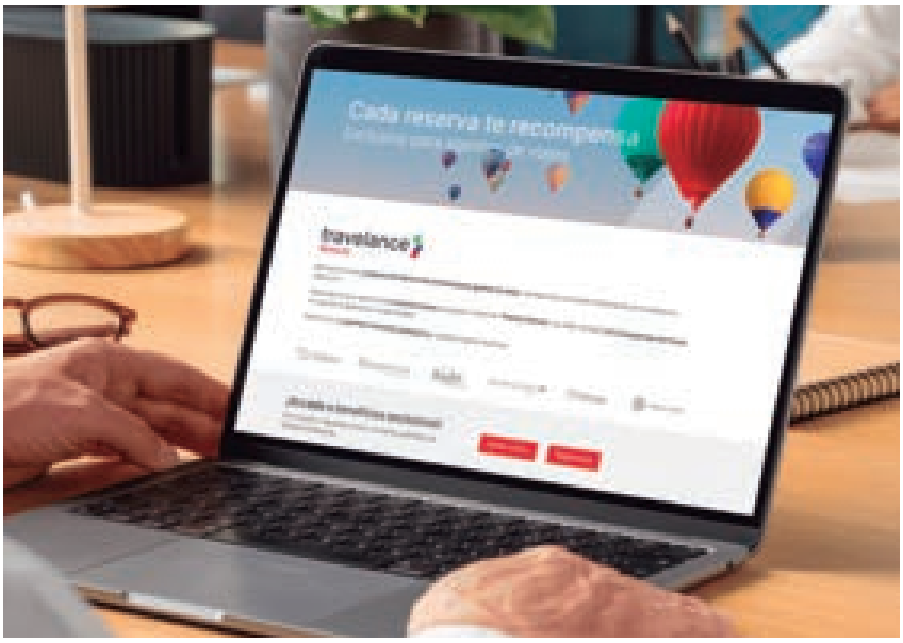
Travelance Rewards: el nuevo programa de fidelización que premia directamente a los agentes de viajes

El hub turístico Travelance lanza Travelance Rewards, el innovador programa de fidelización que premia a los agentes de viajes de manera directa con tarjetas Amazon

El hub turístico Travelance, integrado por operadores independientes de reconocido prestigio como Europamundo, Soltour y Coming2 como partners principales, Guest Incoming, TUI, Flexible Autos, Dimensiones Club e Itinae, como afiliados e Intermundial y Jumbo Tours como proveedores preferentes, ha lanzado Travelance Rewards, un programa de fidelización exclusivo diseñado para ofrecer a los agentes de viajes un reconocimiento por su labor. A través de este sistema, los agentes podrán acumular puntos, denominados Travels, cada vez que realicen una reserva con alguno de los partners participantes que podrán ser canjeados por tarjetas regalo Amazon.

El lanzamiento de este programa es parte de la evolución del hub turístico Travelance, que fue presentado oficialmente durante la pasada edición de FITUR. Con esta presentación, Travelance ha reafirmado su compromiso con la innovación y el desarrollo de herramientas que favorecen tanto a los agentes de viajes como a las agencias.

De esta manera, el lanzamiento de Travelance Rewards busca fidelizar la relación entre los agentes y los partners, dotándolos de una herramienta que valora y premia su esfuerzo de manera justa y equitativa. Lo más innovador de este programa es que las recompensas son individuales y no dependen de la agencia para la que trabajen, lo que brinda total autonomía a los agentes de viajes.



Un programa pensado para los agentes de viajes

Travelance Rewards no solo beneficia a los profesionales del sector, sino que también está diseñado para ser accesible y fácil de usar: los agentes se registran en la plataforma, realizan sus reservas con las marcas asociadas e ingresan el número de localizador en el sistema para empezar a acumular puntos. A medida que suman puntos "Travels", pueden decidir en qué momento desean canjearlos por tarjetas de Amazon de mínimo 10 euros. Así, cada agente puede decidir cuándo disfrutar de su recompensa según sus necesidades. Los partners asociados al programa son: Soltour, Europamundo, Flexible Autos, Dimensiones Club, Itinae e Intermundial.

Asimismo, una de las grandes ventajas de este programa es que está directamente vinculado a Travelance Club, lo que significa que las agencias también continúan acumulando bonos Travelance cuando llegan a los objetivos de venta con los partners. De esta manera, se fomenta una relación en la que tanto los agentes como las agencias salen beneficiados, aumentando así el valor de formar parte del ecosistema Travelance.

Recompensas, beneficios y facilidad de uso

Travelance Rewards ofrece una estructura de recompensas clara y atractiva para los agentes de viajes. Cada 100 €en reservas realizadas con los partners del programa se traducen en 25 Travels, que pueden ser canjeados a razón de 100 Travels = 1euro. Gracias a este sistema, los profesionales pueden maximizar sus beneficios sin necesidad de realizar trámites complicados.

"Con Travelance Rewards queremos reconocer y premiar la labor de los agentes de viajes de una manera directa y transparente. Este programa es una muestra de nuestro compromiso con el sector y con los profesionales que, día a día, hacen posible que la industria siga creciendo. Creemos en la importancia de ofrecer incentivos reales y accesibles, que motiven a los agentes y les permitan beneficiarse de su trabajo de forma justa", ha destacado Jose María Hoyos, managing director de Travelance.

Promoción de lanzamiento y novedades exclusivas

Para garantizar que los agentes de viajes estén siempre informados sobre las últimas novedades y campañas de Travelance Rewards, se creará un canal oficial de WhatsApp, donde se compartirán actualizaciones, promociones especiales y noticias de interés. Como incentivo, todos los agentes que se unan al canal recibirán 100 Travels de bienvenida, lo que les permitirá comenzar a disfrutar de las ventajas del programa desde el primer momento.

Con Travelance Rewards, cada reserva cuenta y cada esfuerzo es recompensado. Este nuevo programa es una apuesta clara por el reconocimiento y la valorización del trabajo de los agentes de viajes, ofreciéndoles beneficios y un sistema transparente que los pone en el centro de la experiencia.

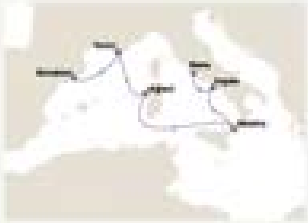
Mediterrâneo 2025

QUEEN VICTORIA

Itália, França e Espanha
8 dias | de Roma a Barcelona

9* Junho | 11 Agosto
1* Setembro
*Mais datas no itinerário

Interior desde 882€p.p. inc. taxas
Varanda desde 1.092€p.p. inc. taxas



QUEEN VICTORIA

Itália, França e Espanha
8 dias | de Barcelona a Roma

16 Junho | 8* Setembro
*Mais datas no itinerário

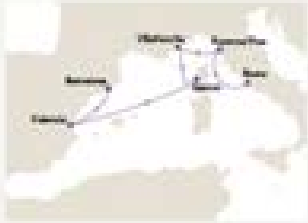
Interior desde 882€p.p. inc. taxas
Varanda desde 1.197€p.p. inc. taxas

QUEEN VICTORIA

Do Adriático a Barcelona
8 dias | de Trieste a Barcelona

30 Junho | 18* Agosto
22 Setembro
*Itinerário ao contrário com variações

Interior desde 935€p.p. inc. taxas
Varanda desde 1.250€p.p. inc. taxas



QUEEN VICTORIA

Itália, França e Espanha
8 dias | de Barcelona a Roma

7 Julho

Interior desde 987€p.p. inc. taxas
Varanda desde 1.407€p.p. inc. taxas

mundomar CRUZEIROS

CONDIÇÕES GERAIS: Oferta válida para novas reservas. Preços por pessoa em cabine dupla interior sujeitos a disponibilidade. O preço inclui taxas, alojamento em regime de pensão completa a bordo, acesso e uso das instalações de acordo com a categoria reservada e gratificações. Os preços não incluem serviços aéreos nem terrestres. O crédito a bordo varia de acordo com a saída e a categoria da cabine selecionada. Aplica-se a reservas com Tarifa Premium.

QUEEN MARY 2 QUEEN VICTORIA QUEEN ELIZABETH QUEEN ANNE

Iberia pone a la venta récord de asientos para la temporada de verano 2025

La aerolínea ofrecerá 3,2 millones de plazas de avión entre Europa y América Latina, un 4 % más que en 2024. Y 16 millones de asientos en el corto y medio radio, misma cifra que el año pasado. Aumentará frecuencias a Buenos Aires y Sao Paulo respecto al verano de 2024, y mantendrá los tres vuelos diarios a México y Bogotá

ADOLFO GARCÍA
Head Trade Sales de Iberia para España, Portugal y Norte de África

El pasado 29 de marzo comenzó la temporada de verano para el sector turístico, en la que Iberia ha previsto un incremento de capacidad en prácticamente todos los mercados. Destacan, sobre todo, las rutas con América Latina, donde la aerolínea española es líder indiscutible con el mayor número de destinos, 18 en 16 países. En 2025 se registrará la conectividad más alta de toda su historia, superando incluso las cifras del año pasado, con 3,2 millones de asientos entre ambas regiones, un 4 % más que en 2024. Esto supone más de 300 vuelos semanales.

Buenos Aires y Sao Paulo experimentarán el mayor incremento en cuanto a frecuencias semanales, añadiendo en ambos casos 3 vuelos a la semana. Así, Buenos Aires contará esta temporada con 21 frecuencias semanales, es decir, tres vuelos diarios. Y Sao Paulo subirá hasta las 14 frecuencias semanales, consolidando los dos vuelos diarios.
Lima sumará asimismo una frecuencia adicional, de forma que este verano será posible volar a la capital peruana dos veces al día a partir del mes de mayo.

Iberia apuesta por mantener la propuesta realizada el año pasado en el resto de destinos de América Latina, y así México y Bogotá mantendrán este verano el triple diario, y Montevideo y Quito el diario.

Por su parte, Santiago de Chile tendrá 10 frecuencias semanales la primera parte de la temporada y a partir de junio subirá, como el año pasado, a los 11 vuelos semanales. Río de Janeiro mantendrá las cinco fre-

cuencias semanales, Caracas dispondrá de entre tres y cinco vuelos semanales dependiendo del mes, y Guayaquil contará con tres frecuencias a la semana.

En el Centroamérica y Caribe la oferta se mantiene asimismo similar a 2024. Puerto Rico, Santo Domingo, Costa Rica, Guatemala y El Salvador mantendrán el vuelo diario. Panamá tendrá hasta cuatro frecuencias a la semana y La Habana seguirá con tres frecuencias semanales.

Estados Unidos, una apuesta firme y continuada en el tiempo

La incorporación de los nuevos A321XLR los próximos meses permitirán reforzar la apuesta de Iberia por Estados Unidos, el país con mayor número de destinos de la red intercontinental de la aerolínea.

En la temporada de verano de 2025, la aerolínea operará 140 vuelos semanales entre ambos países, un 14 % más que el año pasado, y pondrá en el mercado un total de 1,1 millones de asientos.

Iberia vuela directo, sin escalas, a Nueva York (2 diarios), Chicago (1 diario), Miami (2 diarios), Dallas (1 diario), Los Ángeles (1 diario), San Francisco (3 frecuencias a la semana), Boston (2 diarios) y Washington (1 diario).
Precisamente estos dos últimos serán los que experimenten un mayor crecimiento este verano, duplicando en el caso de Boston la oferta de 2024 de 1 a 2 vuelos diarios a partir del mes de junio; y subiendo de 4 a 7 las frecuencias semanales a Washington. Ambos destinos serán operados por los nuevos aviones A321XLR, modelo de fuselaje estrecho pero con capacidad para cruzar el Atlántico, y del que Iberia ha sido la aerolínea lanzadora mundial.

Tokio y Doha

Los vuelos a Japón se iniciaron la temporada pasada, el 27 de octubre, con tres frecuencias a la semana, los lunes, jueves y sábados. Esta temporada de verano se mantendrán la cantidad de frecuencias,

de forma que se ofrecerán cerca de 63 000 asientos de abril a octubre. Durante los primeros meses de operación el factor de ocupación ha sido superior al 90 %.
Los vuelos a Qatar también se mantendrán sin cambios la próxima temporada de verano, con un vuelo diario directo entre Madrid y Doha operado por Iberia, al que se suman los dos adicionales en código compartido con Qatar Airways, de forma que se podrá volar entre Madrid y Doha tres veces al día. Esta ruta permite no solo viajar punto a punto, sino conectar desde Doha con 49 destinos en Asia, 17 en África, 18 en Oriente Medio y 6 en Oceanía.

Europa: vuelven los vuelos estacionales

En Europa, Iberia va a centrar el crecimiento en sus mercados principales, destacando sobre todo Francia e Italia.

París contará este verano con cuatro frecuencias semanales adicionales, de forma que la aerolínea ofrecerá hasta once vuelos directos al día.

Y Roma aumentará su oferta con cinco frecuencias adicionales a la semana, ofreciendo entre seis y siete vuelos diarios, dependiendo del día de la semana, con motivo del Año Jubilar que se celebra en Roma en 2025.

Bruselas y Viena contarán, asimismo, con más vuelos este verano. En concreto, sumarán dos frecuencias semanales más, con lo que dispondrán de hasta cuatro vuelos directos al día cada una.
Como todos los veranos, vuelven los destinos estacionales. El 7 de junio se reiniciarán los vuelos a Ponta Delgada, en las Azores, con tres frecuencias semanales. Es el tercer año consecutivo que Iberia ofrece esta ruta.

La oferta a Portugal se complementa con vuelos a Lisboa (hasta 36 vuelos semanales), Oporto (hasta 28 frecuencias a la semana), Funchal y Faro (ambas con hasta cinco vuelos a la semana).

El mismo 7 de junio, vuelven los vuelos a Tirana, en Albania, por segundo año, con hasta tres frecuencias a la semana.
Y el 27 de julio se reinician los vuelos a Liubliana, en Eslovenia, con dos frecuencias a la semana.

Las islas griegas son, sin duda, uno de los reclamos habituales de cada verano. A partir del mes de junio se podrá volar directo a Santorini, Mikonos (5-6 vuelos semanales cada uno de ellos) y Corfú (que alcanzará las 7 frecuencias semanales durante agosto).

Además, se refuerza la ruta de Atenas alcanzando las 30 frecuencias semanales durante agosto (3 más que en 2024).

Croacia es otro de los países estrella en la temporada estival. Dubrovnik, Zagreb y Split volverán a formar parte de la red de Iberia con hasta 17 vuelos semanales, 2 más que en 2024 en el caso de Dubrovnik; hasta 9 frecuencias a Zagreb, las mismas que el año pasado; y con hasta 9 vuelos a Split, misma oferta que en 2024.
En Italia, Catania, Olbia, Cagliari y Palermo también volverán a operar esta temporada, alcanzando la misma oferta que en 2024.

En total, Iberia ofrecerá 16 millones de asientos en el corto y medio radio, misma cifra que en 2024.

ENTREVISTA | PAUL JOHANNES

VICEPRESIDENTE DE CUSTOMER TRAVEL & LIFESTYLE DE CATHAY PACIFIC EN EUROPA

El mercado español es muy importante para Cathay Pacific

¿Cuál es vuestro balance del 2024?

Sin duda, ha sido un gran año. En España, volvimos a volar a Barcelona, redoblando así nuestra conectividad directa desde Asia Pacífico con un mercado tan importante para nosotros como es el español. Durante la temporada de verano, llegamos a estar operando hasta 6 vuelos semanales de ida y vuelta, 3 desde Madrid y 3 desde Barcelona, siendo las únicas rutas sin escalas entre España y una ciudad tan importante como es Hong Kong, en el corazón de Asia. A nivel global, también seguimos creciendo y sumando nuevas rutas, algo que tendrá continuidad durante el 2025, cuando alcanzaremos el esperado hito de los 100 destinos.

Todo este trabajo también se ha visto recompensado en materia de reconocimientos, algunos tan prestigiosos como como el Premio a la Mejor Clase Turista o la Aerolínea Más Limpia del Mundo en los World Airline Awards 2024 de Skytrax, donde también Cathay Pacific también fue incluida entre las cinco mejores aerolíneas del mundo. Para AirlineRatings, también estamos entre las cinco mejores aerolíneas premium del mundo y también en el top tres de las más seguras, un año más. Pero, por encima de todo, lo que más nos motiva es el reconocimiento por parte de nuestros clientes, que siguen confiando en nosotros y valorando nuestro servicio premium y nuestra atención al detalle.

¿Qué novedades presenta vuestra línea aérea en 2025?

La novedad más importante de cara a este 2025 es la introducción de nuestra nueva cabina Business: Aria Suite. Este nuevo asiento de última generación ofrece una experiencia totalmente renovada, aún más premium, con mayor privacidad, comodidad y diseño, que también ha sido reconocido ya con varios galardones internacionales, como TheDesignAir. Durante este año, iremos introduciendo Aria Suite progresivamente en nuestros destinos internacionales, a medida que lo hagan también nuevos Boeing 777-300ER totalmente renovados.

Esta nueva experiencia incluye también la introducción de nuevos asientos en nuestra cabina Premium Economy, así como la profunda renovación de la clase Economy. En materia de destinos, ya hemos anunciado tres nuevas rutas en Europa –Roma, Múnich y Bruselas– y de cara a la temporada de verano estaremos ofreciendo hasta 96 vuelos semanales a 12 ciudades europeas, incluyendo otros destinos clave como Londres, Mánchester, París, Frankfurt, Ámsterdam, Milán, Zurich y, por supuesto, Madrid y Barcelona.

PRINCESS

Mediterráneo y Fiordos

cruceros ¡muévete!®

Princess PLUS

- Bebidas Plus
- Internet ilimitado
- Propinas Gratis
- Helados Premium
- Clases de Fitness
- Cenas casuales
- y mucho más!

POR 60€ PERSONA/NOCHE

Depósito reducido de 50€

Mejor Naviera en Europa

Crucero Muévete!
con actividades especiales a bordo:
clases de baile, zumba, bachata,
fiestas temáticas, karaoke
¡y mucho mas!

Con Guía Asistente y Excursiones Opcionales en Español

NUEVO BARCO

Barcelona, Francia e Italia

Sun Princess - 8 días
de Barcelona a Roma
5, 26 abril | 17 mayo | 9, 30 agosto 2025

desde 1.035€

NUEVO BARCO

Islas Griegas, Estambul e Italia

Sun Princess - 8 días
de Roma a Atenas
12 abril | 3, 24 mayo
16 agosto | 6 septiembre 2025

desde 1.126€

NUEVO BARCO

Grecia, Italia y Barcelona

Sun Princess - 8 días
de Atenas a Barcelona
19 abril | 10, 31 mayo | 21 junio
23 agosto | 4 octubre 2025

desde 998€

Fiordos Noruegos

Sky Princess - 8 días
desde/hasta Southampton
26 abril | 24 mayo | 12 julio
2 agosto 2025

desde 855€

Crucero Muévete! con Guía Asistente y Excursiones Opcionales en Español
Crucero especial de Semana Santa con Guía Asistente y Excursiones Opcionales en Español

mundomar cruceros
Agente General Princess

Mejores Cruceros para Apasionados de la Gastronomía
Food & Wine Magazine

Precio por persona en camarote doble interior sujeto a disponibilidad. Durante el crucero se incluye pensión completa a bordo, agua no embotellada, café, té y zumo en el desayuno así como acceso y uso de las instalaciones del barco. Los precios no incluyen las propinas del crucero. Princess PLUS: por 60€ por persona y noche obtendrá paquete de bebidas plus, propinas incluidas, WiFi, ratios limitados, 2 helados premium al día, 2 clases de fitness por crucero, 2 comidas por pasajero en restaurante casual, servicio de activación OceanView y servicio de habitaciones con menú a la carta incluido. Consultar condiciones específicas. Crucero muévete con actividades especiales a bordo, guía asistente y excursiones opcionales en español. Depósito reducido de 50€ por persona, no reembolsable. Aplica a reservas realizadas antes de la fecha de pago final del crucero.

ENTREVISTA | EVA BRETOS CANO

DIRECTORA DE DISCOVER THE WORLD EN ESPAÑA

Discover the World presenta sus líneas aéreas en el mercado español

¿Cuál es vuestro balance del 2024?

Con Icelandair hemos consolidado las rutas de operación anuales hacia Reikiavik desde Barcelona, Alicante, Las Palmas o Tenerife y además hemos incrementado nuestro tráfico a Norteamérica vía Islandia desde estas ciudades españoles en las que que operamos.

KM Malta Airlines tomó el testigo de Air Malta para reanudar sus operaciones directas entre Madrid y Malta, llegando a consolidar esta ruta durante todo el año y con hasta 3 frecuencias semanales. Nos sentimos muy agradecidos por haber fidelizado y mantenido la confianza de la turopeación y grandes verticales de nuestro mercado.

Por otro lado, Gulf Air volvió a apostar por nuestro país con su ya consolidada ruta estacional entre Málaga y Baréin, con la que podemos conectar a nuestros partners en el sur de España con destinos clave en Oriente Medio y el Océano Indico, como Maldivas, Colombo, Manila, distintos puntos en India etc.

Por último, en 2024 seguimos reposicionando Air New Zealand en el mercado español, de la mano de nuestras aerolíneas asociadas con las que ofrecemos múltiples opciones para volar a las Antípodas o poder realizar nuestras célebres vueltas al mundo de la manera más cómoda posible.

¿Qué novedades presenta vuestra línea aérea en 2025?

Iniciamos el 2025 con un equipo ampliado que ya está cubriendo el máximo de regiones de Península e islas.

Nuestra prioridad siempre es tener cercanía a las agencias y que les podamos apoyar y ayudar en todo momento, desde reservas individuales a grupos.

A nivel de producto, estamos entusiasmados con la incorporación de la galardonada aerolínea JetBlue a nuestro portfolio de cuentas representadas. JetBlue empezará a conectar de forma diaria entre Madrid y Boston a partir del próximo 23/05, con una operativa estacional. JetBlue ofrece un servicio revolucionario a bordo, tanto en su clase Economy como en la Business.

Icelandair añadirá una cuarta frecuencia semanal entre Barcelona y Reikiavik, con lo que nos complace seguir reforzando esta ruta con Islandia y conectar más días a nuestros destinos norteamericanos y además empieza a añadir a su flota aparatos A321LR de la compañía Airbus. La compañía también está firmando acuerdos codeshare para ampliar todo su network mundial.

Con KM Malta Airlines acabamos de anunciar el refuerzo de nuestra operativa de verano entre Madrid y Malta, con múltiples frecuencias diarias en fechas señaladas donde la demanda es más alta y poder dar respuesta al mercado español. Además, vamos a empezar a ofrecer conexiones desde múltiples ciudades españolas vía Madrid con Iberia y de este modo facilitar los vuelos a Malta para gran parte del país.

Por último, desde Air New Zealand estamos trabajando en conseguir nuevos acuerdos para vuelos entre España y nuestros gateaways y de este modo seguir incrementando nuestra conectividad con el Pacífico. Además, se acaba de anunciar la introducción de literas (Economy Skynest) en los vuelos de Air New Zealand para seguir invirtiendo en la comodidad de los clientes. Ello se une a nuestro ya galardonado Economy Skycouch, que permite convertir una fila de asientos en clase Economy en una cómoda cama a bordo.

Descubre lo extraordinario...

SOLO HASTA EL 30 DE ENERO

+ HASTA 80% DE DESCUENTO 2º PASAJERO
+ HASTA $300 DE BAR TAB

EN CRUCEROS SELECCIONADOS. CONSULTE CONDICIONES.

EL LUJO SIEMPRE INCLUIDO

RESTAURANTES DE ESPECIALIDAD + 20 ESPACIOS GASTRONÓMICOS

WIFI

PROPINAS

CLASES DE FITNESS

BEBIDAS ESENCIALES

SHOWS

mundomar cruceros
Agente General Virgin Voyages

Hasta 80% de descuento para el segundo pasajero: válido para todos los sábados. El descuento ya está aplicado en el precio mostrado en la web. El descuento aparece aplicado como un 40% de descuento para el primero y 40% de descuento para el segundo pasajero.
Hasta $300 de bar tab: válido para cruceros con salida en 2025.
Bar tab de $100 por cabina: cruceros de 5 a 6 días.
Bar tab de $200 por cabina: cruceros de 7 a 8 días.
Bar tab de $300 por cabina: cruceros de 9 días o más.
válido para reservas en Beacon (TL, TR, BC y TX) y Resilience. No aplicable a categorías Lock It In (CC, VZ, TZ). Mega Rockstars, exterior (VW) o Interior (IV).
El bar tab es válido para consumir bebidas alcohólicas, cafés especialidad y cócteles. No es reembolsable ni transferible. Promociones válidas para nuevas reservas hasta el 30 de enero 2025.

ENTREVISTA | MARÍA JESÚS LÓPEZ SOLÁS

DIRECTORA GENERAL DE CLIENTES, DESARROLLO DE REDES Y ALIANZAS DE IBERIA

ENTREVISTA | BEATRIZ GUILLÉN

DIRECTORA DE VENTAS GLOBALES Y LOYALTY DE IBERIA

Iberia Plus se transforma en Club Iberia Plus

Por Chiky Trillo

Gaceta del Turismo estuvo en la presentación de la nueva tarjeta de fidelización de Iberia Plus, que a partir del 1 de abril se convertirá en Club Iberia Plus, con más ventajas y una nueva forma de triplicar puntos. Entrevistamos a María Jesús López Solás, Directora General de Clientes, Desarrollo de Redes y Alianzas; y a Beatriz Guillén, Directora de Ventas Globales y Loyalty de Iberia.

Dadnos una valoración para los agentes de viaje y, profesionales turísticos de cómo cambia la relación con Iberia y qué novedades presenta para los agentes de viajes este nuevo club de fidelización.

María Jesús López: "Claramente es una gran mejora para todos los agentes turísticos en general, porque sus clientes van a tener muchos más mecanismos para mejorar la fidelización, para poder conseguir 'Puntos Élite'. Las agencias de viajes y los agentes turísticos, en general, van a poder ayudar a sus clientes a encontrar la manera de conseguir más 'Puntos Élite' y poder conseguir subir de nivel de oro a platino, por ejemplo".

Beatriz Guillén: "Para nosotros es esencial también el apoyo que tenemos y que ya recibimos de las agencias de viajes y del sector corporativo, porque sabemos que hay un esfuerzo adicional y queremos seguir fomentando ese esfuerzo adicional. Queremos que esos viajeros frecuentes tengan una experiencia más sencilla de viajes que no la tendrían si no fueran de Iberia Plus. Estamos trabajando mucho alrededor de ese tema para poder contar con ellos también y que ellos sepan qué puntos acumular y cómo pueden acumularlo".

Una de las novedades más destacadas es el cambio en la forma de obtener recom-

pensas, no sólo por la distancia por kilómetros, sino también por el gasto que hace cada pasajero. ¿Cómo afecta este nuevo sistema de compensación?

"Esos son los 'Avios' generados. Por ejemplo, si una persona por volar a Latinoamérica con un Iberia clásica, gana cinco veces la cantidad de 'Avios' de lo que ha gastado, con el nuevo sistema ganaría siete veces la cantidad de 'Avios' de lo que ha gastado. Por ejemplo, una persona que es Platino o Platino Prime ahora ganaría nueve veces más 'Avios' solamente por volar, pero para Latinoamérica ganaría 11 veces más 'Avios'. Aclarar que no es lo mismo 'Avios' que los nuevos 'Puntos Élite', donde suma por lo que ha gastado. Es decir, lo que le ha costado ese billete de avión, pero adicionalmente hay una tabla de bonos extra por volar a Latinoamérica dependiendo de la compra familia de tarifas: si vuela en óptima o la confort o la flexible", Beatriz Guillén.

"Es una forma extra de ganar también Puntos Élite. Al final lo que tratamos es que se puedan ganar Puntos Élite de manera más sencilla, más transparente y más justa, de tal manera que el cliente los puede obtener por el gasto generado, ya sea su billete propiamente dicho o si viaja con una mascota o si compra una maleta, etc. Cualquier cosa que compre en torno a su billete va a generar 'Puntos Élite'. Adicionalmente, están las tablas de 'bonus' en función de la familia tarifaria, de la cabina o del tipo de vuelo que esté comprando. Pero además, todos los aliados estratégicos de nuestro programa Iberia Plus, los bancos, las cadenas hoteleras, el repostaje de gasolina, las diferentes empresas de la industria que están dentro de nuestro ecosistema de 'partners' de Iberia Plus también están de enhorabuena porque los clientes van a poder conseguir 'Puntos Élite' gracias a los 'Avios' generados en los otros 'partners'.

Por ejemplo, si tú tienes una tarjeta de Iberia Cards y generas 'Avios' por esa tarjeta, esos 'Avios' a su vez se traducirán en 'Puntos Élite'. Si tú paras en un estacionamiento de Repsol y generas 'Avios', con esa recarga de combustible, también generará 'Puntos Élite', explica María Jesús López.

¿Este programa está ya disponible en los NDC que tienen acceso, por ejemplo, las agencias de viajes?

"En este programa Iberia Plus se puede hacer cualquiera y puede acumular sus 'Puntos Élite' y sus 'Avios', sin importar el canal en que se haga. Los nuevos cambios son a partir del 1 de abril. Hasta el 1 de abril todo funciona como hasta ahora. Los nuevos 'Puntos Élite' se comenzarán a generar a partir del 1 de abril con todo lo volado y así el 1 de abril de 2026 se podrá conseguir los nuevos 'Tiers'", añadió López.

Algunas preguntas que han surgido en esta presentación son las Salas VIP, que pueden llegar a quedarse pequeñas...

"Estamos reforzando toda la experiencia de cliente en todos los puntos de contacto. Por ejemplo, en los grupos de embarque vamos a generar un nuevo grupo de pre embarque para de Platino Prime y Platino e Infinita para que puedan acceder incluso antes que el Grupo 1. Vamos a revisar todos los elementos de experiencia de cliente para asegurar que nuestros clientes salen todos beneficiados".

La idea es que Iberia Plus forme parte de la vida diaria de cualquier cliente, ¿entiendo?

"Sí, es correcto- Esa es la idea. Que en tu día a día, esté presente el Club Iberia Plus".

¿Por qué surge el cambio? ¿Qué os mueve a impulsar este cambio?

"Nosotros siempre estamos intentando mejorar toda la experiencia de clientes. Y el programa de fidelización es una parte fundamental porque es un gran elemento por el que nos eligen muchos clientes. Nosotros siempre estamos buscando maneras de mejorar el programa y desde que lo creamos en 1991 ha cambiado muchísimo. Gracias al feedback de los clientes, gracias a las tendencias que vemos en el mercado pensamos cómo podemos hacer esto mejor. Y de la misma manera que decidimos invertir en nuestras salas o en la experiencia a bordo de los aviones, en los asientos, etc., creemos que invertir en el programa de fidelización va a ser bueno porque los clientes van a estar más contentos con nosotros, nos van a elegir más y esto va a ser parte de un círculo virtuoso que nos va a hacer también mejores como compañía", explica López.

"Ganar un cliente leal es muy difícil y perderlo es muy fácil. Y yo creo que parte de la transformación que siempre tiene Iberia, la mentalidad que tiene Iberia, es estar constantemente transformando y mejorando, precisamente porque es muy fácil perder a un cliente y lo que nosotros no queremos es perderlo. Mientras más fieles son y más leales, también nos beneficiamos todos de la inversión que podemos hacer en ellos", añade Guillén

¿Esperáis que durante los próximos meses, o años, se vayan incorporando otras líneas, no solo del programa One World?

"¡Claro! Lo ideal sería incorporar a todas las aerolíneas, por lo menos de One World, o nuestros 'partners' también más cercanos, -que no todos tienen que ser de One World-, a este mecanismo. Estos son temas de desarrollo tecnológico y tiempo. Y vamos a ir trabajando; a medida que va saliendo uno a uno, iremos incorporando nuevos colaboradores con los acuerdos que vayamos llegando con ellos. La idea es que todo el mundo se pueda ver beneficiado por esta nueva forma de obtener 'Puntos Elite'", explica Guillén.

"Todos los partners, por supuesto, de One World, se van a ver beneficiados con este sistema. Y los que todavía no tengan un sistema basado en gasto, lo van a seguir teniendo en millas", añade López.

Pues muchas gracias por todo y enhorabuena con este nuevo Club Iberia Plus

"A PARTIR DEL 1 DE ABRIL HABRÁ UNA NUEVA FORMA DE GANAR 'PUNTOS ÉLITE'"

Turkish Airlines inaugura su mayor sala VIP fuera de Estambul en el Aeropuerto de Tokio Narita

Turkish Airlines, la aerolínea presente en más países del mundo, ha inaugurado su mayor sala VIP fuera de Turquía en el Aeropuerto Internacional de Narita (Japón). Con esta apertura, la compañía refuerza su compromiso de hacer que su reconocida hospitalidad y excelencia en el servicio sean aún más accesibles a nivel global. Ubicada en la Terminal 1, Ala Sur, Satélite 4, Puerta 47, el Turkish Airlines Lounge en Narita abarcará un total de 1.500 m² una vez finalizada la segunda fase de su desarrollo. En esta primera fase, la sala ofrece un espacio de 800 m², con capacidad para recibir hasta 105 pasajeros en un entorno exclusivo y confortable. La sala VIP estará operativa todos los días de 7:30 a. m. a 9:45 p. m., y será accesible para los titulares de las tarjetas Miles&Smiles Elite Plus y Elite, Miles&Smiles Elite Corporate, miembros Gold de Star Alliance y pasajeros de Clase Business (Primera Clase) de aerolíneas miembros de Star Alliance. En la apertura de la ceremonia, Ümit Develi VP de ventas para Oceanía de Turkish Airlines ha afirmado: «Nos complace inaugurar nuestra mayor sala VIP internacional en el Aeropuerto de Narita, un espacio que fusiona la hospitalidad turca con la elegancia japonesa, simbolizando más de un siglo de estrechas relaciones entre nuestras naciones. La Turkish Airlines Lounge en Narita refleja nuestro compromiso con la mejora continua de la experiencia de viaje y el fortalecimiento de nuestra presencia en la región de Asia-Pacífico.»

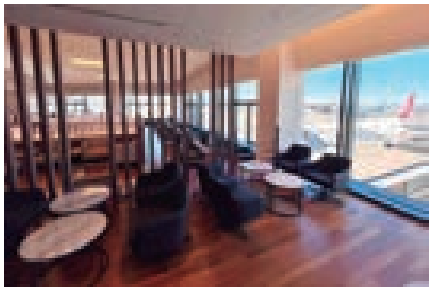
El presidente y CEO del Aeropuerto Internacional de Narito, Akihiko Tamura, declaró: “Estamos muy agradecidos por el establecimiento de la sala VIP en el Aeropuerto de Narita. Turkish Airlines ha contribuido enormemente a la expansión de la red del Aeropuerto de Narita, y nos sentimos muy honrados de que lo hayan elegido como ubicación de su segunda sala VIP en Asia. Con la red de rutas de categoría mundial de Turkish Airlines que conecta todo el planeta, la apertura de su sala VIP nos permitirá ofrecer un valor aún mayor a nuestros pasajeros. Deseamos a Turkish Airlines un éxito continuado y esperamos seguir mejorando las capacidades del Aeropuerto de Narita mientras crecemos juntos.” Turkish Airlines Inc. Office of Media Relations General Management Building 34149, Yesilköy-Istanbul Tel: +90 (212) 463 63 63 – 11153 / 11173 Fax: +90 (212) 465 20 78 press@thy.com

Diseñada para ofrecer el máximo nivel de lujo y comodidad, la Turkish Airlines Lounge en Narita cuenta con una amplia gama de servicios exclusivos para elevar la experiencia del pasajero. Entre sus principales atractivos se encuentra una selección gastronómica tipo bufé con especialidades de la cocina turca, japonesa y del Lejano Oriente. Destaca, además, por ser la única sala VIP fuera de Estambul equipada con un horno tradicional de pide turco, que permitirá ofrecer este icónico plato recién horneado durante el almuerzo y la cena.

Los pasajeros también podrán disfrutar de zonas de descanso, camas de día con vistas al área de rodaje de aeronaves y una sala VIP para mayor privacidad. Asimismo, la sala ha sido equipada con duchas, baños accesibles, una sala de cuidado infantil y un área interior para fumadores, garantizando una experiencia integral adaptada a todas las necesidades.

En cuanto a conectividad, la sala ofrece Wi-Fi gratuito, pantallas con información de vuelos y una zona de trabajo dedicada. Reflejando el compromiso de Turkish Airlines con el arte y la cultura, el diseño del espacio incorpora la tradicional técnica de marmoleado turco, además de referencias a destinos icónicos, como el Monte Fuji, representado en la entrada de la sala.

Con esta inauguración, Turkish Airlines suma ya siete salas VIP internacionales, presentes en Nairobi, Moscú, Miami, Washington, Bangkok y Nueva York. Cada una de ellas reafirma la apuesta de la aerolínea por ofrecer un servicio excepcional y la cálida hospitalidad turca, al tiempo que fortalece la conectividad fluida dentro de su extensa red global.



Croisi Europe Cruises

CRUCEROS
FLUVIALES Y MARÍTIMOS

Cruceros fluviales en Europa

Guadalquivir • Duero • Po • Loira • Garona
Ródano • Sena • Canales de Francia • Rin
Mosela • Danubio • Elba • Havel • Moldava

Cruceros marítimos

Mar Mediterráneo • Mar Adriático
Islas Canarias • Mar Égeo

Cruceros fluviales por el Mundo

África Austral (Sudáfrica, Botsuana, Namibia, Zimbabue) • **Mékong** (Vietnam, Camboya)
Nilo (Egipto)

CROISIEUROPE, LÍDER EUROPEO DEL CRUCERO FLUVIAL CON 49 AÑOS DE EXPERIENCIA

Modernos barcos de tamaño exclusivo • Todos los camarotes son exteriores • Excelente flota con 51 barcos

RÉGIMEN TODO INCLUIDO A BORDO:

BEBIDAS INCLUIDAS EN LAS COMIDAS Y EN EL BAR

WIFI GRATIS

TASAS PORTUARIAS INCLUIDAS

PARA MÁS DETALLES: informacion@croisieurope.com • 911 176 539

www.croisieurope.es YouTube

Más detalles:

Rogamos consulten condiciones. Fotos no contractuales - Creditos de las fotos: Alexandre Sattler, Kévin Hogan, Miran Brautovic - CreaStudio 2412057.

Soltour refuerza su apuesta por Latinoamérica con una nueva conexión a Cali

Soltour amplía su operativa en Latinoamérica con una nueva conexión entre Madrid y Cali, reforzando su estrategia de diversificación en su 50 aniversario

Soltour, turoperador independiente líder en España y Portugal, sigue ampliando su oferta con nuevas operativas que acercan a los viajeros a destinos exóticos y culturales. En el marco de su 50 aniversario y en línea con su estrategia de diversificación, la compañía anuncia su nueva conexión a Cali, en Colombia, un destino vibrante y lleno de historia, reconocido mundialmente como la capital de la salsa.

Conocida como 'La Sucursal del Cielo', Cali ofrece una combinación única de cultura, naturaleza y música, consolidándose como un destino emergente para el viajero español. En 2024, la ciudad recibió más de 3 millones de visitantes, de los cuales 298.310 fueron internacionales, representando un incremento del 12% respecto al año anterior. Este crecimiento refleja el creciente interés por Cali como destino turístico.

Los miércoles y domingos hasta octubre de 2025, los viajeros podrán disfrutar de esta nueva operativa que conecta Madrid con Cali con escala en Bogotá, abriendo las puertas a una experiencia única en una de las ciudades más dinámicas de Latinoamérica. Conocida como 'La Sucursal del Cielo', Cali ofrece una combinación perfecta de cultura, naturaleza y una vibrante vida nocturna, convirtiéndose en un destino ideal para quienes buscan una inmersión auténtica en la esencia colombiana.

La incorporación de Cali amplía las opciones de viaje en Latinoamérica dentro de la programación de Soltour, fortaleciendo una oferta cada vez más diversa. En los últimos meses, el turoperador ha sumado 14 nuevos destinos y más de 1.500 hoteles a su portfolio, brindando a las agencias de viajes y a los viajeros más alternativas para descubrir rincones únicos en todo el mundo.

Un destino lleno de ritmo y encanto

Desde los atardeceres dorados a orillas del río Cali hasta sus animadas noches de salsa, la ciudad es un paraíso para los amantes de la música, la gastronomía y la aventura. Con una oferta turística que abarca desde la visita a la emblemática iglesia de San Antonio hasta recorridos por el barrio de San Cayetano o el icónico Cristo Rey, Cali se posiciona como un destino emergente para el viajero español.

Además, su cercanía a otros atractivos naturales como el Parque Nacional Natural Farallones de Cali o la región cafetera permite a los turistas combinar su estancia en la ciudad con experiencias de ecoturismo y bienestar inigualables. Además, Cali es un paraíso para los amantes de la gastronomía. Platos como la chuleta valluna, el sancocho de gallina o las empanadas vallunas reflejan la esencia culinaria de la región. Para refrescarse, nada como una lulada o un champús, bebidas tradicionales que completan la experiencia de sabor en la 'Sucursal del Cielo'.

Con esta nueva operativa, Soltour refuerza su posición como un referente en el sector turístico, facilitando el acceso a destinos únicos y fomentando la conexión cultural entre España y Latinoamérica.

www.zafirotours.es
resp.expansion@zafirotours.es
646 98 37 66 - 965 26 81 60

ZAFIRO TOURS

DEDICADOS A IMPULSAR AGENCIAS DE VIAJES

- Agencia corporativa
- O adhesión con tu propia marca
- Rappel desde tu primera venta
- Contratación y libertad operativa
- Consolidador aéreo propio
- Financiera de paquetes
- Financiera propia de vuelos
- Web de venta online B2C gratuita
- Soporte en todas las áreas

★★★★★

El partner perfecto para tu agencia de viajes

PROMOCIÓN ESPECIAL FITUR

ZAFIRO TOURS

Especializados en hacer volar agencias de viajes desde hace más de 35 años

SOLICÍTANOS INFORMACIÓN

www.zafirotours.es
resp.expansion@zafirotours.es
965 26 81 60

Air Europa conectará Madrid con Estambul a partir de mayo

La aerolínea volará a la ciudad turca con una frecuencia diaria de manera estable desde principios de julio. La ruta se operará con la flota Boeing 787 Dreamliner que permitirá habilitar una oferta de más de 247.000 plazas este año con una ocupación estimada del 80%

Air Europa continúa ampliando su red global de destinos con la incorporación de una de las ciudades con más encanto del planeta, y puente entre Europa y Oriente Próximo: Estambul. La aerolínea abrirá por primera vez ruta entre el hub estratégico del aeropuerto Madrid-Barajas y la urbe turca el próximo 12 de mayo, con lo que consolida su oferta alrededor del arco Mediterráneo.

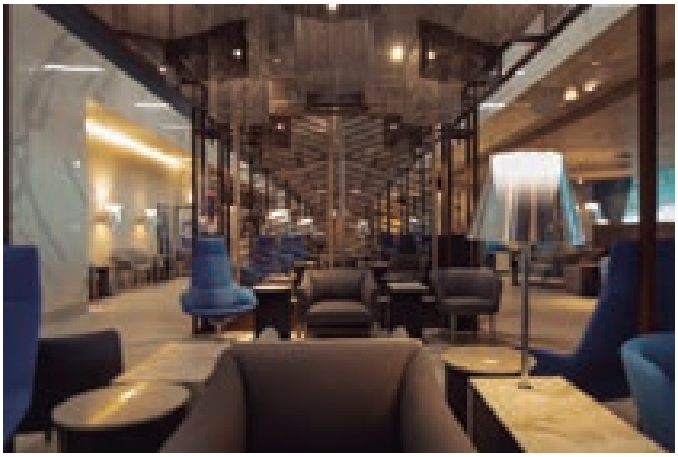
Estambul es un nodo de gran valor, tanto para el turismo, por su riqueza cultural, como para los negocios, dada su ubicación privilegiada y sus posibilidades de conectividad con Asia y África. Air Europa comenzará operando cuatro frecuencias semanales y las aumentará progresivamente hasta alcanzar una diaria desde el 7 de julio. Los vuelos desde Madrid despegarán a las 9:30, mientras que desde Estambul lo harán a las 16:00, lo que garantiza la conexión con las rutas transoceánicas nocturnas desde Madrid hacia los diferentes destinos de Air Europa en América.
La operativa se realizará a bordo del avión más emblemático de la compañía, el Boeing 787 Dreamliner. La alta capacidad de este modelo, el más eficiente y avanzado de su categoría, permite habilitar una oferta de más de 247.000 plazas este año con una ocupación estimada del 80%.

El Dreamliner representa un cambio total en la experiencia del cliente. Además de su rendimiento, que favorece la reducción del consumo y las emisiones hasta en un 25%, está diseñado para proporcionar el máximo confort y descanso al usuario. A ello contribuye el bajo impacto sonoro de sus motores, los techos más elevados en la cabina, la amplia luz natural que permiten sus ventanillas (un 30% más grandes de lo habitual) o su sistema de ventilación que facilita el descanso y reduce la fatiga. Además, cuenta con un completo sistema de entretenimiento a bordo y una clase Business única, con asientos totalmente reclinables y convertibles en camas de dos metros de largo.

Con esta ruta, Air Europa continúa adelante con su plan de expansión internacional, llegando a más destinos y creciendo en su oferta de plazas. Para ello, la compañía seguirá sumando este año nuevos aviones a su flota, incluyendo tres nuevos Boeing 787 Dreamliner y su primer Boeing 737 MAX. De esta forma, ampliará su capacidad al tiempo que sigue apostando por la flota más sostenible y ecológica del mercado.

LATAM Airlines apuesta por nuevos y renovados lounges para mejorar la experiencia en los aeropuertos

Durante este 2025 la aerolínea sumará nuevos espacios en Perú y -a futuro- en Brasil, Miami y Colombia, los cuales irán en línea con el que ya existe en Santiago, con una arquitectura e interiorismo renovados y de alto estándar. Esta nueva generación de salones —más moderna y confortable— destaca por incorporar un sello local único, reflejado en el diseño, la gastronomía y la hospitalidad propias de cada país donde se ubican



El grupo LATAM Airlines se encuentra implementando y renovando sus lounges, ubicados en distintos aeropuertos de Sudamérica. Sólo este año tiene previsto la apertura del Lounge del aeropuerto Jorge Chávez, de Lima, con una inversión de 9,2 millones de euros y el diseño del nuevo espacio en Guarulhos de Sao Paulo, con 16 millones de euros de inversión y con el objetivo de abrirse en 2027. Adicionalmente, a fines de febrero, LATAM Airlines inició la remodelación de su lounge en el aeropuerto Internacional El Dorado y, en los próximos años, prevé abrir una ampliación en el aeropuerto de Miami (Estados Unidos).

"Las nuevas infraestructuras, que refuerzan nuestro compromiso de ofrecer espacios más sofisticados y acogedores, irán en línea con el ya existe en Santiago desde 2022, con sectores representativos de Sudamérica más modernos y confortables, que incluyen la arquitectura, la cultura, la hospitalidad y los elementos del país en el que se ubican", señaló Paulo Miranda, vicepresidente de Clientes de LATAM Airlines Group.

El ejecutivo agregó que los Lounges LATAM Airlines ya son reconocidos globalmente por su diseño innovador, servicio y confort diferenciado. "Este es un paso más para consolidar a LATAM como un referente global en experiencia premium", concluyó.

El lounge de Perú, que comenzará a operar durante los próximos meses, tendrá 2 lounges independientes -Signature y Premium-, que comparten una recepción y que se ubican en un área de 2.450 metros cuadrados. Se espera que esta nueva infraestructura atienda más de 24 mil pasajeros al mes en 2026.

Por otro lado, LATAM Airlines Brasil comenzará a diseñar el nuevo lounge este año, en el terminal 3 del aeropuerto de Guarulhos de Sao Paulo, uno de sus principales hubs (centro de conexión) en la región. Contará con 4.700 metros cuadrados y será el más grande de América Latina, superando al de Chile.

En Colombia, la aerolínea avanza con la remodelación de su lounge, para ofrecer -a partir del mes de mayo- una experiencia más confortable a sus pasajeros. Con una capacidad de 136 asientos y una superficie de 650 metros cuadrados, estas mejoras demandarán una inversión de cerca de 500 mil €

El lounge de Santiago, por su parte, cuenta con tres salones: Signature Lounge, para categorías Black Signature y Black LATAM Pass, y cabina Premium Business de LATAM; el Premium Lounge, para categorías Platinum LATAM Pass o pasajeros que viajan en cabina Premium Economy de LATAM; y el WorldMember Lounge, para clientes WorldMember y WorldMember Limited Santander. Por éste transitan a diario 1.500 personas en promedio y es, hasta ahora, el más grande de Sudamérica.

Importante destacar que actualmente LATAM Airlines cuenta con lounges para pasajeros internacionales en cinco aeropuertos de su red de destinos: en Santiago (Chile), en el aeropuerto Arturo Merino Benítez; Sao Paulo (Brasil), en el aeropuerto de Guarulhos, Terminal 3; Bogotá (Colombia), en el aeropuerto de El Dorado; Buenos Aires (Argentina), en el aeropuerto de Ezeiza; y Miami (Estados Unidos), para vuelos internacionales (Concourse J).

Signature check-in

Adicionalmente, y siguiendo la línea de ofrecer espacios que eleven cada viaje, recientemente LATAM Airlines implementó un sector para el check-in de pasajeros frecuentes: el Signature Check-in. Se trata de un espacio exclusivo para clientes LATAM Pass de las categorías Black Signature y Black (los niveles más altos de fidelización del programa), diseñado para brindar mayor privacidad, agilidad y hospitalidad a los socios élite que viajen hacia destinos internacionales. El Signature check-in -disponible las 24 horas del día y que se suma a otro de similares características que ya opera en el aeropuerto de Guarulhos, São Paulo (Brasil)-, se ubica en el Terminal 2 del aeropuerto de Santiago, frente a la puerta 6, junto al Check-in Premium (Isla H), y cuenta con tablets e impresoras portátiles, que permiten realizar el check-in de forma más rápida y simple. Con la apertura del nuevo terminal del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez de Lima, LATAM Airlines contará también con este exclusivo espacio.

Celestyal firma un acuerdo de colaboración con la oficina de turismo de Abu Dabi

Celestyal ha firmado un acuerdo de colaboración por tres años con el Departamento de Cultura y Turismo de Abu Dabi (DCT Abu Dhabi).

La asociación plurianual, formalizada durante el evento Seatrade Global en Miami, tiene como objetivo promover Abu Dabi como un destino clave entre los pasajeros de Celestyal y reforzar aún más la presencia de la naviera en la región.

Celestyal regresará a la zona con dos barcos en diciembre de este año, realizando tres escalas semanales en Abu Dabi durante toda la temporada de invierno hasta marzo de 2026.

El año pasado, Celestyal lanzó su itinerario de siete días "Desierto Asombroso" a bordo del Celestyal Journey, con capacidad para 1.260 pasajeros, navegando desde/hasta Doha y haciendo escala en Baréin, Dubái, Khasab, la Isla Sir Bani Yas y Abu Dabi. Esta exitosa temporada inaugural fue extendida y se desarrolló de noviembre a marzo de 2025 y continuará al menos para tres temporadas más.

El recientemente renovado Celestyal Discovery, con capacidad para 1.360 pasajeros, se unirá a su barco gemelo en la región, estableciendo Abu Dabi como su puerto base a partir del 12 de diciembre de 2025, y ofreciendo cruceros de tres, cuatro y siete noches bajo el nombre "Arabia Icónica".

Los itinerarios de fin de semana de tres noches operarán desde/hasta Abu Dhabi, visitando Dubái y la Isla Sir Bani Yas, combinando playa y safaris de vida salvaje. Las rutas de cuatro noches durante la semana partirán también de Abu Dabi, con escalas en Doha, Ras Al Khaimah y el puerto costero de Khasab, en Omán.

Los precios comienzan desde 618.-€para dos personas para un crucero de tres noches, y desde 778.-€para dos personas para el crucero de cuatro noches, con todas las comidas, bebidas sin alcohol y Wi-Fi incluidos.

Lee Haslett, director comercial de Celestyal, declaró: "Es un privilegio firmar este acuerdo de tres años con DCT Abu Dhabi, y agradecemos su apoyo para hacer realidad esta colaboración. Abu Dabi es un destino diverso y espectacular, por eso estamos entusiasmados no solo de establecer allí nuestro puerto base, sino también de realizar tres escalas semanales en la ciudad durante toda la temporada de invierno en los próximos tres años."

"Abu Dabi encaja perfectamente con lo que nuestros pasajeros buscan: experiencias inmersivas y culturalmente ricas. Estamos deseando trabajar estrechamente con los agentes de viajes para mostrar todo lo que esta ciudad tiene para ofrecer. El sector de cruceros en el Golfo Arábigo está en camino de batir récords de pasajeros en los próximos años, y tras una primera temporada exitosa en la región, estamos encantados de poder ofrecer lo mejor de esta parte tan especial del mundo a nuestros clientes durante muchos años."

El programa de excursiones en tierra de Celestyal incluye nueve actividades diferentes en Abu Dabi, que llevarán a los pasajeros al corazón del emirato. Entre ellas se ofrecen tours de medio día por los principales atractivos de la ciudad, experiencias gastronómicas y culturales, visitas a parques temáticos, días VIP en la playa, y por supuesto los clásicos safaris por el desierto y otras atracciones turísticas.

Para más información, visite celestyal.com

Casa Salvador Cumple 75 Años. Toda una vida al servicio de la hostelería valenciana

No es fácil que muchas empresas alcancen los75 años de historia, y mucho más si se dedica a la restauración. No son muchas las que alcanzan esta fecha, por ello es un doble motivo de alegría y felicitación cuando alguna de ellas alcanzan tan significativa fecha.

La última que se ha suma a ella es Casa Salvador, toda una referencia en este mucho.

Es posible, no, casi seguro que la Cullera que encontramos hoy en día, apenas tiene nada que ver con aquella del año 1950. L´Estany de Cullera es donde se encontraba este merendero, tan típico en aquellos años que daba servicio a los playeros que visitaban aquellas playas.

Un 10 de abril de 1950 fue la fecha elegida por Salvador Gascón y Concha Ortega para abrir el establecimiento que en aquellos años de estraperlo y limitaciones daba servicio a pescadores, bañistas y vecinos.

Un pescado casi defenestrado en la actualidad, la LLisa era muy común en aquellos años y la especialidad más notable de aquella época.

Poco a poco el establecimiento comienza a crecer, y sucede un punto de inflexión, la incorporación de sus hijos; Salvador, Concha y Juanjo.

Pasan los años y llegamos a las décadas de los 60 y 70 años donde las salsas y las cocciones cortas comienzan a imperar en la cocina, dando la espalda al rico recetario valenciano y Casa Salvador es el auténtico revolucionario de volver a imponer nuestra cocina, dando gran importancia a la variedad de arroces.

Pasan los años y las ampliaciones comienza a dar se cita. Dos barracas aparecen para celebrar eventos, unos años después se alza la gran cúpula que llevó más de un quebradero a propio Salvador.

Otro de los grandes proyectos que se acomete es la gran terraza que con vistas a L´Estany es una de las estancias más buscadas y demandadas por los clientes.

Todo el mundo que le conocía reconoce en los hermanos Salvador; Salvador y Concha como los verdaderos revolucionarios de nuestra gastronomía, y no les falta razón.

Salvador fue la imagen de nuestra gastronomía y el verdadero impulsor de ella. Y prueba de ellos son los innumerables reconocimientos que acapara; Medalla de Oro al Mérito Turístico, Reconocimiento a la Trayectoria Profesional por la Federación Española de

Hostelería e innumerables galardones que lucen en la paredes del restaurante.

Dejó su impronta y arroces en medio mundo; New York, Buenos Aires, París, Londres, y por supuesto en España.

En el 2005 escribió el libro de arroces que mayor acogida ha tenido; “Los Mejores Arroces de la Comunitat Valenciana. Tres generaciones cocinando arroces”. Un libro que acoge la totalidad de los arroces que se ofrecen en el restaurante.

Su excelente carácter le granjeó grandes amistades entre grandes cocineros españoles; Ferrán Adriá, Juan Mar Arzak o Quique Dacosta entre otros, al igual que entre los paisanos valencianos.

Em el 2007 Cullera acogió el I Congreso Mundial del Arroz que contó con la presencia de Adriá y otros reconocidos cocineros.

En el 2016 decidió crea la “Paella de Cullera”, elaborando un plato de arroz, que tuvo su continuidad en “Concurso Nacional de Paella de Cullera”, cediendo la receta al Ayuntamiento de manera desinteresada para que se siguiera celebrando.

En el 2018 nos dejó pero su espíritu sigue presente hoy abanderado por hijos y sobrinos.

Concha Gascón fue el alter ego de Salvador, además de hermana fue su prolongación en la cocina y representó la revolución gastronómica del arroz con una oferta y variedad impensable unos años atrás.

El pasado jueves 10 de abril se celebró el 75º Aniversario coincidiendo con la fecha de la inauguración en 1950, un acto que reunió a muchos amigos y profesionales de la restauración.

Y allí nos reunimos para felicitar a la familia encabezada por Anabel Gascón (la hija de Salvador), su marido David Zorrilla (cocinero del restaurante), su hermano Salvador y sus primos, José y su hermana Concha.

Junto a la familia también encontramos al Alcalde de Cullera; Jordi Mayor, y a muchos amigos del mundo de la hostelería.

Entre ellos los hermanos Andrés Salvador, Manuel y Jorge. Boro Esteve y su mujer Teresa, Rafa Vidal, Juan Gorrea, aquellos que en su día fundaron Menjar i Viure. También Paco Rocher del restaurante Roche o Adolfo Cuquerella de La Granja y gran amigo de Salvador.

Tampoco faltaron proveedores, Javier Monedero de Dicoval, María Vilana de Casvi o Juan Delgado de Le Blosen.

Encontramos a Andrés Soler con sus ostras, gran variedad, y a Iván Talens con sus cócteles. Además de una gran cantidad de vinos y cavas.

En el apartado de cocina, los arroces de David llenaron las mesas de la terraza.

Tuve el gran honor (así me lo pidió Anabel) gracias a la amistad que me unía con el propio Salvador de dedicar unas palabras y de recordar algunas anécdotas vividas con él.

Fue un gran día en el reconocimos la gran aportación, tanto humana como gastronómica que ha hecho la Familia Gascón a la Comunitat Valenciana.

El Aeropuerto de Valencia se anota su tercer mes récord del año con 966.311 pasajeros registrados en marzo

El Aeropuerto de Valencia se anotó su tercer mes récord del año con 966.311 pasajeros en marzo, lo que supone un aumento del 17,2% respecto al mismo mes del año 2024. Cabe recordar que en marzo de 2024 tuvo lugar la Semana Santa, a diferencia de este año que es en abril.

El tráfico internacional sigue su evolución ascendente y se incrementa en un 20,1% con un total de 707.349 viajeros. También en el mercado doméstico las cifras son positivas y con 255.297 viajeros registrados el aeropuerto valenciano experimenta un crecimiento del 8,9%. Todo ello en relación a vuelos comerciales y respecto al mismo periodo del año anterior.
Entrando a detallar las principales procedencias y destinos de los pasajeros internacionales registrados en marzo, los más numerosos fueron los de origen/destino Italia, que sumaron 173.476 viajeros; seguidos de Alemania con 83.556; Francia, con 74.689; Países Bajos, con 68.247; y Reino Unido, con 67.444.
Además, el Aeropuerto de Valencia operó un total de 7.710 vuelos durante el mes de marzo, lo que supone un incremento del 20,4% respecto a los movimientos de aterrizaje y despegue del mismo periodo del año anterior.

Datos de los tres primeros meses del año

El Aeropuerto de Valencia registró un total de 2.432.842 pasajeros durante el primer trimestre del año, lo que implica un incremento del 14,3% respecto al mismo periodo del año anterior. En cuanto a los vuelos, se operaron 20.092 movimientos en estos mismos meses, un 13,9% más.

Binter presenta ante agentes de viajes valencianos su nueva ruta con Canarias y su Modo Canario de volar

La compañía aérea celebró un evento en Valencia al que acudieron más de un centenar de profesionales

La compañía aérea Binter celebró en Valencia en la tarde de ayer, 10 de abril, un evento de presentación dirigido a agentes de viajes valencianos con el objetivo de mostrar su nueva ruta con Canarias y el modo diferencial de volar de la aerolínea, denominado Modo Canario.

Con este evento, celebrado en formato cóctel y networking, la aerolínea presentó su nueva conexión directa entre la capital del Turia y Canarias a más de 90 agentes de viaje de las agencias más relevantes de Valencia. Además, representantes de distintos departamentos de Binter compartieron los principales valores y servicios de la compañía, con especial enfoque en las áreas de Corporate y MICE. Durante la celebración, el Área Manager de España y Portugal de Binter, Daniel Rosales, actuó como maestro de ceremonias y dio paso al resto de sus compañeros. El Director de Programación, Gestión de Ingresos y Alianzas, Jonay Lobo, compartió con los participantes los valores distintivos de la aerolínea, como la conexión gratuita al resto de aeropuertos canarios incluida en los vuelos operados entre Valencia con los aeropuertos de Gran Canaria (LPA) y Tenerife Norte (TFN), un diferencial que solo Binter ofrece a los pasajeros.

A continuación, la responsable de Inflight Service, Patricia Hernández, transmitió el Modo Canario de volar, el cual brinda al pasajero un servicio a bordo de excelencia y una atención al cliente personalizada, priorizando que el cliente tenga una experiencia de vuelo única. Además, hizo una breve presentación de los menús gourmet que se sirven en todos sus vuelos nacionales que acercan la gastronomía canaria a los pasajeros. Por su parte, el equipo comercial Corporate y MICE, conformado por Paloma Torres y José Luis Castillo, compartieron con los asistentes la gran apuesta de valor de Binter para segmentos corporativos y de MICE. Destacaron, por ejemplo, la tarifa Flexiplus, pensada especialmente para ofrecer al cliente de negocios flexibilidad y servicios diferenciales, así como el excelente trato del departamento de Grupos y MICE que garantiza una atención personalizada y condiciones para grupos flexibles, ventajosas y personalizadas.

Seguidamente, se presentaron los segmentos vacacional y étnico de la mano de Macarena Suárez y Katy López, quienes mostraron a los participantes la amplia oferta personalizada de tarifas específicas para cada segmento, así como el soporte de ventas de Binter, que destaca por ser profesional y cercano.

Tras la presentación, el Head of Business Development de la compañía, Uwe Kohn, finalizó el acto con varias acciones promocionales y de activación de marca.

La Fundación Visit Valencia impulsa la conectividad aérea de la ciudad en la feria Routes Europe en Sevilla

La Fundació Visit Valencia ha participado activamente en la feria Routes Europe 2025, celebrada la pasada semana en Sevilla, con el objetivo de seguir impulsando la conectividad aérea de la ciudad y reforzar su posicionamiento como destino turístico de referencia en Europa.

Durante el evento, la Fundación Visit Valencia ha mantenido una intensa agenda de reuniones estratégicas con aerolíneas internacionales y gestores aeroportuarios, con el fin de explorar nuevas rutas y afianzar las existentes, especialmente aquellas que conectan València con mercados prioritarios como Alemania, Escandinavia, Reino Unido, Francia o Italia.

Routes Europe es uno de los foros más importantes del continente en materia de desarrollo de rutas aéreas, donde destinos, aeropuertos y aerolíneas analizan las oportunidades de crecimiento en conectividad.

La participación de la Fundación Visit Valencia -a través de su programa FLY VALÈNCIA- permite posicionar la ciudad en el mapa de los grandes operadores aéreos y defender la viabilidad de nuevas conexiones que respondan a la demanda creciente del turismo internacional.

Esta temporada el Aeropuerto de València cuenta con conexiones a más de 100 destinos y estrenará rutas como las de Air Transat a Montreal, SAS a Copenhague, Norweguian a Oslo, PLAY a Reykjavik o Ryanair a Poznar y Pescara (entre otras).

La Fundación ha mantenido reuniones para impulsar una deseada conexión con Estados Unidos y otras que aún se echan en falta como Helsinki, Catania o Hannover en Europa y Granada o Jérez en España; también se han mantenido reuniones con aerolíneas que aun no operan Valencia como Finnair, Bulgaria Air o Air Lingus (entre las más de 20 aerolíneas contactadas).

Asimismo, el representante de la Fundación, Miguel Ángel Pérez, participó en la jornada "Tourism Seasonality Summit" poniendo en valor la condición de Valencia como Capital Verde Europea y su apuesta por un desarrollo sostenible y desestacionalizado.
Esta acción se enmarca dentro del plan de promoción internacional de la fundación, que trabaja en coordinación con Turisme Comunitat Valenciana (que tenía un stand en la citada Feria), AENA, el Aeropuerto de València, Turespaña y otros actores clave del sector para fortalecer la posición de València como un destino bien conectado, accesible y atractivo durante todo el año.

CroisiEurope Cruises 2027: un nuevo capítulo se escribe en El Amazonas

A partir de 2027, CroisiEurope zarpa con un proyecto excepcional: un nuevo barco diseñado para ofrecer una experiencia única de ecoturismo en el Amazonas, donde el lujo y el compromiso se combinan para revelar el alma profunda de esta tierra legendaria

Más que un crucero, es una búsqueda de nuevos horizontes, un viaje iniciático, un encuentro con la naturaleza y con los pueblos que son sus guardianes. Cada pasajero se convertirá en actor y espectador de un viaje extraordinario, donde el Amazonas se revelará a lo largo del agua, entre brumas místicas y atardeceres encendidos.

Un refugio flotante en armonía con el Amazonas

Diseñado para eliminar lo superfluo y realzar lo esencial, este barco de categoría cinco anclas encarna la elegancia y la autenticidad. Con su arquitectura refinada y materiales nobles, se funde con el alma del río.

49 metros de largo, 15 metros de ancho, 4 cubiertas para una inmersión total

16 suites con balcones privados, incluidas 2 suites presidenciales, suspendidas entre el cielo y el agua
Un restaurante gastronómico, inspirado en los sabores amazónicos
Un spa y una terraza solárium, donde el tiempo se estira al ritmo de la selva
Una sala de conferencias, espacio de intercambio y transmisión de conocimientos
Una enfermería y un gimnasio, para un bienestar absoluto
Un refugio refinado donde la madera, los colores vibrantes y la artesanía local cuentan la historia de esta selva-mundo. Una invitación a dejarse llevar, a sentir y a vibrar con el río.

Un viaje comprometido, un turismo con sentido

El Amazonas es un santuario. Nuestro compromiso es preservarlo.

Un barco ecológico, con las últimas innovaciones:
1. Motores que cumplen con los estándares ecológicos más exigentes
2. Un sistema avanzado de tratamiento de aguas residuales
3. Paneles solares que permiten al barco apagar los generadores por la noche y operar con baterías
4. Prácticas sostenibles a bordo y un turismo respetuoso con las comunidades locales

Un proyecto humano y solidario:
1. Encuentros con los pueblos amazónicos, intercambio de conocimientos e historias
2. Apoyo a iniciativas locales y protección de la biodiversidad
3. Concienciación y transmisión de conocimientos, para hacer de cada pasajero un embajador del Amazonas

Navega a través de leyendas, deja que el río te guíe

A partir de 2027, nuestros itinerarios de 12 días revelarán los tesoros del Amazonas brasileño, navegando por el Amazonas, el Río Negro, el Solimões, el Arapiuns y el Tapajós, hasta la frontera con Colombia. Cada mañana, un amanecer bañado en oro. Cada noche, el susurro hipnótico de la selva. Entre ambos, una aventura que transformará tanto al viajero como al viaje.Reservas disponibles próximamente

Primeros cruceros a partir de principios de 2027

Únete a nosotros para escribir esta historia

Soltour lanza escapadas con circuitos de estancias cortas a Egipto

Soltour amplía su programación con cuatro nuevos circuitos cortos de 3, 4 y 5 noches a Egipto, con salidas desde Madrid y Barcelona durante todo el año

Soltour, turoperador líder en España y Portugal, amplía su oferta en Egipto con nuevas estancias cortas que permiten a las agencias de viajes ofrecer una experiencia completa en un tiempo reducido. Estas opciones de tres, cuatro y cinco noches están pensadas para quienes desean descubrir los principales atractivos del destino de forma eficiente, así como para quienes ya han visitado El Cairo, sin renunciar a la calidad y la comodidad.

Con la creciente demanda de escapadas de estancias cortas, Soltour presenta cuatro circuitos adaptados a diferentes perfiles y presupuestos. Los programas permiten descubrir lo mejor de Egipto en itinerarios dinámicos y enriquecedores, que incluyen visitas a El Cairo y la exploración de templos emblemáticos. De esta manera, los viajeros pueden disfrutar de la historia y la cultura del país en un formato más accesible y optimizado.

Entre las alternativas destacan la Escapada El Cairo 3 noches desde 737€ que permite una inmersión en la historia faraónica con visitas a las Pirámides de Giza, la Esfinge y los yacimientos de Memphis y Saqqara. La Escapada El Cairo 4 noches desde 852€amplía la experiencia con un recorrido más completo, que incluye el Gran Museo Egipcio y la opción de una excursión a Alejandría, con su ciudadela de Qaitibay y la columna de Pompeyo.

Para quienes buscan mayor flexibilidad, la Escapada libre El Cairo 4 noches desde 881€ ofrece la posibilidad de explorar la ciudad a su propio ritmo, añadiendo excursiones opcionales según el interés del viajero. Finalmente, la Escapada El Cairo 5 noches desde 1.030€es la elección más completa, ya que, además de recorrer los puntos icónicos de la ciudad, permite visitar enclaves históricos adicionales como Menfis y Saqqara, cuna de la primera pirámide de Egipto. Esta opción brinda una inmersión más profunda en la historia y la cultura de El Cairo y sus alrededores. Estas nuevas estancias cortas responden a las nuevas tendencias del mercado, que demandan viajes adaptados a agendas más ajustadas. Los nuevos circuitos incluyen vuelos, traslados, alojamiento en hoteles seleccionados, visitas guiadas en español y entradas a los principales monumentos, garantizando una experiencia sin complicaciones para los viajeros.

Ricardo Cobo, director regional de Soltour, comenta: “Egipto continúa siendo un destino estratégico dentro de nuestra programación, también para las agencias de viajes que buscan propuestas diferenciadoras. Con estas estancias cortas, facilitamos una opción flexible y atractiva que permite a las agencias responder a la demanda de clientes que desean descubrir grandes destinos en menos tiempo. En Soltour seguimos adaptando nuestra oferta a las nuevas dinámicas del mercado, apostando por productos accesibles, de calidad y fáciles de comercializar”.

GNV anuncia su entrada en el mercado de Argelia

Durante la próxima temporada de verano se sumarán a la programación estacional de la compañía de navegación las rutas de Sète a Argel y Bugía

GNV, compañía de ferris del Grupo MSC, anuncia su entrada al mercado argelino. Esta apuesta estratégica amplía la oferta de servicios de la compañía de navegación en el Magreb, gracias a la inauguración de nuevas rutas internacionales que pretenden consolidar su posicionamiento en Mediterráneo.

Matteo Catani, CEO de GNV, destacó: «Hemos decidido entrar en un mercado con gran potencial de crecimiento, en particular en el ámbito del transporte de pasajeros. Estamos convencidos de que disponemos de una flota diseñada para atender las diferentes necesidades del sector y del conocimiento necesario para contribuir al ulterior crecimiento del mercado en términos de servicios y de mayor calidad de la oferta. La amplia comunidad argelina residente en Europa, sobre todo en Francia, hace que estas rutas sean un complemento natural de nuestra oferta, en línea con nuestra apuesta estratégica por una entrada sostenible y respetuosa en el mercado local, con el objetivo de integrarnos en los servicios ya existentes para responder a las necesidades de movilidad de la región de forma eficaz».

Más en detalle, a partir del 3 de junio y hasta el 30 de septiembre, GNV añadirá a su programación de líneas de 2025 dos conexiones estacionales con Argelia: Sète – Argel y Sète – Bugía, con frecuencia semanal.

El buque que operará en ambas rutas será el Fantastic y ofrecerá servicios a bordo pensados para responder a las necesidades específicas del mercado del norte de África. En particular, este ferri dispondrá de servicios de restauración con comida halal, espacios dedicados al culto del islam y zonas específicamente equipadas y reservadas para la diversión de los más pequeños.

Coincidiendo con el anuncio de las nuevas rutas, GNV ha decidido lanzar también una promoción con descuentos de hasta el 40% a quienes reserven sus pasajes antes del 14 de abril de 2025. De esta forma, la compañía seguirá premiando las reservas por adelantado (Advance Booking) con tarifas muy ventajosas, pensadas sobre todo para las familias y para promocionar las nuevas conexiones.

Más concretamente, con el objetivo de facilitar aún más los viajes en familia, los clientes podrán disfrutar de una opción de preventa que permitirá bloquear las tarifas, pagando solo el 10% del importe total en el momento de la reserva y saldando la diferencia un mes antes de la salida.

Asimismo, los viajeros podrán apuntarse a myGNV, el programa de fidelidad de GNV, que ofrece ventajas exclusivas, como la acumulación de puntos por los billetes adquiridos, ofertas de reembolso del 20% sobre los siguientes viajes y descuentos a bordo. A través de este programa es posible acumular puntos por cada 10 euros gastados, de manera que, al alcanzar por ejemplo el umbral de 100 puntos se obtiene un bono de descuento por valor de 200 euros.

SIXT España se expande en Valencia con una nueva oficina cerca de la Ciudad de las Artes

SIXT refuerza su presencia en Valencia con una nueva sucursal en la zona de la Ciudad de las Artes y las Ciencias, ampliando su red de movilidad premium en la ciudad

SIXT España, la filial del proveedor internacional de movilidad premium SIXT, sigue expandiéndose en España con la apertura de una nueva sucursal en Valencia. Ubicada en la calle Pintor Maella, número 32, junto a la Ciudad de las Artes y las Ciencias y el Hotel INNSiDE by Meliá Valencia Oceanic, esta incorporación fortalece la presencia de la compañía en la capital del Turia. Además, se suma a las tres oficinas existentes en el Aeropuerto de Valencia Manises, en la estación Joaquín Sorolla y en Paterna, esta última especializada en el alquiler de furgonetas y camiones.

La operativa en esta ubicación comenzó el pasado 1 de febrero con un punto de atención dentro del Hotel INNSiDE by Meliá Valencia Oceanic, y desde el 7 de abril, los clientes pueden disfrutar de un servicio más cómodo y ágil en una oficina física completamente equipada. Este nuevo espacio ha sido diseñado para garantizar una experiencia de alquiler eficiente, con atención personalizada y el sello de calidad que caracteriza a SIXT.

Los usuarios podrán elegir entre una extensa flota de vehículos premium pensados para cada tipo de viaje. Desde modelos urbanos como el Peugeot 208, pasando por los MINI Cooper y MINI Countryman, hasta SUVs como el BMW X3, SIXT pone a disposición de turistas, viajeros de negocios y residentes opciones de movilidad flexibles, con la máxima comodidad y tecnología.
Corinna Moessner, covicepresidenta de SIXT España, destaca: „Valencia es una ciudad clave para SIXT, tanto por su atractivo turístico como por su dinamismo económico. Con esta apertura, queremos ampliar nuestra presencia en la capital del Levante ofreciendo a nuestros clientes una experiencia de movilidad premium, con una flota moderna y un servicio excepcional. Nuestro objetivo es seguir creciendo en España y consolidarnos como la opción preferida para quienes buscan calidad, flexibilidad y una oferta de vehículos de alta gama.“

Con esta ampliación, SIXT refuerza su compromiso con la Comunidad Valenciana, ofreciendo soluciones de movilidad de primer nivel en una de las zonas más estratégicas de la ciudad.

Para más información sobre la nueva oficina SIXT Valencia Ciudad de las Artes y realizar reservas, los clientes pueden visitar www.sixt.es o acudir directamente a la sucursal en Calle Pintor Maella, 32 de lunes a domingo y festivos de 8 a 21h.

CroisiEurope celebra 20 años en España

CroisiEurope, la mayor compañía de cruceros fluviales de Europa, celebra este año su 20º aniversario desde la apertura de su primera oficina en España. Desde su llegada a Madrid en 2005, la empresa ha consolidado su posición en el mercado español y ha expandido sus operaciones a Latinoamérica, Brasil y Portugal.

A lo largo de estas dos décadas, CroisiEurope ha trabajado con empeño para acercar la experiencia de los cruceros fluviales a los viajeros de habla hispana. Uno de los hitos a destacar durante su trayectoria ha sido el lanzamiento de los primeros cruceros exclusivos en español, una iniciativa en respuesta a la creciente demanda del mercado hispanohablante. Esta propuesta ha permitido a los pasajeros disfrutar de una experiencia 100% en español, con tripulaciones y programas de entretenimiento y excursiones adaptados a sus gustos y en su idioma, garantizando un servicio de excelencia.

Además, CroisiEurope ofrece para muchos de sus cruceros la opción del paquete aeroterrestre para viajeros españoles, que incluyen vuelos y traslados desde Madrid y Barcelona. Esta estrategia ha facilitado el acceso a sus rutas más emblemáticas, permitiendo que más turistas disfruten de experiencias inolvidables navegando por el Rin, el Danubio, el Sena o el Duero, entre otros ríos europeos.

La expansión a mercados como Latinoamérica, Brasil y Portugal ha sido otro pilar fundamental en la estrategia de CroisiEurope en estos 20 años. La compañía ha conseguido acercar su oferta de cruceros a un público hispanohablante más amplio, permitiendo que viajeros de distintas partes del mundo descubran la belleza y el encanto de sus itinerarios por Europa y destinos exóticos como Sudáfrica o el Mekong, así como itinerarios de sus barcos marítimos por el Adriático, el Mediterráneo o las Islas Canarias, entre otros.

"Celebrar 20 años en España es un logro que nos llena de orgullo y nos motiva a seguir ofreciendo experiencias únicas en cruceros fluviales y marítimos", comenta Tomás Fernández, Director Comercial en España y Latinoamérica de CroisiEurope. "Nuestra apuesta por el mercado hispanohablante ha sido firme desde el inicio, y seguiremos innovando y ofreciendo cruceros a gusto de nuestros clientes para continuar creciendo."

En sus primeros años, la compañía contaba con aproximadamente 27 barcos en su flota, mientras que hoy en día ha alcanzado los 51, reflejando un crecimiento sólido y una apuesta firme por la innovación y la calidad en la industria. En este vigésimo aniversario, CroisiEurope reafirma su compromiso también con la sostenibilidad, con una flota cada vez más moderna y eficiente, y con itinerarios diseñados para ofrecer a los viajeros una experiencia inolvidable a bordo de sus barcos, una gastronomía exquisita y un servicio con atención al detalle.

València presenta su Plan Estratégico de Turismo 2025-2028 para liderar el turismo urbano sostenible

El objetivo es encontrar el equilibrio entre el crecimiento sostenido y el estilo de vida de los residentes mediante el abordaje de 22 retos estratégicos y 50 medidas

El Ayuntamiento de València, a través de la Fundación Visit València y el Servicio de Turismo, ha presentado ante los principales agentes del sector su nuevo Plan Estratégico de Turismo 2025-2028, una estrategia diseñada para consolidar la ciudad como destino urbano líder del Mediterráneo con un impulso de un modelo turístico sostenible y respetuoso con la calidad de vida de sus residentes.

La presentación ha tenido lugar en el Palau de Congresos y ha contado con la intervención de la concejala de Turismo, Innovación e Inversiones, Paula Llobet; el secretario autonómico de Turismo, José Manuel Camarero; el director de la Fundación Visit València, Tono Franco; y una mesa de debate compuesta por el presidente de Cámara de Comercio de València, José Vicente Morata; el presidente de la Federación Empresarial de Hostelería de València, Manuel Espinar; la directora de The Westin Valencia, Rocío Cibrán; y el catedrático de Comercialización e Investigación de Mercados de la Universitat de València, Enrique Bigne. Todos han coincidido en la necesidad y oportunidad de lanzar el plan en este momento.

"Nuestro objetivo principal es consolidar València como destino urbano líder del Mediterráneo gestionando su crecimiento turístico de forma sostenible y respetuosa con el estilo de vida de nuestros residentes. Apostamos por un modelo basado en la hospitalidad, en el que quienes nos visitan compartan el espacio y nuestras costumbres desde el respeto. Queremos equilibrar el crecimiento turístico con el estilo de vida mediterráneo y tener capacidad de decidir quién nos visita, en qué cantidad, en qué momentos y con qué propósito", ha explicado la concejala de Turismo en la apertura del acto.

Además, ha señalado que este nuevo plan contiene 22 retos estratégicos, cinco ejes de acción y 50 medidas concretas, que han sido diseñadas mediante un proceso participativo en el que se han desarrollado 38 entrevistas personales, tres sesiones de contraste y siete mesas de trabajo.

"Este es un plan participativo, cuenta con la implicación activa de actores institucionales, económicos y sociales; práctico, porque se traduce en acciones medibles y ejecutables; realista, ya que se adapta al contexto actual de nuestra ciudad; y abierto, porque está preparado para ajustarse con agilidad a un entorno en constante cambio", ha destacado Llobet.

Ejes de actuación

El director de la Fundación Visit València, Tono Franco, ha sido el encargado de explicar las principales líneas en las que se va a actuar, que son las siguientes:

Sostenibilidad: con acciones en accesibilidad, convivencia urbana, conectividad, excelencia turística y preservación del legado cultural y medioambiental.

Gobernanza: fortaleciendo el liderazgo turístico de València a nivel nacional e internacional y promoviendo una gestión transversal y coordinada.

Propuesta de valor: potenciando productos clave como el turismo familiar, gastronómico, cultural, musical, deportivo o idiomático, entre otros.

Innovación: mediante la digitalización, el análisis de datos, la gestión inteligente de flujos turísticos y un nuevo relato de ciudad.

Integración: promoviendo una experiencia turística inclusiva y enriquecedora que beneficie tanto a visitantes como a residentes y al entorno local.

Evaluación y planificación dinámica

Además, el plan incluye una planificación anual basada en metodologías, herramientas y mecanismos de evaluación, como una mesa de trabajo conjunta, un cuadro de mando y sistemas de indicadores estratégicos y operativos.

"Estamos impulsando un modelo de crecimiento turístico que anticipa y actúa sobre los posibles impactos negativos, sitúa al ciudadano en el centro de la política turística y lo hace beneficiario de sus bondades, toma decisiones informadas haciendo de los datos y el conocimiento la base de nuestros programas y capta un visitante comprometido con los valores de nuestra ciudad y, todo ello, a través de la innovación y la gobernanza colaborativa", ha concluido Llobet.

Alma Cruceros zarpa en Semana Santa: Un viaje inaugural con esencia mediterránea

La primera naviera boutique de España inicia su travesía con una ruta única de Canarias a la Costa del Sol, celebrando la tradición y la conexión entre culturas.

Málaga, marzo de 2025 – Alma Cruceros da sus primeros pasos en el mar con su viaje inaugural el 18 de abril de 2025, una travesía boutique que llevará a sus huéspedes desde Las Palmas de Gran Canaria hasta Málaga, en plena Semana Santa. Un recorrido diseñado para conectar con la esencia del Mediterráneo y el Atlántico, combinando historia, cultura y paisajes inolvidables.

A bordo del Ocean Victory, un barco con capacidad para sólo 186 huéspedes, los viajeros podrán disfrutar de una experiencia cercana y auténtica, con escalas en Puerto del Rosario, Agadir, Rabat, Tánger, Ceuta y Málaga. Cada destino ofrece una mirada a la riqueza de las tradiciones locales, desde los palacios imperiales de Rabat hasta la fusión cultural de Ceuta y el encanto costero de Málaga.

Semana Santa en alta mar: una forma diferente de vivir la tradición

Este crucero inaugural brinda una oportunidad especial para descubrir la Semana Santa desde otra perspectiva. Durante la travesía, los huéspedes podrán disfrutar de gastronomía de inspiración mediterránea, actividades culturales y momentos de calma en alta mar. En cada escala, habrá experiencias únicas que permiten conocer en profundidad las ciudades y su historia.

Desde los vibrantes mercados de Tánger, hasta la fortaleza costera de Agadir y las vistas panorámicas de la Costa del Sol, este viaje está diseñado para quienes buscan explorar, disfrutar del mar y conectar con el entorno.

Un nuevo concepto de crucero boutique

Con su primer viaje, Alma Cruceros se posiciona como la primera naviera boutique de España, ofreciendo una experiencia pensada para el público hispanohablante. A bordo, los huéspedes encontrarán un ambiente acogedor y cercano, con un servicio atento y personalizado, gastronomía con sello de chefs reconocidos y espacios diseñados para el descanso y el disfrute del viaje.

"Este viaje inaugural representa el inicio de una nueva manera de navegar, donde el huésped se sentirá como en su propio yate privado, explorando el Mediterráneo con toda la comodidad y calidez que merece", destaca Elisardo Sánchez, presidente de Alma Cruceros.

Este crucero de Semana Santa es más que un itinerario; es el comienzo de una travesía con alma, donde cada escala es una oportunidad para descubrir y vivir momentos memorables.

Reserva tu experiencia con Alma

Las plazas para el crucero inaugural del 18 de abril de 2025 ya están disponibles con todo incluido. Para más información y reservas, visita www.almacruceros.com.

La Diputació de València impulsará el astroturismo en El Alto Turia, la Serranía y Utiel-Requena

El diputado de Turismo, Pedro Cuesta, explica que se trata de "complementar las iniciativas turísticas del programa Fem Poble con el desarrollo de este producto turístico sostenible, para evitar el éxodo poblacional en los municipios de interior incluidos en espacios Starlight"

La Diputació de València, a través de la colaboración de las áreas de Turismo y Desarrollo Rural, que encabezan los diputados Pedro Cuesta y Avelino Mascarell respectivamente, ha participado en la primera sesión técnica con responsables políticos, empresarios y técnicos de turismo de ayuntamientos y mancomunidades del Alto Turia, la Serranía y Utiel-Requena, celebrada en Aras de los Olmos, para impulsar el astroturismo en estas comarcas como vía para frenar la despoblación mediante la atracción de visitantes y la generación de empleo.

La iniciativa, propuesta inicialmente por la asociación AstroAras y que cuenta también con las aportaciones del Centro de Innovación Territorial RuralTEC, ha posibilitado la creación de grupos de trabajo para sumar sinergias en el desarrollo de experiencias turísticas de observación estelar en estas comarcas y, al mismo tiempo, mejorar la respuesta a la llegada de visitantes a estas zonas con motivo de eventos astronómicos.

El diputado de Turismo de la Diputación, Pedro Cuesta, ha explicado que el objetivo de la corporación provincial es "complementar las iniciativas turísticas del programa Fem Poble -impulsado por las áreas de Turismo y Desarrollo Rural de la Diputación- con el desarrollo de este producto turístico cultural y sostenible, para evitar el éxodo poblacional en los municipios de interior incluidos en espacios Starlight, mediante la llegada de visitantes, la generación de empleo y, con ello, la revitalización de la economía local".

"Es una forma de transformar los recursos naturales, como son estos cielos tan limpios y espectaculares, en oportunidades turísticas sostenibles de calidad", ha agregado.

Fem Poble

Los servicios de Turismo y Desarrollo Rural de la Diputació de València impulsan conjuntamente desde 2022 el programa Fem Poble, con el que buscan aportar valor a los recursos de los municipios en riesgo de despoblación de la provincia para fomentar la creación de productos turísticos que activen su economía local y, en consecuencia, su proyección territorial.

Para ello se busca activar la colaboración público-privada en la dinamización turística de estas poblaciones, respetando siempre los principios de sostenibilidad y la capacidad de carga turística de cada una de ellas.

El trabajo del programa provincial ha dado lugar a la edición del Catálogo de Experiencias Turísticas 'Fem Poble', que reúne cerca de un centenar de experiencias turísticas de municipios en riesgo de despoblación en la provincia para venta directa de éstas al público, mediante la comercialización de estos productos turísticos locales en todos los circuitos, certámenes y eventos del sector turístico.

GARANTÍA 100

Vuela sin preocupaciones.
Consigue el 100% de la compensación

Tu equipaje siempre localizado o recibe una compensación de 1.000 €.

Disponible en tu agencia de viajes

RECLAMA TRAVEL

960 660 283 comercial@reclamatravel.com

Verte aquí.
Verte, así.
VERTE
EN VALENCIA
NOS ALEGRA
EL CORAZÓN
AJUNTAMENT DE VALÈNCIA
Fundació Visit VALENCIA
Diputació de València
VALÈNCIA TURISME
GENERALITAT VALENCIANA
COMUNITAT VALENCIANA
ACTITUD MEDITERRÀNEA
CAPITAL VERDE EUROPEA