



Noticias Diciembre

Prensa diaria y suplementos

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,
9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid
www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles



Martí Sarrate: “Es hora de abrir el Imserso a otros turoperadores especializados”

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes (Acave), Martí Sarrate, reclama una revisión de los pliegos del concurso del Imserso para que haya “más transparencia” y puedan “abrirse a otros turoperadores especializados en viajes para mayores”.

“Ahora mismo solo pueden ganar dos empresas (Mundosenior y Mundiplan), y no puede hacerlo nadie más, cuando hay otros turoperadores con productos senior y que podrían ser homologados”, explica Sarrate.

En este sentido, el director General del Imserso, Manuel Martínez Domene, sugirió la posibilidad de que los hoteleros presenten su propia UTE, en alianza con las agencias de viajes, en la próxima convocatoria del Programa de Turismo de Vacaciones.

Además, Sarrate denuncia que es “una vergüenza” que las agencias de viajes no estén sentadas en la



La compra de Air Europa por IAG potenciará el hub de Madrid, según Sarrate.

mesa de negociación de un nuevo modelo para Programa Social, y recordó que “sin las agencias de viajes no existiría el Imserso”.

Por otro lado, Sarrate califica de “insuficientes” las comisiones que reciben las agencias por la venta de los viajes –7,5 euros si se realiza online y 12 euros si es presencial– ya que las minoristas tienen muchos costes y una gran responsabilidad.

imágenes de los disturbios tras la sentencia del ‘procés’.

UNA FUSIÓN POSITIVA

Por otro lado, para Sarrate, tanto la fusión entre Globalia y Barceló como la compra de Air Europa por parte de IAG suponen un “fortalecimiento para el sector”.

“Cuando empresas de esta envergadura se ponen de acuerdo, es positivo. Demuestra la fortaleza del sector, además se va a crear uno de los mayores grupos turísticos de Europa”, remarca Sarrate.

Con respecto a la compra de Air Europa por parte de IAG, Sarrate asegura que la operación “potenciará el hub de Madrid” y destinos importantes como América Latina, si bien ha solicitado, al igual que lo ha hecho el presidente de Iberia, Luis Gallego, que el AVE tendría que llegar al aeropuerto de Madrid y también al de Barcelona.

CAÍDA EN CATALUÑA

Acave reconoce que las ventas de viajes del Imserso a Cataluña han caído entre un 30% y un 40% respecto al año pasado.

Martí Sarrate, explica que esta reducción en las ventas se debe, principalmente, a la tardanza en la realización y la publicación de los pliegos, además de a las condiciones meteorológicas desfavorables en esta temporada del año y a las



¿Qué rumbo seguirán los grandes grupos verticales?

Dos operaciones en las que se ha visto envuelta Globalia: la venta de Air Europa a IAG y la fusión de sus áreas emisoras con las del Grupo Barceló, modificarán el turismo español en los próximos años y podrían significar el fin de los grandes grupos turísticos ver-

ticales. La compañía impulsada por Juan José Hidalgo da pasos hacia el desmantelamiento de su negocio, mientras que la empresa mallorquina se emplea con ahínco en potenciar su segmento hotelero con aperturas en Hungría, o la Riviera Maya. **[p. 14-16]**



La unión entre las divisiones de viajes de Globalia y Barceló le disputará el liderazgo del segmento de agencias a Viajes El Corte Inglés.

El futuro incierto de los grupos turísticos verticales en España

Las últimas operaciones de Globalia apuntan hacia un desmantelamiento del grupo en el futuro. Barceló, por su parte, ha expresado en ocasiones su voluntad de centrarse en el negocio hotelero.

Un análisis de los grupos verticales del turismo español habría sido muy diferente hace poco más de un mes. Por esas fechas, aún no se habían producido las dos operaciones —o movimientos

sísmicos— que condicionarán el futuro del sector en los próximos años.

Ambas transacciones han tenido como protagonista más destacado a Globalia. El grupo de la familia Hidalgo ha vendido

Air Europa a IAG por 1.000 millones de euros —un gigante aéreo que agrupará el 72% del tráfico de vuelos nacionales— y ha fusionado su área emisora al 50% con la del Grupo Barceló.

En otras palabras, a falta de la aprobación de los organismos de Competencia correspondientes, Globalia le entrega a Iberia su división más rentable —le reportaba el 52% de sus ingresos— y comparte con el Grupo Barceló su área de viajes.

Eso sí, al frente de este nuevo gigante turístico no estará Gabriel Subías. El hasta ahora CEO de Ávoris, al que todas las apuestas situaban como máximo favorito para pilotar este proyecto, ha abandonado la división de viajes del grupo Barceló al cierre de esta revista.

En cuanto a Globalia, sus últimas operaciones indican que en los próximos años podría confirmarse el desmantelamiento del grupo turístico que impulsó Juan José Hidalgo.



B the travel brand y Catai cuentan con una línea de tiendas premium.



► 1 Diciembre, 2019

Más aún, tras confirmarse que el consorcio formado por Talgo, Globalia y Trilantic no está entre los seleccionados para competir con Renfe cuando se liberalice el AVE en 2020. Se especulaba con que sería en este segmento en el que la compañía invertiría los réditos obtenidos con la venta de Air Europa al holding IAG.

Así las cosas, a Globalia, le queda en exclusiva únicamente su empresa de servicios de handling, Groundforce, que no ha entrado en la transacción con IAG, y su división hotelera Be Live Hotels.

La red de alojamientos de cinco y cuatro estrellas suma más de 10.000 habitaciones en 34 establecimientos repartidos por España, Portugal, Marruecos, Cuba, República Dominicana y Colombia. Be Live Hotels ha registrado un crecimiento exponencial en los últimos años, pero no es descartable alguna transacción en la que se vea involucrada la cadena, toda vez que algunos de sus hoteles han suscitado el interés de otras compañías.

CONDICIONES DE LA FUSIÓN

Volviendo a la fusión de las áreas emisoras de Globalia y Barceló —una operación liderada directamente por Javier Hidalgo y Simón Pedro Barceló, según indicaron ambas compañías en un comunicado conjunto—, se espera que de la operación surja un nuevo grupo que aspira a disputarle el liderazgo del segmento de las agencias a Viajes El Corte Inglés. No es para menos: de la operación emergerá un gigante turístico con más de 1.500 puntos de venta —si como prometen desde Globalia, no se cierra ninguna oficina—, que superará los 3.700 millones de euros de cifra de negocio.

De la fusión de las áreas emisoras de Globalia y Barceló emergerá un gigante turístico que facturará más de 3.700 millones

Por la parte de Globalia, la unión incluye Halcón Viajes, Viajes Ecuador, Travelplan, Welcome, Geomoon, Globalia Meetings&Events, Globalia Autocares y Globalia Corporate Travel. Del lado de Barceló, todas las marcas de la división de viajes del grupo turístico, Ávoris: B the travel brand, Catai, Rodhasol, Bedtoyouth, BCD Travel, BCD Meetings & Events; y las aerolíneas Evelop y Orbest.

Wamos compra Mapa Tours y Neckermann



Wamos Group tiene una cifra de negocios de 1.000 millones y una plantilla de 2.100 personas

Al margen de la fusión de las divisiones de viajes de Globalia y Barceló, la operación más destacada en lo que se refiere a áreas emisoras este año ha sido la compra de Mapa Tours por parte de Wamos Group.

El grupo, cuyo propietario mayoritario es Springwater, desembolsó 46 millones de euros por una compañía que, además de Mapa Tours, incluye el receptivo Mapa Plus, enfocado al cliente latino de Latinoamérica y Estados Unidos, y el DMC Pegasus-Pegatur.

“Wamos ha adquirido este año Mapa Tours por 46 millones y Neckermann, la red de agencias de Thomas Cook en Bélgica

El grupo Mapa Tours cerró el año 2018 con unas ventas que ascienden a 158 millones de euros lo que supone un incremento del 6% con respecto al ejercicio de 2017; y una oportunidad de crecimiento para Wamos Group.

La compañía también ha sacado rédito de la quiebra de Thomas Cook. Wamos ha adquirido

el 100% de las agencias de Neckermann, el negocio retail del gigante británico en Bélgica con el objetivo “de seguir potenciando el desarrollo del plan estratégico y de su expansión de manera ordenada”.

Neckermann, especializada en vacacional, cruceros y viajes de incentivos, cuenta con 61 puntos de venta físicos en Bélgica y factura unos 150 millones de euros en sus negocios. Aproximadamente 200 empleados de la compañía belga se incorporarán al Grupo Wamos.

Al margen de las adquisiciones de Mapa Tours y Neckermann, Wamos Group está integrado por la aerolínea Wamos Air, los turoperadores Wamos Tours y Wamos Circuitos; la agencia de viajes Nautalia —la cuarta en puntos de venta y facturación en España—; y las agencias portuguesas Top Atlántico y Geostar.

Hace poco más de un año, el grupo renovó su cúpula directiva, nombrando a Eduardo Montes, presidente, y a Fernando Eiroa, consejero delegado; un cambio de rumbo que ha empezado a notarse ya en 2019.

La compañía tiene una cifra de negocios de unos 1.000 millones de euros y una plantilla de 2.100 personas repartidas en sus centros de España y Portugal.

Mientras sindicatos y empleados de las agencias de ambos grupos mantienen su preocupación por la posibilidad de que la compañía resultante reduzca agencias y, por tanto, puestos de trabajo, otras voces como la del presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), Martí Sarrate, definen la operación como positiva porque “demuestra la fortaleza del sector, además de crear uno de los mayores grupos turísticos de Europa”.

Dejando a un lado estas valoraciones, lo que sí parece claro después de la integración, la venta de Air Europa a IAG, la fallida entrada en el negocio ferroviario y

una presencia hotelera de escasa envergadura, es que Globalia pierde fuerza y Barceló se convierte en el último gran grupo turístico vertical de nuestro país, habida cuenta de que ni Gowaii ni Wamos poseen una estructura operativa del calado de la del grupo mallorquín.

La duda que falta por resolver es en qué dirección desea moverse el Grupo Barceló en los próximos años.

RUMORES E INTERESES

Cuando hace poco más de un año este medio preguntaba al entonces CEO de Ávoris, Gabriel Subías, si el cambio en el nombre de la división de viajes del Grupo



Barceló inaugurará el hotel Maya Riviera en diciembre. En la imagen, el Maya Caribe.

Barceló obedecía a una estrategia de venta, la respuesta no podía ser más esclarecedora: "Hoy en día está todo en venta", señalaba, mientras recordaba que anteriormente "la empresa ya vendió toda la división de viajes, aunque después recompraron Viajes Barceló por un tema de marca".

Las palabras de Subías, que afirmaba que "lo lógico" es que Barceló "se concentre al 100% en los hoteles" sin determinar cuándo, se producían meses antes

de que el presidente de Silversea Cruises, Manfredi Lefebvre, manifestase su interés por invertir en el mercado español.

El grupo Barceló no ha vendido Ávoris y el interés de Lefebvre, que muchos relacionaron con la división de viajes de la compañía mallorquina, no ha acabado por concretarse en una operación de compra real.

Con todo, ambas declaraciones indican que la voluntad de la familia es centrarse a futuro en el negocio hotelero.

No en vano, Barceló intentó fusionarse con NH antes de hacer lo propio con sus áreas emisoras y las del grupo Globalia. En 2018, la compañía incorporó a su portafolio 13 hoteles y, en total, cuenta con 250 establecimientos en el mundo.

Gabriel Subías aseguraba hace poco más de un año que "lo lógico es que el Grupo Barceló se concentre al 100% en los hoteles"

Barceló ha acometido operaciones de gran importancia este año: en diciembre abrirá sus puertas el Maya Riviera tras una fuerte inversión de 226 millones y en los últimos meses ha desembarcado en países como Polonia, Hungría y Eslovenia.

Si acaba por definirse una apuesta decidida del grupo Barceló por una concentración horizontal que apunte hacia el segmento hotelero, unida al desmantelamiento de Globalia, se pondría fin a la larga tradición de grupos turísticos verticales que en España han liderado ambos después de que Marsans y Orizonia acabasen fracasando.

Gowaii sale de Mundiplan y alquila Muchoviaje.com

El año de Gowaii, otro de los conglomerados turísticos destacados en nuestro país, aunque sin la envergadura de Barceló o Globalia, ha estado marcado por dos operaciones: la salida de la compañía de Mundiplan y el alquiler de Muchoviaje.com a Ávoris.

Gowaii, especializada en Canarias y el Caribe, tiene entre sus marcas la aerolínea Gowair, la mayorista Trapsatur y un DMC/Receptivo



Gowaii formaba parte de Mundiplan junto a Iberia, IAG7 Viajes y Alsa hasta junio.

Hasta junto, Gowaii había formado parte de Mundiplan junto a Iberia, IAG7 Viajes y Alsa, pero la compañía, que era la segunda en volumen de accionariado con un 33%, ha decidido salir de la Unión Temporal de Empresas (UTE) que en la próxima adjudicación gestionará los viajes a las islas.

En cuanto a Muchoviaje.com, fundada en el año 2000 y adquirida por Gowaii a mediados de 2013, Ávoris la ha alquilado con

opción a compra con el objetivo de seguir con su estrategia de expansión y crecimiento, después de que en los últimos años haya adquirido marcas como Catai, Shers o Special Tours.

No es la primera vez que Gowaii cede la gestión de Muchoviaje.com, ya que desde el año 2018, Destinia había sido la encargada de hacerlo. Cabe recordar que la tecnología

de la online la adquirió el Grupo Iris.

El grupo turístico de Javier Díaz está especializado en la turoperación a Canarias y el Caribe y cuenta con su propia central hotelera, la mayorista Trapsatur, la aerolínea Gowair, un hotel en Madrid y otro en Tenerife, un DMC/Receptivo con presencia en España, Cuba, República Dominicana y México, un servicio para grupos MICE.



Las agencias de viaje auguran que el 2019 será un buen año

La patronal del sector estima que la tendencia creciente iniciada en el 2014 mantendrá su senda

AGENCIAS
 MADRID

■ El 60% de las agencias de viajes sitúa el crecimiento de su facturación entre el 5 y el 10% este año respecto al anterior, mientras que un 40% considera que será inferior al 5% o incluso igual, según la última encuesta publicada por la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave). El presidente de Acave, Martí Sarraite, ha asegurado que estos datos muestran que continúa la "senda del crecimiento" iniciada en 2014 después de "cinco años complicados" de recesión.

En un contexto de inestabilidad global, las agencias de viajes "han hecho una valoración positiva del conjunto de la temporada turística 2019". Entre las agencias receptoras, más del 80% de los encuestados sitúan el crecimiento entre el 5 y el 10%, mientras que el 20% restante lo considera inferior al 5% o igual al de 2018.

Por origen, la mayoría de agencias receptoras han explicado que prácticamente entre el 90 y el 100% de sus clientes son internacionales, y en su mayoría originarios de Europa, Estados Unidos y del continente asiático. Según Sarraite, el sector turístico "debe buscar y apostar por la calidad del turismo, por encima de la cantidad".

La mayoría de agencias de viajes prevé que las reservas para el puente de diciembre --que constará de tres días de fiesta, y cuatro en



El turismo, en todas sus variables, cerrará un buen año, según las agencias de viaje.

algunas comunidades-- se sitúen en las mismas cifras de 2018. No obstante, un 20% de las agencias espera que los incrementos de las reservas no superen el 5%.

Desde Acave han destacado el incremento de clientes que han optado por tomarse una semana completa de vacaciones en esas fechas y han recalado que, pese a representar menos del 10% del total de reservas, los destinos seleccionados son de largo recorrido, como Estados Unidos, Asia o Maldivas.

Aunque la demanda no ha crecido, desde las agencias han notado una tendencia creciente a anticipar las reservas de los viajes. El 80% de las reservas se realizan entre uno y tres meses antes, mientras que un 15% se acomete entre tres y seis meses antes y un 5% del total espera a última hora.

Según Acave, los clientes tienden cada vez más a anticiparse "para beneficiarse de un a mayor variedad de oferta y precios más favorables, especialmente en el trans-

porte aéreo". Este año, las agencias han registrado un incremento de reservas para destinos de nieve, que representan un 30% del total, debido a las condiciones meteorológicas favorables para este tipo de turismo.

Asimismo, destacan con un 12,5% del total las reservas en destinos españoles de turismo rural, seguido de los itinerarios por Europa en grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga o Roma, entre otros. ■



► 9 Diciembre, 2019

ACAVE urge a rediseñar el Imserso y tilda de 'vergüenza' que no se dé voz al Sector

El presidente de la Asociación pide un concurso 'más abierto y transparente'

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) se suma a las críticas contra el modelo actual de los viajes del Imserso. En un encuentro con medios de comunicación, su presidente, Martí Sarrate, ha reclamado al Gobierno el rediseño de un programa que en sus más de 30 años de vida no se ha adaptado al nuevo perfil de cliente ni a las necesidades de las empresas participantes.

Critica la exclusión de las agencias de la mesa negociadora que se comprometió a crear la ministra de Industria, Comercio y Turismo en funciones, Reyes Maroto. "Es una vergüenza que no estemos", ya que "el programa directamente no existiría de no ser por las agencias de viajes, que nos encargamos de su comercialización". "Tenemos que tener voz y voto", reitera.

En relación a las modificaciones que a su juicio deberían

llevarse a cabo, Sarrate hace referencia a la irrisoria comisión que perciben los intermediarios, recordando que "las agencias tiene muchos costes y un nivel de responsabilidad muy elevado". Aunque prefiere no decir qué remuneración sería la idónea, sí incide en que los 12 euros más IVA están muy lejos de lo deseado.

Hay más turoperadores

Por otro lado, reclama un concurso "más abierto y transparente" que permita la entrada de nuevas empresas en la gestión de los viajes. "Ahora mismo solo pueden ganar los que pueden ganar, y no puede hacerlo nadie más", lamenta, en referencia al control de Mundosenior y Mundiplan de los tres lotes en los que se divide. Así, sugiere que "hay muchos turoperadores con productos destinados al turista senior y que podrían ser homologados".



El presidente de ACAVE, Martí Sarrate.

En cuanto al desplome de la demanda de viajes del Imserso a los destinos catalanes, Sarrate opina que han influido varios factores, mencionando "el retraso en el inicio de las ventas y las

condiciones climatológicas adversas". Esto, sumado a "algunas imágenes que no son positivas" y al "alarmismo", ha provocado que "haya entre un 30% y un 40% menos de venta".



Jornada formativa de ACAVE sobre seguros

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) ha organizado en Madrid una jornada técnica para profesionales sobre pólizas de responsabilidad civil y avales frente a la nueva normativa, así como seguros de asistencia en viaje y cancelación. Con este encuentro persigue proporcionar información práctica y actualizada a las agencias para facilitarles el asesoramiento.



TENDENCIA

Los españoles viajarán un 5% más en Navidad

ESQUÍ Y CAPITALES EUROPEAS Un 45% de las escapadas son a la nieve.

Marisa Inglés. Barcelona

Cada vez más españoles aprovechan las vacaciones navideñas para viajar. Este año, los festivos caen entre semana y, añadiendo un par de días se pueden tomar semanas enteras, lo que ha fomentado que las reservas hayan aumentado un 5% respecto al año pasado, según datos de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave).

El presidente de la asociación, Martín Serrate, indicó ayer que cada vez más, los españoles se reparten más las vacaciones y reservan unos días para final de año. Mientras que durante el puente de la Constitución se ha registrado un volumen de viajes similar al de 2018, el calendario de Navidad, junto con la gran cantidad de nieve, han propiciado que tanto las agencias emisoras como las receptoras estén registrando crecimientos.

Según una encuesta realizada entre las más de 500 agencias de Acave, un 45% de las escapadas se harán a la nieve. En este caso, la mayoría de reservas se concentran en la semana de Fin de Año y Reyes.

El calendario también ha favorecido el incremento en la contratación de viajes de larga distancia, que han sido elegidos por un 7% de los españoles. En este caso, los destinos más repetidos por los españoles para las próximas vacaciones navideñas son Japón, China y Vietnam, aunque también destacan Maldivas y Bali. La mejora de la situación política en Egipto ha propiciado la recuperación de este destino, que era un clásico en épocas navideñas, y también vuelven a crecer otros países de África especializados en rutas y safaris en los parques nacionales.

Un 20% de los que viajarán han optado por las grandes capitales europeas. Las ciudades que recibirán un mayor número de visitantes españoles las próximas navidades serán Londres, Berlín, Roma, Praga, Venecia y Viena. En este caso, los viajeros que han reservado a través de agencias viajan en busca de mercadillos navideños, museos, tiendas y restaurantes.

Las escapadas a otros destinos españoles, en cambio, sólo suponen entre un 10% y un 15% de las reservas. La mayoría de ellas son visitas urbanas para celebrar el Fin de Año en ciudades como Madrid y Vigo, aunque también ha registrado un importante crecimiento la reserva de casas rurales para pasar la última noche del año en familia o con amigos.



NAVIDADES BLANCAS Las estaciones de esquí captarán el 45% de los viajeros, gracias a las grandes nevadas de los últimos días. Durante el puente de la Constitución, algunas como la de Baqueira Beret (en la fotografía) han batido récords, con un total de 50.000 visitantes entre el 6 y el 8 de diciembre.

El calendario navideño favorece los viajes de larga distancia a destinos como Japón, Vietnam y Bali

El 20% de los viajeros han escogido capitales europeas como Londres, Berlín, Roma y Praga

En sentido contrario, las agencias receptoras de turistas que visitan España, también están un 5% por encima de 2018, a excepción de la ciudad de Barcelona, donde están en línea con el año pasado. El presidente de la asociación reconoció que después de los altercados por la sentencia del 1-O "hubo un parón" de reservas hacia Barcelona, pero aseguró que la situación se ha normalizado.

Respecto a la desaceleración económica, las agencias aseguran que "no se atisban signos de recesión".

Sin embargo, el presidente de la asociación reconoció que las agencias están muy pendientes de las elecciones británicas y deseosas que no se produzca un Brexit duro, que sin duda afectaría a los destinos vacacionales españoles. Serrate aprovechó para hacer un llamamiento a la estabilidad política, y a que se logren firmar los presupuestos, tanto en España como en Cataluña.

También animó a las administraciones locales a incrementar la iluminación y los montajes navideños, "porque se ha demostrado que las ciudades que lo hacen, como Málaga, atraen a un mayor número de turistas e incentivan el consumo local", dijo Serrate. Por el contrario, se quejó de que ciudades como Barcelona siempre sean tan "pasivas" con la iluminación de Navidad.

Además, Serrate aprovechó para reclamar que se insista en la promoción en países emisores de turistas de alto poder adquisitivo, como Corea del Sur, Japón, China y Estados Unidos.



▶ 16 Diciembre, 2019

EL CALALIA



ALBERT LLIBRE

Àlex Montanyà i Carles Banús, d'esquena, adreçant-se al centenar de persones que dijous van assistir a la Nit del Turisme, a la Sala Sert del Sucre de Vic

El turisme d'Osona en vol més

La VII Nit del Turisme d'Osona Turisme reclama implicació al sector privat per compartir estratègies per atreure nous públics; els turistes posen un 9 a la seva estada a la comarca

Vic

Miquel Erra

El perfil de turista que visita Osona té una mitjana de 46 anys i ve en parella o família. La majoria arriben en cotxe (80%), i més de la meitat ho fan des de l'àrea metropolitana de Barcelona. Un 42% hi passen per primera vegada i un 52% repeteixen. La valoració de la seva estada és excel·lent: li posen un 9 de mitjana. L'entorn natural (9,5), el silenci (9,3) o l'atenció personal rebuda (9,1) són els aspectes més valorats; la connexió a internet (7,4) o

el transport públic (6,4), els que treuen pitjor nota. Són els resultats de les enquestes que fan els mateixos allotjaments turístics de la comarca als seus clients. Hi ha dues de les dades especialment simptomàtiques: la seva estada mitjana és de 3,8 nits; i la despesa per persona i dia, de 219 euros. Això, sumat a una oferta d'allotjament encara no prou diversa, situen Osona just per sota de la mitjana d'altres zones turístiques pel que fa a rendiment econòmic que genera aquest sector.

"Tenim un turista potencial molt proper al sud

de França, a la resta de Catalunya, al País Valencià... i ens cal no fer tard per acollir-los d'una manera adequada", reflexionava Àlex Montanyà, conseller delegat de turisme del Consell Comarcal, dijous al vespre durant la presentació de la VII Nit del Turisme a Osona, que va aplegar un centenar de persones a la Sala Sert del Sucre, a Vic. "Ens falta més implicació del sector privat. És la clau per avançar cap a un turisme de més qualitat, més sostenible i més innovador", reconeixia Carles Banús, que s'estrenava com a

president d'Osona Turisme, l'ens que aplega 47 dels 50 ajuntaments de la comarca i tres associacions privades (Osona Cuina, el Consell Empresarial d'Osona i l'Associació Catalana d'Agències de Viatges). "Involucrar el sector privat és el gran repte; sense ells no serem una comarca prou turística", insistia Montanyà.

El Consell General d'Osona Turisme havia aprovat, una estona abans, el pressupost per al 2020, sensiblement superior al d'aquest any. El mateix Montanyà va repassar alguns dels projectes que

tenen embastats, com l'impuls d'un nou pla que posi ordre a l'actual senyalització de camins i senders –"a l'Esquirol ja hem començat a dessenyalitzar", va reconèixer–; el desplegament del projecte "Osona: paisatge, tradició i cultura", que implica 14 municipis i ha estat subvencionat amb 1 milió d'euros des del Feder, o la promoció de visites teatralitzades. També es continuarà fent costat a projectes en curs com "Osona territori càmping"; el "Fet a Osona", amb 13 empreses agroalimentàries visitables; l'"Osoning", de promoció d'un turisme esportiu, amb 34 agents implicats, o el Camí Oliba, que ha de continuar avançant fins a França.

Entre les noves accions, es va presentar un nou Pla de Màrqueting Turístic, que s'ha encarregat a l'empresa Baldrick and Munitz. "Si volem atreure turistes hem de ser bons detectant els microsegments turístics que ens interessin, i després ser excel·lents a l'hora de gestionar-ho", va apuntar Marc Grijalvo, en nom de l'empresa, que va remarcar un missatge clar: "Els productes que llançem al mercat han de tenir un valor afegit". Per exemple, "cada vegada tenen més importància els valors".

Precisament, durant la vetllada –amenitzada amb la música de Matthew McDaid i un pica-pica d'Osona Cuina– es van lliurar els nous distintius Biosphere. Un compromís amb la sostenibilitat que també té "camí per córrer" dins el sector turístic de la comarca, va reconèixer Montanyà.



Carlos Garrido preside la CEAV.

Es lógico que la agencia ponga en valor su trabajo

"Algunas agencias de viajes ya estamos cobrando por asesorar", señala el nuevo presidente de CEAV, Carlos Garrido. **Pág. 4**



► 16 Diciembre, 2019

El año 2019 ha sido bastante positivo a pesar de la inestabilidad política de nuestro país y de un cierto estancamiento en el consumo / Creo que la concentración en el negocio de la turoperación no perjudica al agente independiente / Algunas agencias ya estamos cobrando por asesorar / Las agencias de viajes están preparadas para gestionar cualquier coyuntura que venga

«Los jóvenes están volviendo a reservar en agencias de viajes»

Carlos Garrido / Presidente de CEAV



El pasado día 19 de noviembre, con el apoyo unánime de los presidentes de todas las Asociaciones de agencias, Carlos Garrido asumió la presidencia de CEAV.

P.- El presidente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE), Martí Sarrate, asegura que ya hay agencias que cobran por el mero hecho de asesorar. ¿Tiene constancia de que esté sucediendo?

R.- Sí. En los últimos años nuestro Sector ha evolucionado desde un papel de intermediación pura, donde las agencias estábamos al servicio de nuestros proveedores para prescribir sus servicios y distribuir sus productos, a uno de consultores, ayudando a los clientes a gestionar sus presupuestos de viajes. En algunos modelos de colaboración del sector corporativo la retribución viene por el asesoramiento y la gestión, y también en el vacacional. La simple elaboración de determinados presupuestos de viajes requiere una inversión de tiempo y una utilización de tecnología, de recursos y de conocimientos que el cliente debe asumir. De hecho, algunas agencias ya estamos cobrando por ello en determinados tipos de viajes poniendo así en valor nuestro trabajo.

P.- ¿Ve viable que se expanda esta forma de trabajar?

R.- Lo lógico es que las agencias de viajes pongamos en valor nuestro trabajo en la cadena de distribución y que se nos retribuya por nuestro servicio, por nuestra tecnología, por los conocimientos de nuestros profesionales, por las garantías que ofrecemos y por todo lo que aportamos en la gestión de viajes, que ciertamente es mucho. Y eso no implica que nuestros proveedores no deban retribuirnos por la distribución de sus productos. No es lógico que algunos de ellos, cuyo canal principal de distribución es la agencia de viajes, pretendan no retribuirnos por la comercialización. Eso es impensable en otros sectores y está demostrado que es negativo para las compañías que tratan de eliminar ese coste imprescindible para la distribución de sus productos.

P.- ¿Teme que la incorporación de Air Europa a Iberia pueda perjudicar a consumidores y agencias?

R.- No, al contrario, creemos que esta decisión estratégica de Iberia va a reforzar el posicionamiento de la compañía aérea. El hecho de contar con un gran hub en nuestro país puede incrementar las posibilidades de negocio y de generación de nuevas rutas, tanto en los mercados en los cuales ya tenemos un gran peso como en otros donde puede reforzarnos como destino y aumentar la creación de nuevas rutas desde España a otros destinos.

P.- ¿Y cuál es su opinión respecto a la fusión de las divisiones de viajes de Globalia y Barceló?

R.- La fusión de las empresas, las alianzas comerciales y cualquier otra forma de concentración son opciones que tenemos los empresarios para llevar a cabo nuestras estrategias de negocio y desarrollar nuestra actividad profesional. Esto pasa en todos los sectores y desde luego también en el nuestro. Las agencias de viajes, por nuestra naturaleza y por nuestro modelo de negocio, estamos muy acostumbradas a colaborar en la distribución de productos. Un cliente que compra un viaje en una agencia está utilizando simultáneamente los servicios de diferentes empresas: la

mayorista, el receptivo, la que organiza las excursiones, la central hotelera, la que se encarga de los traslados, etc. Y de hecho, estas dos empresas llevan colaborando juntas hace décadas mediante una Unión Temporal de Empresas (UTE) para la licitación de los viajes del Inmerso, que comercializan con éxito en las agencias que desean hacerlo.

P.- ¿No se destruirán empleos?

R.- No necesariamente. Son dos estructuras complejas que dan empleo a un número importante de trabajadores de nuestro Sector. El reforzamiento de las empresas, la creación de producto y una gestión eficiente siempre van a requerir de una plantilla cualificada para el desempeño de la actividad profesional y las personas son el principal activo de nuestras agencias de viajes.

P.- ¿La creciente concentración en el negocio de la turoperación perjudica al agente independiente?

R.- Yo creo que no. Existen varios turoperadores en el mercado que nos dan servicio y productos a todas las agencias de viajes: a las suyas, a las independientes e incluso a los de otros grupos verticales. Este Sector está muy acostumbrado a ello y siempre que una agencia sea respetuosa con la cadena de valor y no haga competencia desleal, puede optar a que sus productos los distribuyan todas las agencias.

P.- La quiebra de Thomas Cook llevó a supuestos expertos a vaticinar la desaparición de la turoperación tradicional. ¿Qué opina?

R.- Es un tema complejo. Mi opinión es que las causas de la caída de la primera agencia de viajes que se

creó en el mundo hace 180 años han sido varias, y no por el fin del modelo, ni mucho menos, sino más bien relativas a la falta de innovación, a priorizar en el bajo precio frente al servicio o la calidad y a una gestión ineficiente de una empresa del tamaño y las características de Thomas Cook. En cualquier caso es muy triste que proyectos empresariales de esa envergadura terminen así y confiamos en que otros operadores y agencias españolas recuperen pronto las rutas y el mercado que ha dejado este operador.

P.- ¿Qué balance hace de 2019?

R.- Ha sido un año bastante positivo en términos de facturación de nuestras agencias de viajes, de crecimiento del empleo en nuestro Sector y de las ventas de las agencias a las compañías aéreas a través del BSP. Y todo eso a pesar de la inestabilidad política de nuestro país y de un cierto estancamiento en el consumo. Estamos satisfechos con la evolución de nuestro Sector aunque tenemos que trabajar para mejorar en la rentabilidad de nuestros negocios porque no se corresponde con los buenos datos de crecimiento.

P.- ¿Cree que en 2020 puede empeorar el negocio?

R.- Espero que no. Vamos a trabajar para mantener la buena senda de este año y confío en que nuestras empresas sigan creciendo, creando empleo y contribuyendo a la mejora de la calidad de vida de nuestro país.

P.- ¿Las agencias están preparadas para afrontar otra crisis?

R.- Nuestras empresas y nuestros empresarios hemos demostrado en varias ocasiones la enorme capacidad que tenemos para gestionar cualquier entorno económico que se nos presente y estamos preparados para gestionar cualquier coyuntura que nos venga.

P.- En Inglaterra y Estados Unidos se habla de la vuelta de los jóvenes a la agencia convencional. ¿Sucede esto en España?

R.- Poco a poco va sucediendo también en España. Es lo lógico porque las agencias somos el canal más seguro para gestionar los viajes, tenemos tecnologías especiales, profesionales capaces de crear las mejores experiencias y seguimos siendo el canal más económico para los viajeros. Los jóvenes se están dando cuenta que reservando a través del canal profesional tienen mayores posibilidades de éxito en sus viajes y las mejores garantías.

P.- ¿Es factible conectar con este perfil de cliente?

R.- Sí. Nuestros clientes más jóvenes han tenido malas experiencias contratando directamente y se están dando cuenta de las ventajas de acudir al canal profesional. De ahí que estén volviendo a reservar en agencias.

El hecho de tener un gran 'hub' en el país puede aumentar las posibilidades de negocio

Es muy triste que proyectos empresariales de la envergadura de Thomas Cook terminen así

Grandes errores en la Ley de Viajes Combinados

Desde CEAV, con el apoyo de sus Asociaciones miembros, hemos presentado más de 17 enmiendas a los diferentes partidos políticos con representación parlamentaria en la que les ponemos de manifiesto importantes errores de la transposición de la Directiva Europea de Viajes Combinados, diferen-

cias en la implantación de los grupos parlamentarios pero, por causa de la inestabilidad política de los últimos meses, nos ha sido imposible avanzar en este asunto. Sin embargo, tenemos la esperanza de que nos tengan en cuenta en nuestras alegaciones y se hagan las

adaptaciones que estamos solicitando. Vamos a incidir por todas las vías posibles porque no tiene ningún sentido obligarnos a asumir dobles garantías. Esto no le aporta nada a los consumidores y a nuestras empresas les supone unos costes innecesarios, injustos y abusivos.



© CARLOS GARRIDO



ACAVE pide garantías para las quiebras aéreas

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) se suma a las críticas contra la inacción para acabar con la desprotección de los pasajeros ante quiebras aéreas. Según explica, su asesoría jurídica ha mantenido su apoyo a agencias y particulares en la reclamación por incumplimientos, gestionando más de 750 demandas por cancelaciones, retrasos y *overbooking*.



► 23 Diciembre, 2019

Multitud de empresas esquivan la Directiva de Viajes Combinados

ECTAA pide a Bruselas que se apliquen de forma adecuada las nuevas normas

ECTAA insta a la Comisión Europea y a los Estados miembros a "aplicar adecuadamente las normas para todos los actores". Y es que, como denuncia el *lobby*

europeo muchas empresas del Sector "han adaptado su modelo de negocio" para "eludir las obligaciones" de la Directiva de Viajes Combinados.

Tras un año de la transposición de la Directiva de Viajes Combinados, la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) advierte que algunas empresas "han adaptado su modelo de negocio" para "eludir las obligaciones" que lleva aparejada la venta de servicios de viaje vinculados. Así, urge a la Comisión Europea y a los Estados



Pawel Niewiadomski

miembros a "aplicar adecuadamente las nuevas normas para todos los actores del mercado". "Solo así se asegurará que los consumidores estén correctamente protegidos", incide. Cabe recordar que la Asociación Catalana de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE) ya advirtió de las estrategias de varias compañías aéreas. **Escapate en pág. 10**



► 23 Diciembre, 2019

ECTAA denuncia ante Bruselas que multitud de empresas esquivan la Directiva de Viajes Combinados

El 'lobby' europeo pide a la Comisión Europea que se apliquen de forma adecuada las nuevas normas

Muchas empresas del Sector "han adaptado su modelo de negocio" para "eludir las obligaciones" que establece la Directiva de Viajes Combinados. Así lo asegura ECTAA,

que insta a la Comisión Europea y a los Estados miembros a "aplicar adecuadamente las normas para todos los actores". Cabe recordar que ACAVE ya advirtió de las

estrategias utilizadas por varias compañías aéreas para eludir las obligaciones establecidas en la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados.

La Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA) alerta de las tácticas utilizadas por multitud de empresas vinculadas al Turismo, especialmente proveedores de transporte, para esquivar la Directiva de Viajes Combinados, cuya



Pawel Niewiadomski

que lleva aparejada la venta de servicios de viaje vinculados.

Por este motivo, urge a la Comisión Europea y a los Estados miembros a "aplicar adecuadamente las nuevas normas para todos los actores del mercado". "Solo así se asegurará que los consumidores estén correctamente protegidos", subraya.

Pese a su denuncia, ECTAA reconoce los beneficios que ha traído consigo la renovación de la Directiva de Viajes Combinados, haciendo es-

pecial hincapié en la protección que brindó a los viajeros afectados por la quiebra de Thomas Cook. " Los consumidores se benefician de una amplia protección cuando compran un viaje combinado: información clara; reembolso y repatriación en caso de insolvencia del organizador; reparación si alguno de los elementos del 'paquete' no se realiza correctamente, etc.", menciona.

ACAVE advirtió del tema
 Cabe recordar que la Asociación Catalana de Agencias de Viaje especializadas (ACAVE) ya ad-

virtió de las estrategias utilizadas por varias compañías aéreas para eludir las obligaciones establecidas en la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados. El pasado mes de octubre denunció a Easyjet, Vueling, Lufthansa, Austrian Airlines y TAP, ante la Agencia Catalana de Consumo, por presuntamente estar "comercializando viajes combinados sin disponer de las garantías establecidas en la normativa". Asimismo, en los casos de Easyjet y Vueling detectó que "establecen cláusulas que limitan injustificadamente el derecho de reclamación de los clientes al no

permitir la actuación de terceros en los cuales delegar la gestión".

De acuerdo con la normativa europea, cualquier persona o entidad que organice o comercialice viajes combinados o servicios de viaje vinculados, debe de disponer de una garantía que cubra el reembolso de las cantidades correspondientes a vacaciones no disfrutadas y los gastos de repatriación en caso de quiebra. Además, están obligadas a comunicar fehacientemente a su cliente la garantía contratada y los datos de contacto de la entidad garante, "algo que de momento no están haciendo estas compañías aéreas", afirma la Asociación.

transposición en España se llevó a cabo el 28 de diciembre de 2018. El lobby de agencias advierte que las empresas del Sector "han adaptado su modelo de negocio" con el objetivo de "eludir las obligaciones"



Mercats de Nadal a Europa

M.R.

BARCELONA

Les principals capitals europees –París, Roma, Viena, Praga, Londres, Berlín i Venècia– continuen sent el destí principal dels catalans que viatjaran fora aquestes festes de Nadal i Reis. Per què? Doncs perquè hi ha vols directes i s'hi arriba ràpid, són ciutats que es poden visitar força bé en quatre o cinc dies –els que la majoria de gent té de vacances– i són molt atractives per fer visites culturals i acabar de fer compres. Altres indrets cada any més visitats en aquesta època, sobretot per Nadal, són les ciutats del centre d'Europa, que s'han fet famoses pels mercats nadalencs.

“Aquest Nadal és molt possible que la venda de viatges s'incrementi més d'un 5% respecte a l'any passat”, explica Martí Sar-

rate, president de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave).

També confirma que creix el nombre de persones que es guarden festes per aquestes dates per fer viatges més llargs. Els Estats Units, amb Nova York com a destinació estel·lar (cal no oblidar que la festa de Cap d'Any a Central Park és una de les més emblemàtiques del món), i les Maldives, així com la Xina, el Japó, Vietnam, Mèxic i Tailàndia, són els destins llunyans més sol·licitats.

En aquest sentit, els viatges de llarg recorregut suposen avui dia el 10% de les reserves que s'han fet fins ara a les agències de viatges. “La gent el que fa és marxar a partir del dia 27 i tornar abans de Reis”, assegura Sarrate, que manté que Egipte, Tunísia i el Marroc, gràcies a l'estabilitat que hi ha en aques-

tes zones, són destinacions del tot recuperades i que aquest any tornaran a ser molt visitades (sempre han tingut molt atractiu).

Un altre tipus de viatge, més familiar, que els darrers anys s'ha consolidat i que al principi era molt car però avui ja hi ha operadors que ofereixen preus força atractius és Lapònia. Les terres gelades i visitar la “casa” del Pare Noel és una de les últimes modes.

Una altra sortida familiar molt més assequible i cada any més demanada és Eurodisney (on els darrers anys fins i tot fan la cavalcada dels Reis). Els creuers, en canvi, en aquesta època de l'any no són significatius, tot i que sí que hi ha gent que té una setmana de vacances, perquè s'ha guardat dies, i decideix embarcar-se per anar a Dubai o al Carib, les dues destinacions hivernals més sol·licitades. ■

Prensa digital

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,
9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid
www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Fusión Halcón-Avoris, Thomas Cook, Imsero, nace EasyJet Holidays...

1 DICIEMBRE, 2019

Globalia y Barceló firman la fusión de sus divisiones de viajes y garantizan que no cerrarán "ni una sola" agencia

Aurelio Vázquez opina que sólo ha muerto Thomas Cook, no la Turoperación

Martín Sarrate, ante el trato que da el Imsero a las agencias: "Somos tontos"

Globalia y Barceló firman la fusión y no cerrarán "ni una sola" agencia Tal y como estaba previsto tras el adelanto del preacuerdo del pasado viernes, el grupo Globalia y el grupo Barceló han firmado la operación de fusión al 50% de la que surgirá un nuevo grupo con una cifra de negocio de unos 3.700 millones de euros y más de 1.500 puntos de venta, con el compromiso de no cerrar ninguno. La operación ha sido liderada directamente por Javier Hidalgo, CEO de Globalia, y Simón Pedro Barceló, copresidente del Grupo Barceló, según han comunicado ambas compañías este lunes.



Javier Hidalgo (en la imagen) y Simón Pedro Barceló han sido los artífices de la operación de Globalia y Barceló.

Competencia aprobará la fusión de Halcón y Ávoris en el primer trimestre

La fusión de las divisiones de viajes de los grupos Globalia (Halcón Viajes-Travelplan) y Barceló (Ávoris) podría lograr el visto bueno de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) en el primer trimestre del próximo año, según las previsiones adelantadas a HOSTELTUR por parte de fuentes del grupo de la familia Hidalgo.

España, sin grupos verticales tras la operación de Globalia y Barceló

La integración de la actividad turística en un modelo de gestión vertical está asociado al concepto del turismo como 'cadena', donde cada actividad turística forma parte de un eslabón totalmente integrado dentro del proceso del viaje que el cliente tiene que seguir forzosamente para llegar a su destino, desde la agencia minorista, hasta el receptivo, pasando por el turoperador, la aerolínea y el hotel.

Aurelio Vázquez: sólo ha muerto Thomas Cook, no la turoperación

Para Aurelio Vázquez, responsable de Operaciones para la Península y Baleares de Hotel Investments Partners (HIP), la quiebra de Thomas Cook es algo que iba a pasar antes o después, era una empresa que estaba quebrada en la práctica, "y mejor que haya pasado antes que no después... Un actor de la cadena de valor que traslada ineficacias al mercado es nocivo a mediano y largo plazo, y Thomas Cook era nocivo...", pero considera que la turoperación aún tiene un largo recorrido y es un modelo tremendamente ventajoso para el sector hotelero y el sector turístico balear.

Sarrate, ante el trato que da el Imsero a las agencias: "Somos tontos"

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martín Sarrate, ha criticado duramente este jueves, en un encuentro con la prensa en Madrid, el trato que se le da a las agencias de viajes por parte del Imsero y se mostró muy crítico con la actitud de los propios agentes de viajes ante las exigencias de la Administración. "Somos tontos", llegó a decir Sarrate.

Nace el nuevo EasyJet Holidays con una oferta de más de 5.000 hoteles

El nuevo turoperador de EasyJet, EasyJet Holidays, ha sido lanzado este jueves con un contenido que incluye la posibilidad de paquetes flexibles con vuelos de la aerolínea y miles de hoteles en Europa.

ACAVE insiste en la importancia de un seguro para la agencia y el viajero

● 3 DICIEMBRE, 2019

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) organizó el pasado 29 de noviembre, en el Hotel NH Paseo de la Habana de Madrid, una jornada técnica para profesionales del sector para debatir las principales cuestiones referentes tanto a las pólizas de **Responsabilidad Civil** y los avales frente a la nueva normativa, como los **seguros de asistencia en viaje y cancelación**. En un comunicado, ACAVE ha recordado que el objetivo de este encuentro era el de proporcionar información práctica y actualizada a las agencias de viajes para facilitarles el asesoramiento a sus clientes en materia de seguros e insistir en **la importancia de contar con el respaldo de un seguro, tanto para la agencia como para el viajero**.

o el Museo de robots.



El evento se estructuró en dos mesas redondas en torno a las pólizas de Responsabilidad Civil, los seguros de asistencia en viaje y los seguros de cancelación. Los debates fueron moderados por el vicepresidente del área de Turoperación de ACAVE, **Ricard Plans**, y la gerente de la asociación, **Catiana Tur**.

En el acto participaron, entre otros, Jose Antonio Sartorio, CEO de **Winsartorio** Asesores de Seguros; Oscar Esteban, director comercial de ERGO, y Josep García, manager turismo y responsable Desarrollo Travel en Aon.

En la primera mesa redonda, dedicada a las '**Pólizas de Responsabilidad Civil y los Avales frente a la nueva normativa de viajes combinados y servicios de viaje vinculados**', los ponentes destacaron "la importancia de que los agentes de viajes realicen una formación en el campo de las pólizas de Responsabilidad Civil dado que se suele desconocer bien el alcance de las coberturas que se ofrecen".



De izquierda a derecha: Ricard Plans, Oscar Esteban, Antonio Sartorio y Josep García.

Los participantes recordaron que estas pólizas **"son imprescindibles porque cubren a las agencias en caso de un error o incumplimiento de un servicio, ya sea propio o de terceros"**.

Los ponentes también dedicaron un capítulo especial a los llamados **"daños morales"**, una tipología de daños asociados a un error profesional y provocados tanto por un daño físico o personal como por un daño económico.

Una venta compleja

En la segunda mesa redonda, en la que se analizaron los **'Seguros de asistencia en viaje y cancelación'**, los participantes coincidieron en que **"la principal problemática en las agencias de viajes es el conocimiento sobre seguros, puesto que son densos y complicados de explicar al cliente y también de vender por su extensión y complejidad"**.

Los conferenciantes recordaron que aunque el cliente sea el asegurado y, por consiguiente, quien tendría que reclamar directamente a la aseguradora, **son en muchas ocasiones las agencias de viajes quienes asumen la tramitación ante la compañía de seguros**. Al ser parte implicada, es imprescindible que las agencias cuenten con buen asesoramiento por parte de las aseguradoras contratadas.

Por último, se trató el tema del alcance de la cobertura de **los seguros de asistencia en viajes, sobre todo en casos de retrasos o cancelación de vuelos por atentado terrorista o fenómenos naturales**, pérdidas de equipaje, hospitales en el destino, repatriación y enfermedades preexistentes, entre otros motivos.

Durante las conclusiones de la jornada, Catiana Tur destacó que "las pólizas están en continua evolución para **adaptarse a las nuevas soluciones que exige el mercado**".

Insistió en la importancia de que las agencias de viajes analicen anualmente los productos que ofrecen para saber si se adaptan a sus modelos de negocio, además de "ofrecer e informar siempre a sus clientes sobre **la importancia de la contratación de seguros**".

NEXOTUR

Jornada formativa de ACAVE sobre seguros de viaje

La Asociación insiste en la obligación de informar sobre la necesidad de contratar seguros

NEXOTUR | Martes 3 de Diciembre de 2019, 06:00h

Me gusta 2 Compartir Twitter Share



La [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) ha organizado en Madrid una **jornada técnica para profesionales sobre pólizas de responsabilidad civil y avales** frente a la nueva normativa, así como **seguros de asistencia en viaje y cancelación**. Con este encuentro persigue [proporcionar información práctica y actualizada a las agencias de viajes](#) para facilitarles el asesoramiento a sus clientes.



Han participado ERGO, AON y Winsartorio Asesores de Seguros.

ACAVE recomienda 'analizar anualmente los productos que ofrecen'

En la primera de las dos mesas redondas, en la que han participado el CEO de Winsartorio Asesores de Seguros, José Antonio Sartorio, y el manager de Turismo y responsable de desarrollo de travel AON, Josep

García González, se ha puesto de relieve la **importancia de que los agentes se formen en el campo de las pólizas de responsabilidad civil** dado que se suele desconocer el alcance de las coberturas. "Estas pólizas son imprescindibles porque cubren a las agencias en caso de un error o incumplimiento de un servicio, ya sea propio o de terceros", explican desde ACAVE.

En la segunda mesa, en la que además de Sartorio y González ha estado presente el director comercial de ERGO, Óscar Esteban, los participantes han coincidido en que la principal problemática en las agencias es el conocimiento sobre seguros, puesto que **son densos y complicados de explicar al cliente y también de vender por su extensión y complejidad**. Asimismo, reconocen que aunque el cliente es el asegurado y, por consiguiente, quien tendría que reclamar directamente a la aseguradora, son en muchas ocasiones las agencias quienes asumen la tramitación ante la compañía de seguros. "Al ser parte implicada, es imprescindible que las agencias cuenten con buen asesoramiento por parte de las aseguradoras contratadas", apunta la Asociación.

La gerente de ACAVE, Catiana Tur, ha resaltado en las conclusiones que "las pólizas están en continua evolución para adaptarse a las nuevas soluciones que exige el mercado". Además, insta a las agencias a **"analizar anualmente los productos que ofrecen para saber si se adaptan a sus modelos de negocio**, además de ofrecer e informar siempre a sus clientes de [la importancia de contratación de seguros](#)".



Un avión de la compañía aérea Iberia. Iberia

EMPRESAS

Por qué es mejor que Iberia (y no otra aerolínea) haya comprado Air Europa

La aerolínea que preside Luis Gallego afirma que si otras aerolíneas comprasen Air Europa se llevarían el 'hub' a otros países.

5 diciembre 2019 - 03:59

En los últimos eventos a los que ha asistido el **presidente de Iberia, Luis Gallego**, siempre se le ha preguntado por el mismo asunto, la **compra de Air Europa**. La última ha sido este miércoles, en el encuentro empresarial de CEOE y Cepyme, en donde el presidente de la aerolínea no solo ha defendido la compra, sino que también ha detallado por qué es mejor que haya sido Iberia y no otras aerolíneas la que haya comprado Air Europa.

Gallego ha afirmado que si no fuese Iberia, es posible que tarde o temprano lo hiciese otra aerolínea y se llevase el *hub* a otros países. En concreto, el presidente de Iberia se ha referido a **Air France-KLM**, con quien Air Europa estaba en negociaciones para crear una *joint venture* con la que potenciar sus vuelos a Latinoamérica y que, según él, sería "**el primer paso**" para una **posterior adquisición**.

Eso, explica Gallego, supondría no llevar a cabo la que **para IAG es una de las principales estrategias de la compra**, que es posicionar a Madrid como un gran *hub* europeo, ya que de vender la empresa a la alianza franco-holandesa se llevaría a Air Europa al *hub* de París, haciéndolo todavía más grande y más competente de lo que es respecto a los demás, con servicio a 115 países y 281 destinos.

Y es que, como ha afirmado Gallego en el encuentro empresarial de este miércoles, **Madrid está considerado un *hub* de segunda división** y actualmente ocupa la **séptima posición en el ranking de los principales hubs europeos** tras ser el cuarto en 2009, una posición que espera recuperar con la operación.

Noticias relacionadas

- Iberia tranquiliza a los consumidores: no subirá los precios tras la compra de Air Europa
- Luis Gallego: "Que IAG compre Air Europa es lo mejor que le puede pasar a la economía española"
- Air Europa mantiene su apuesta por Brasil: firma un acuerdo de código compartido con GOL

Opiniones en contra

Sin embargo, hay algunos profesionales del sector que no están de acuerdo con esta afirmación del presidente de Iberia. Para el *partner* de PHG Hotels y Resorts, Yvar Yuste, esto no es más que **“un argumento muy bien traído por Luis Gallego para vender la historia”** de la [compra de Air Europa](#) a sus accionistas.

Yuste manifiesta que **“Air France-KLM nunca se habría llevado a Air Europa a París** porque España es la puerta de entrada a Europa desde Latinoamérica”, sino que Air France-KLM trataría de **traer operaciones a Madrid** y, por lo tanto, Iberia tendría más competencia.

Una afirmación que comparte el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, quien explica que “las bases tienen que estar donde está el negocio” y que en el caso de que Air France-KLM comprase Air Europa no se llevaría el *hub* a París, así como ha mantenido el de KLM en Ámsterdam e IAG el de Iberia en Madrid. Y es que como manifiesta Sarrate, **las aerolíneas “compran para posicionarse en otros mercados”**.



El alumbrado de Navidad de Vigo.

EMPRESAS / TURISMO

El Gordo de la Navidad está en el turismo: las ciudades facturan el 40% de todo el año

Cada vez más, comercios y hoteles se invaden del espíritu navideño y adornan sus locales con más esfuerzo para atraer a más clientes.

7 diciembre, 2019 - 02:19

EN: [TURISMO](#) [NAVIDAD](#) [MADRID](#) [VIGO](#) [MÁLAGA \(MUNICIPIO\)](#) [HOTELES](#)

Yasmina Pena • 

Llega la **Navidad** y con ello las ciudades se llenan de luces de colores y mercados de todo tipo. Una tradición que año tras año llena las calles de muchas regiones con aquellos amantes de esta festividad, que **viajan a las urbes más populares** para disfrutar de unos días de magia solos o en compañía de los más pequeños y que **dejan en ellas una buena parte de la facturación turística anual**.

Hay “muchas personas que visitan determinadas ciudades en estas fechas, precisamente, por su alumbrado”, afirma la secretaria general de la Asociación Empresarial Hotelera de Madrid (AEHM), Mar de Miguel.

Noticias relacionadas

- Las grandes superficies contratarán 23.300 personas para Navidad
- Radiografía del consumo navideño: dónde, cómo y cuánto te gastas en comidas y regalos
- Black Friday: así se preparan las tiendas para que compre más del 80% de los españoles

Pero ¿por qué tanta afluencia? Porque “la gente come con los ojos”, afirma el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate, y “**muchas ciudades se han dado cuenta de que esto genera negocio**”. Para muestra está el ejemplo de **Vigo**, donde la ocupación hotelera aumentó un 45% desde que su alcalde, Abel Caballero, incrementó el gasto en el alumbrado; y **Málaga**, que este miércoles, un día de semana antes del puente de la Constitución, “estaba lleno”, afirma el presidente de la asociación en una conversación con este diario mientras se encontraba paseando por la ciudad andaluza.

El alumbrado navideño es un negocio que **representa alrededor del 40% de la facturación turística anual**, según datos aportados por ACAVE. Y no solo por las luces, la programación navideña en algunas ciudades como Madrid también “potencian el turismo, el comercio de la ciudad” y, por lo tanto, “la actividad económica”, añade De Miguel.



La Puerta del Sol es uno de los lugares más tradicionales en Madrid por Navidad. EFE

La mayoría de los turistas “se concentran en el Puente de la Constitución”, declara la secretaria general de la AEHM, y muestra de ello es que en **Madrid se espera que los hoteles estén al 90% durante estos días**, una cifra bastante elevada pero que no satura la capital ya que todavía tiene espacio para albergar a más turistas que decidan viajar a última hora, añade.

Pero el encandilamiento de la Navidad no solo se nota en las calles. Los **hoteles también “se convierten en espacios muy navideños** y cada vez innovan más en la decoración de sus entradas, fachadas, así como de sus principales espacios con motivos originales y llamativos que captan la atención de las personas que caminan por las calles de la ciudad y les motiva a conocer su interior”, declara De Miguel.

Vigo, un ejemplo

Pero quien más sabe de cómo aumentan el turismo y, por lo tanto, los ingresos con un buen alumbrado de **Navidad** y una buena promoción es **Vigo**. Desde que su alcalde, Abel Caballero, destinó 600.000 euros para decorar la ciudad en 2017, **la ocupación hotelera en el mes de diciembre se ha incrementado cerca de un 45%**, según la encuesta de ocupación hotelera publicada por el Instituto Nacional de Estadística (INE), pasando de 22.927 turistas en 2016 a los 33.217 registrados en 2018.

Un aumento que no solo se ha producido entre los turistas nacionales, que aumentaron un 47,6% entre esos años, sino también entre los internacionales. La afluencia de estos últimos se incrementó más de un 35%, detalla el INE.

Y tras los buenos datos anotados en los tres últimos años, los establecimientos de la ciudad miran al 2019 con optimismo. El presidente de la Asociación Provincial de Empresarios de Hospedaje de Pontevedra, César Ballesteros, prevé que **la ocupación se sitúe cerca del 75% en el mes de diciembre**, seis puntos por encima de la registrada el año pasado y casi el doble de los niveles anotados antes del fenómeno del alumbrado navideño en la ciudad, que se situaba en torno al 39%.

Atracciones como **una gran noria** que se divisa perfectamente desde el otro lado de la Ría de Vigo y la promoción del alumbrado ha hecho que en el mes de agosto algunos hoteles ya hayan colgado el cartel de **‘completo’ para prácticamente todos los fines de semana de diciembre**. Un nivel de ocupación con tanta antelación que ha supuesto “una sorpresa” para el sector, afirma Ballesteros, ya que “no estaba dentro de nuestra mente que nos considerasen un destino turístico”.

Tanto es así que, según Ballesteros, la ciudad se les queda “pequeña con tanto visitante”. Y habla con conocimiento de causa. Según ha explicado a este diario, el fin de semana pasado aprovechó para dar un paseo por la ciudad y cenar con su familia y afirma que las calles, los bares y las tiendas “estaban llenas”.

Y es que Madrid, Málaga y Vigo, entre otras ciudades, se están **posicionando cada vez más como un referente turístico en Navidad**, atrayendo año tras año a más turistas. Un reclamo bien merecido porque como dijo Abel Caballero: ¡Nuestras luces son las mejores del mundo!

TURISMO

Las agencias de viajes prevén un alza de las reservas del 5% para Navidad y Fin de Año

El presidente de Acave descarta saturación turística en Barcelona pero reconoce el alto nivel de precios



Eduardo López Alonso

Barcelona - Miércoles, 11/12/2019 - 13:46



El presidente de Acave, Martí Sarrate, y la gerente de la asociación, Catiana Tur.

La **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave)** prevé un aumento de las reservas del 5% para Navidad y Fin de Año, con el 45% de las reservas en destinos de nieve --la mayoría en estaciones nacionales y un 15% en los Pirineos franceses--, de los que se espera que actúen como un incentivo para reservas de última hora.

Lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles en la sede de Acave en Barcelona el presidente de la asociación, **Martí Sarrate**, que, acompañado de la gerente, Catiana Tur, ha reconocido que durante los altercados tras la sentencia del 1-O hubo "un parón" de reservas en Barcelona, pero que la ciudad ha mostrado una gran capacidad de recuperación por lo que las previsiones turísticas apenas se han visto afectadas.

Sarrate ha asegurado que están satisfechos por la evolución del 2019 y que no han notado signos de desaceleración para el año que viene por lo que se espera que el sector turístico siga creciendo en España.

Acave estima que el 20% de las reservas para estas fechas recalarán en ciudades europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Viena y Venecia, mientras que los destinos españoles supondrán entre un 10% y un 15% del total, con especial protagonismo de ciudades como Madrid y Galicia y la comunidad autónoma de Andalucía.

Para el mercado emisor, Sarrate ha destacado la recuperación de destinos como Egipto, mientras que para las agencias receptoras ha explicado que auguran un incremento en el número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que el mismo periodo del año anterior.

Preguntado por la petición de aumentar la tasa turística en Barcelona, que está en 2,25 euros, Sarrate ha dicho que desde Acave se oponen pero ha recordado que se trata una medida recaudatoria y no disuasoria: "No dejará de venir gente".

Sarrate también ha insistido en la necesidad de apostar por un turismo de calidad, sostenible y desestacionalizado. Ha rechazado que el mercado turístico de Barcelona esté saturado, aunque sí ha admitido que los precios están disparados, por encima de cualquier destino en España, como consecuencia de una mayor demanda que oferta. En cualquier caso, ha opinado que todavía existe un crecimiento potencial del sector turístico en Barcelona.

Fecha:
11.12.19

europa **press**

Acave prevé un aumento de reservas del 5% para Navidad y Fin de Año

Publicado 11/12/2019 13:03:33 CET



La gerente de Acave, Catiana Tur, y su presidente, Martí Sarrate, este miércoles en rueda de prensa - EUROPA PRESS

Sarrate dice que durante las protestas por el fallo del 1-0 hubo "un parón" de reservas en Barcelona

BARCELONA, 11 Dic. (EUROPA PRESS) -

Las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) prevén un aumento de las reservas del 5% para Navidad y Fin de Año, con el 45% de las reservas en destinos de nieve –con la mayoría en estaciones nacionales y un 15% en los Pirineos franceses–, de los que se espera que actúen como un incentivo para reservas de última hora.

Lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles en la sede de Acave en Barcelona el presidente de la asociación, Martí Sarrate, que, acompañado de su gerente, Catiana Tur, ha explicado que durante los altercados tras la sentencia del 1-O hubo "un parón" de reservas en Barcelona, aunque ha asegurado que las previsiones del resto de meses han tenido un comportamiento normal.

"Si este tema hubiera perdurado en el tiempo sí que podría perjudicar al turismo receptivo, que no solo es turismo receptivo de ciudad, hay mucha gente de costas que viene a aquí, y después también turismo de congresos. De momento no hay ninguna perspectiva de que ningún congreso cambie", ha añadido.

En este sentido, Sarrate ha dicho que están satisfechos por la evolución de 2019 y que no han notado signos de desaceleración para el año que viene, por lo que prevén un crecimiento moderado, y ha reclamado estabilidad, que se forme un Gobierno en España y que haya presupuestos tanto en Catalunya como en todo el Estado: "Que haya paz y tranquilidad, que los políticos tengan un diálogo abierto".

DESTINOS

Acave estima que el 20% de las reservas para estas fechas recalarán en ciudades europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Viena y Venecia, mientras que los destinos españoles supondrán entre un 10% y un 15% del total, con especial protagonismo de ciudades como Madrid y Galicia y la comunidad autónoma de Andalucía.

Para el mercado emisor, Sarrate ha destacado la recuperación de destinos como Egipto, mientras que para las agencias receptoras ha explicado que auguran un incremento en el número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que el mismo periodo del año anterior.

Sarrate ha deseado que no haya un Brexit duro porque el país de la Unión Europea más perjudicado por ello a nivel turístico sería España, a la vez que ha destacado que otros operadores, como Jet2holidays, están ocupando progresivamente el espacio dejado por Thomas Cook, lo que ha reducido el impacto de la quiebra.

TASA TURÍSTICA

Preguntado por la petición de aumentar la tasa turística en Barcelona, que está en los 2,25 euros, Sarrate ha dicho que desde Acave se oponen pero ha recordado que se trata una medida recaudatoria y no disuasoria: "No dejará de venir gente".

A su vez, ha reclamado que sirva para hacer proyectos para el turismo, y ha criticado que se haya perdido el concepto de la promoción: "Es importante que las administraciones se dediquen a la promoción".

Sarrate también ha insistido en la necesidad de apostar por un turismo de calidad, sostenible y desestacionalizado, y ha rechazado que el mercado turístico de Barcelona esté saturado.



Imagen esquiadores en la estación de Ski Pallars-Port Ainé / PA

El turismo catalán sale de la UVI tras las protestas por la sentencia

Las agencias de viajes prevén un repunte de reservas del 5% por Navidad y Fin de Año por el tirón de los Pirineos

IGNASI JORRO > @IgnasiJorro



11.12.2019 13:56 h.

🕒 3 min

El **turismo catalán** está saliendo lentamente de la **unidad de cuidados intensivos** (UCI) tras las **violentas** protestas independentistas por la sentencia del *procés*, que provocaron una dura zozobra al sector vacacional y **corporativo**. Las agencias de viajes prevén un repunte del 5% de las reservas por Navidad y Fin de Año por el tirón de las escapadas de nieve en el Pirineo.

Así lo ha comunicado hoy el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve), **Martí Sarrate**, quien ha avanzado que el número de paquetes de vacaciones que gestionarán los intermediarios aumentará con respecto al año pasado. Según Sarrate, el incremento interanual alcanza ya el 5% para **Nochebuena** y **Nochevieja**. El directivo ha atribuido el avance al tirón de los **destinos de nieve**, que actuarán también como acicate para las reservas de última hora. Ha revelado ACAve que el 45% de las compras son para los Pirineos nacionales, mientras que otro 15% se circunscriben a la parte francesa de la cordillera.

El "parón" de octubre, atrás



La patronal ha admitido que las **algaradas** en las calles de Barcelona y otras ciudades catalanas tras publicar el Tribunal Supremo la sentencia del *procés* en octubre provocaron un "parón" de reservas turísticas. No obstante y tras causado por los **altercados**, las previsiones para el resto de meses han tenido "un comportamiento normal".

"Si este tema hubiera perdurado en el tiempo sí que podría perjudicar al turismo receptivo, que no solo es turismo receptivo de ciudad, hay mucha gente de costas que viene a aquí, y después también **turismo de congresos**. De momento no hay ninguna perspectiva de que ningún **congreso** cambie", ha precisado Sarrate, en referencia a las grandes ferias que se celebran en la ciudad condal.

Sin signos de desaceleración

Por destinos, las **agencias de viajes** prevén que el 20% de las reservas recalen en Berlín, Londres, Praga, Roma, Viena y Venecia. Por su parte, los destinos nacionales coparán entre un 10% y un 15% de las compras turísticas. Despuntarán en este terreno Madrid, Galicia y Andalucía.

Con lo que respecta a la evolución global del año, **Sarrate** ha señalado que "no ha notado signos de desaceleración de cara al próximo ejercicio". De hecho, ACAVe prevé en 2020 un "crecimiento moderado". Esta expansión requerirá de estabilidad, que se forme un Gobierno en España y de que se aprueben los **presupuestos** de la administración autonómica y de la general del Estado. "Que haya paz y tranquilidad, que los políticos tengan un diálogo abierto", ha resumido el directivo.

Edición España. Los viajes se benefician del calendario y la campaña de esquí

Las agencias prevén un 5% más de reservas estas Navidades

Martín Sarrate dice que en Barcelona no hay saturación turística

● 12 DICIEMBRE, 2019

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martín Sarrate, ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5%, impulsadas por el inicio de la **campana de esquí** que se ha beneficiado de la abundancia de nieve.

Conoce todo sobre **rutas y excursiones en Madrid** y disfruta de ventajas especiales.

Infórmate aquí



En una rueda de prensa en Barcelona, Sarrate ha señalado que durante los disturbios por **la sentencia del procés** se registró un "parón" en las reservas y ha advertido que **"si el tema perdurara en el tiempo, que esperamos que no, podría perjudicar"**.

Sin embargo, ha explicado a continuación que las previsiones para el resto de meses "fueron las habituales y las perspectivas de **ventas para 2020 están siguiendo una línea normal**".

Según los cálculos de ACAVE, el incremento de reservas un 5% respecto el año pasado se debe al **calendario favorable**, ya que los festivos caen entre semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones y **podría ser incluso mayor si hay abundancia de nieve**.

Se estima que las reservas para destinos de nieve supondrán un 45% del total, con preferencia por las estaciones nacionales y las andorranas, así como el pirineo francés y, en menor medida las suizas, canadienses o norteamericanas.



Sarrate ha criticado que Barcelona "ha sido bastante pasiva" con la iluminación navideña en comparación con otras ciudades como Madrid o Vigo.

Sobre Barcelona, Sarrate ha dicho que sigue siendo una ciudad atractiva tanto para el turismo familiar como para el de congresos y negocios, ha reafirmado su compromiso "para que venga **un turismo de calidad y sostenible**" y ha puesto como ejemplo el crecimiento de visitantes surcoreanos con los que "la gente está encantada" por el gasto que hacen en la ciudad.

Ha celebrado también que infraestructuras "fundamentales" como la **Fira de Barcelona** o el aeropuerto están creciendo y tienen margen para crecer más y ha negado que en Barcelona haya "saturación" de turismo.

"No hay saturación, no hay que hablar de decrecimiento turístico sino de turismo sostenible, que los visitantes aporten un valor añadido a la ciudad. Hay que acogerlos como residentes, no diferenciarlos", ha subrayado.

Preguntado sobre el posible aumento de la tasa turística, Sarrate ha mostrado su disconformidad con la subida pero ha reconocido que no es "disuasoria" y ha deseado que **si se incrementa se asegure que todo el dinero recaudado se destine a la promoción turística** y no a otras partidas.

↳ NEXOTUR

ACAVE: 'No se están notando síntomas de desaceleración'

NEXOTUR | Jueves 12 de Diciembre de 2019, 06:00h

 Me gusta 1  Compartir  Twittear  Share



La [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) reconoce que "el Sector se muestra prudente" respecto a 2020, si bien incide en que "no se están notando síntomas de desaceleración".



El presidente de ACAVE, Martí Sarrate.

ACAVE no espera impactos significativos por el Brexit

"Si no se hacen efectivos los augurios de recesión que apuntan algunos expertos, se producirá un crecimiento en la venta de viajes",

avanza. Según explica, la primera gran pregunta que se formula el Sector es el posible impacto de la [implantación de un Brexit duro](#). Al respecto, tras mantener contactos con grandes agencias y turoperadores durante la feria World Travel Market de Londres y registrar los primeros contratos de la temporada, [la Organización que preside Martí Sarrate](#) explica que "por el momento no se esperan impactos significativos". "No obstante, todo dependerá finalmente de los resultados de las elecciones en el Reino Unido y el calendario de aplicación de un eventual Brexit", aclara.

Otros operadores ocupan el espacio dejado por Thomas Cook

[Otro factor que podría afectar a medio plazo es la desaparición de Thomas Cook](#). Sobre esta cuestión, apunta que "tenemos conocimiento que algunos destinos clave del Turismo británico como Canarias, Andalucía, Baleares y Cataluña, han sufrido los efectos este año y ya **han trabajado para abrir nuevos mercados o intensificar la actividad comercial en otros países** que tienen consolidados". "Pero al mismo tiempo se ha producido un factor que ha minimizado el impacto: otros operadores están ocupando progresivamente el espacio dejado por Thomas Cook (particularmente Jet2holidays)", prosigue.

En cuanto a la temporada de Navidad y Fin de Año, ACAVE espera una **subida en el nivel de reservas del 5% respecto al mismo periodo del año anterior**. Esto se debe al calendario favorable, ya que los festivos caen a mediados de semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones. Además, esta evolución podría ser todavía más positiva puesto que en el momento en que ACAVE realizó la encuesta todavía no habían abierto todas las estaciones de esquí y la temporada no había arrancado en firme. Se prevé que la abundancia de nieve actúe como un incentivo para reservas de última hora, representando el 45% del total en estas fechas.

© Copyright NEXOTUR | Plataforma online de Información turística



Turistas paseando en los alrededores de la Sagrada Familia, en Barcelona.

EMPRESAS / TURISMO

El turismo respira: los españoles seguirán viajando aunque la economía se resienta

La Asociación Corporativa de Agencias de Viaje pronostica un crecimiento en las ventas de aproximadamente el 7% para el próximo año.

13 diciembre, 2019 - 03:19

EN: [TURISMO](#) [AGENCIAS DE VIAJES](#) [VIAJES](#) [ECONOMÍA](#)

Yasmina Pena • 

El **turismo en España** se encuentra en un periodo de incertidumbre debido a la **ralentización económica** que se augura desde hace un tiempo. Una situación que, según varios profesionales, afectará de una forma u otra a la venta de viajes. Lo bueno es que de momento las perspectivas son positivas.

Desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) aseguran que **si no se produce la recesión económica** que se lleva tiempo anunciando, una idea que según organismos y expertos se está alejando, **aumentará la venta de viajes para el 2020.**

Noticias relacionadas

- España registra un 0,3% menos de turistas en octubre por la quiebra de Thomas Cook
- El Gordo de la Navidad está en el turismo: las ciudades facturan el 40% de todo el año

Se espera que, en principio, lo haga **alrededor de un 7%**, según ha comentado el presidente de ACAVE, Martí Sarrate, a EL ESPAÑOL. Principalmente a través de las agencias de viaje, un sector que pese a lo que muchos creen, sigue teniendo clientes y vende cada año a un mayor ritmo. De hecho, según el Observatorio Sectorial DBK de Informa, el **sector facturó 4.950 millones de euros en el segmento mayorista y 14.200 millones en el minorista en 2018**, un 3,1% y un 2,5% más que en el año anterior.

Este “moderado crecimiento” pronosticado por ACAVE está muy por encima del esperado por otras organizaciones turísticas, aunque bien es cierto que **se irá "ajustando** conforme avanza el tiempo”, añade Sarrate.

De esta forma, es posible que aumente o disminuya en función del rumbo que coja en 2020 la economía española. Y es que según el experto en turismo, Domenec Biosca, hay una doble vertiente en lo que tiene que ver con los viajes y la recesión económica.

Doble vertiente

Afirma que, por un lado, la gente tiene pánico a que se produzca una nueva crisis en España y por lo tanto, es posible que **recorten el presupuesto destinado a los viajes** que realizan al año, llegando incluso a no realizar ningún desplazamiento. Pero también reconoce que en los años de bonanza la gente ha disfrutado de los viajes y de la buena vida y que, por lo tanto, **no quieren perder la costumbre de visitar otras ciudades** porque eso les da felicidad.

Entonces, hacen dos cosas: **ahorran para llevar a cabo esos viajes** o aprovechan las diferentes ofertas que lanzan las empresas. Dos supuestos que están muy inculcados en la cultura española. Según el *Estudio sobre prioridades, futuro y preocupaciones de los españoles*, elaborado por Sondea para Mapfre y publicado este martes, el **44,8% de los españoles, si tuvieran capacidad de ahorro, guardarían el dinero para viajar.**

En cuanto a las ofertas, los datos de ventas de billetes de avión y de reservas de hoteles durante el *Black Friday* y el *Cyber Monday* demuestran el **aluvión de compras en fechas de descuentos**. Es lo que han percibido este año varias empresas, que reconocen que han superado récords con sus respectivas campañas.

Aumento de las ventas

Meliá, por ejemplo, incrementó un 57% sus ventas respecto al año anterior y Paradores lo hizo un 72%, según han informado ambas empresas. Gran afluencia que también se ha notado en las **visitas a páginas de ventas de billetes de avión**, como Skyscanner, en la que **aumentaron un 93%**. Esto demuestra que son muchas las personas que aprovechan los descuentos para reservar sus vacaciones y también las empresas que **lanzan succulentos descuentos para aumentar sus ventas**.

En definitiva, que los viajes para el próximo anotarán un crecimiento que será mayor o menos en función de los vaivenes económicos y de los esfuerzos que tengan que hacer las familias para costearse esas salidas. Lo que sí está claro es que a los españoles les cuesta renunciar a los viajes y, por lo tanto, intentarán mantener su costumbre turística de una forma u otra.

ACAVE pide garantías especiales para quiebras aéreas

Ha gestionado más de 750 reclamaciones por cancelaciones, grandes retrasos y 'overbooking'

NEXOTUR | Viernes 13 de Diciembre de 2019, 06:00h

 Me gusta 3  Compartir  Twittear  Share



La [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) se suma a las críticas contra la [inacción de las autoridades para acabar con la desprotección de los pasajeros ante quiebras aéreas](#). Según explica, su asesoría jurídica ha mantenido este año su labor de apoyo a agencias y particulares en la reclamación por incumplimientos de las aerolíneas, **gestionando más de 750 demandas por cancelaciones, grandes retrasos y overbooking**.



Martí Sarrate preside ACAVE.

Pone como ejemplo el caso de Thomas Cook

[ejemplo la quiebra de Thomas Cook](#), que **puso a prueba el sistema europeo de garantías para casos como este, y lo hizo con éxito**, dado que posibilitó las más de 150.000 repatriaciones necesarias e indemnizaciones para los afectados".

"Estos números ponen de manifiesto la necesidad a nivel europeo de establecer un sistema de garantías para las compañías aéreas similar al que ya existe para las agencias de viajes", subraya la Organización. [Pone como](#)

Fecha:
15.12.19

Gaceta del Turismo

Martí Sarrate: "Vamos a darle un vuelco al B-Travel de Barcelona; un aire de gran agencia de viajes".



📍 Martí Sarrate, presidente de ACAVE.

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es



15/12/19

Coincidiendo con la clausura de un nuevo año turístico, la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas, ACAVE, celebró en su sede de Barcelona un encuentro con los medios de comunicación para presentar los resultados de las previsiones vacacionales de cara a Navidades y Fin de Año, según una encuesta realizada entre las más de 500 agencias asociadas a ACAVE en toda España.

El presidente de ACAVE, Martí Sarrate, fue el encargado de exponer los datos de estas previsiones, positivas al amparo del inicio de la temporada de esquí y del calendario festivo, que ha jugado a favor de las escapadas a destinos de larga distancia, sobre todo asiáticos, como Japón, China o Vietnam, pero también Maldivas o Bali. También se ha confirmado la recuperación de un destino tradicional, como Egipto, y apuestas africanas para rutas y safaris en parques nacionales. Estos destinos de larga distancia acaparan entre el 5 y 7% de la oferta.

¿Qué balance de 2019 puede hacernos en relación al sector turístico de los agentes de viajes?

Bueno, en general ha sido un año positivo y con las perspectivas de Navidad y Fin de Año, según las encuestas que hemos hecho, terminaremos con un incremento del 5%. Por eso podemos darnos por contentos de seguir con la senda de crecimiento iniciada en 2014. Además se han generado puestos de trabajo nuevos, que es algo muy importante para nuestro sector. Es importante ir creciendo ordenadamente y que sea algo sostenible en el tiempo.

¿Cuáles son las previsiones de cara a 2020?

En principio se está hablando mucho de recesión económica pero esperemos que esto no se fragüe. Somos prudentes pero creemos que el turismo seguirá la línea de crecimiento y tendremos incrementos tanto en el emisor como en el receptor, que son fundamentales. No creo que estemos en ninguna crisis y esta comentada recesión de momento no parece que vaya a tener importancia.

“ No debe hablarse tanto de turismo creciente, sino sostenible y de calidad. ”

En todo caso la alarma podría venir de un Brexit duro...

Sí, porque el país más perjudicado de la Unión Europea, por las relaciones que tenemos en varias áreas, es España. El turismo británico representa un 21% en el estado español y vienen a nuestro país 18,5 millones de británicos. Esperemos que no sea un Brexit duro, que todo el mundo recapacite y tenga las ideas claras y continuemos teniendo esta relación bilateral Reino Unido-España.

¿Cómo ve el futuro del Turismo si sigue sin solucionarse el problema del *'procés'* en Catalunya? ¿De qué forma puede afectar?

Las imágenes que se produjeron en octubre sí que generaron un parón, al transmitirse a nivel internacional, pero luego se ha detenido un poco el conflicto y las ventas en este final de año han sido correctas. Además, las perspectivas después de haber asistido al World Trade Market de Londres, donde están todos los touroperadores mundiales, era de tranquilidad. Se puso de manifiesto que era importante dar ese mensaje.

Yo no creo que el *'procés'* perdure en el tiempo. Se ha cortado todo esto, se ha iniciado el diálogo político, que es lo importante para solucionar estos temas, y en principio es algo que pasará a la historia. Si perdurase en el tiempo sí que podría perjudicar pero creo que la gente es inteligente, se llegarán a acuerdos políticos y se acabará con esta imagen que puede apreciarse como negativa.

“ *Somos prudentes, pero creemos que el turismo seguirá su línea de crecimiento; no creo que estemos en ninguna crisis.* ”

¿Qué opinión tiene sobre la compra de Air Europa por parte de Iberia?

Lo veo como algo positivo y que, de alguna manera, incrementa el *'hub'* sobre todo de Madrid y con otras rutas que pueden tener más penetración. Lo que sí digo es que llevamos un retraso en infraestructuras y es momento para que la administración se plantee que el AVE llegue al aeropuerto de Madrid y al de Barcelona. Esto sería lo ideal para relanzar estos *'hubs'*, que son importantes, y sobre todo por la importancia de la compañía que saldrá de esa compra.

¿Qué piensa sobre la mayor fusión de agencias de viaje en España: Goblalia y Ávoris?

También la veo positiva. Al final si las agencias tienen sinergias y se juntan para crear una empresa más importante, -será de las más importantes de España y de Europa-, creo que es una buena noticia para el sector, un motivo de satisfacción. Las empresas se han de dar cuenta que quizá es mejor hacer estas estrategias que actuar individualmente. Si ellas han creído que esta fusión les generaba un beneficio adicional, el sector debe estar contento de que estas acciones se produzcan.



Como nuevo presidente del B-Travel, la evolución del antiguo Salón Internacional del Turismo de Barcelona, ¿qué retos se plantea?

Bueno, yo no me he postulado para el cargo sino que ha sido por aclamación popular y no he sabido decir que no. Estoy creando, como sabéis, muchas expectativas de que esta feria siga creciendo y sea importante para el turismo emisor. Vamos a darle un vuelco más potente con la estrategia que vamos a aplicar –tanto el equipo profesional, que es ideal, como el comité organizador, en el que hemos cambiado algunos de sus componentes– y un aire de la gran agencia de viajes que se hace en Catalunya.

La feria es a finales de marzo y los consumidores pueden venir a comprar y a informarse porque habrá contenido muy importante. Para mí esta feria tiene que ser totalmente de emisor, de comprar para las vacaciones. Es fundamental porque Catalunya supone el 25% del turismo español y esta feria debe tener una gran relevancia.

Como presidente de ACAVe, ¿qué le pide al nuevo presidente de la CEAV, Confederación Española de Agentes de Viajes, Carlos Garrido?

Bueno, según los estatutos tocaba cambiar, pues tenemos un máximo de dos mandatos de cuatro años. Con Carlos Garrido somos amigos, hace muchos años que nos conocemos y ha tenido mi total apoyo para que fuera presidente. Hace ocho años ya iniciamos una etapa de fortalecimiento, de imagen de unidad en la Confederación, y ACAVe ha sido pieza fundamental en este aspecto.

Tenemos un plan estratégico nuevo en el cual seremos mucho más agresivos. El sector tiene que estar unido para conseguir llevar a cabo todos los retos que tenemos para que las agencias de viajes continúen su línea ascendente.

“ *No creo que el ‘procés’ perdure en el tiempo; se ha iniciado el diálogo político, que es la solución.* ”

En la presentación se ha tocado también el tema de la ‘tasa turística’ en Catalunya sobre la que se ha mostrado, en principio, en contra y que el *quid* de la cuestión estaría en cómo se revierte esta ‘tasa turística’ que, como su propio nombre indica, debería repercutir en el turismo ...

Sí, porque al final esto son políticas recaudatorias, no disuasorias. La gente no dejará de venir porque haya un aumento de esta ‘tasa turística’, porque Barcelona es una ciudad con grandes atractivos. Esa tasa depende de la Generalitat pero la tiene que aprobar el Parlament de Catalunya. El objetivo era para promoción del turismo en un momento de recesión económica en el que se necesitaba dinero.

Lo que se debe explicar bien es para qué se emplea esa ‘tasa turística’ que se recaude; con qué fines y para qué objetivos. Primero revertía un 33% en los ayuntamientos, actualmente está en un 50% y se pretende que sea el 100%. Es lo que piden los ayuntamientos, sobre todo el de Barcelona. Vamos a ver qué decide el Parlament de Catalunya y cómo se aprobará. Pero lo que sí debe explicarse muy bien es el objetivo de subir esta ‘tasa turística’ y para qué se va a dedicar esta importante partida que genera, gracias al turismo.

AUTONOMÍAS

CATALUNYA.-Los premios Futurisme reconocen los proyectos de Runderfy, Circular Travels y PlayVisit



• El concejal de Turismo e Industrias Creativas de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregado este lunes los premios Futurisme a las mejores iniciativas de turismo sostenible, que han galardonado los proyectos de las empresas Runderfy, Circular Travels y PlayVisit.

REDACCIÓN
16/12/2019 15:12

BARCELONA, 16 (EUROPA PRESS)

Actualizado a
17/12/2019 09:44

El concejal de Turismo e Industrias Creativas de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregado este lunes los premios Futurisme a las mejores iniciativas de turismo sostenible, que han galardonado los proyectos de las empresas Runderfy, Circular Travels y PlayVisit.

En un comunicado, el consistorio ha explicado que el premio a la iniciativa más innovadora ha sido para Runderfy; el reconocimiento por lograr los Objetivos de Desarrollo Social (ODS) para Circular Travels, y el de la mejora aplicación tecnológica para PlayVisit.

En el acto de entrega también han participado el diputado de Turismo de la Diputación de Barcelona, Juan Luis Ruiz; el director general del Gremi d'Hotels de Barcelona, Manel Casals, y el presidente de la Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades, Martí Sarrate.

Marcé ha dicho que es imprescindible contar con iniciativas como el programa Futurisme porque son "medidas de ingeniería social", y ha destacado que los proyectos premiados y finalistas son la semilla del futuro del sector en la ciudad.

El acto también ha contado con la ponencia "Turismo, experiencias y ODS: buenos lugares para vivir, buenos lugares para visitar", a cargo del director de la Cátedra de Turismo Responsable y Hospitalidad de la Universitat Ramon Llull, Jordi Ficapal.

Los premios Futurisme reconocen los proyectos de Runderfy, Circular Travels y PlayVisit

Publicado 16/12/2019 15:04:49 CET



Los premios Futurisme reconocen los proyectos de Runderfy, Circular Travels y PlayVisit - AJUNTAMENT DE BARCELONA

BARCELONA, 16 Dic. (EUROPA PRESS) -

El concejal de Turismo e Industrias Creativas de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregado este lunes los premios Futurisme a las mejores iniciativas de turismo sostenible, que han galardonado los proyectos de las empresas Runderfy, Circular Travels y PlayVisit.

En un comunicado, el consistorio ha explicado que el premio a la iniciativa más innovadora ha sido para Runderfy; el reconocimiento por lograr los Objetivos de Desarrollo Social (ODS) para Circular Travels, y el de la mejora aplicación tecnológica para PlayVisit.

En el acto de entrega también han participado el diputado de Turismo de la Diputación de Barcelona, Juan Luis Ruiz; el presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Mestre, y el presidente de la Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades, Martí Sarrate.

Marcé ha dicho que es imprescindible contar con iniciativas como el programa Futurisme porque son "medidas de ingeniería social", y ha destacado que los proyectos premiados y finalistas son la semilla del futuro del sector en la ciudad.

El acto también ha contado con la ponencia 'Turismo, experiencias y ODS: buenos lugares para vivir, buenos lugares para visitar', a cargo del director de la Cátedra de Turismo Responsable y Hospitalidad de la Universitat Ramon Llull, Jordi Ficapal.

Los premios Futurisme reconocen los proyectos de Runderfy, Circular Travels y PlayVisit

El concejal de Turismo e Industrias Creativas de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregado este lunes los premios Futurisme a las mejores iniciativas de turismo sostenible, que han galardonado los proyectos de las empresas Runderfy, Circular Travels y PlayVisit.



16/12/2019 - 15:04

BARCELONA, 16 (EUROPA PRESS)

El concejal de Turismo e Industrias Creativas de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregado este lunes los premios Futurisme a las mejores iniciativas de turismo sostenible, que han galardonado los proyectos de las empresas Runderfy, Circular Travels y PlayVisit.

En un comunicado, el consistorio ha explicado que el premio a la iniciativa más innovadora ha sido para Runderfy; el reconocimiento por lograr los Objetivos de Desarrollo Social (ODS) para Circular Travels, y el de la mejora aplicación tecnológica para PlayVisit.

En el acto de entrega también han participado el diputado de Turismo de la Diputación de Barcelona, Juan Luis Ruiz; el presidente del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Mestre, y el presidente de la Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades, Martí Sarrate.

Marcé ha dicho que es imprescindible contar con iniciativas como el programa Futurisme porque son "medidas de ingeniería social", y ha destacado que los proyectos premiados y finalistas son la semilla del futuro del sector en la ciudad.

El acto también ha contado con la ponencia "Turismo, experiencias y ODS: buenos lugares para vivir, buenos lugares para visitar", a cargo del director de la Cátedra de Turismo Responsable y Hospitalidad de la Universitat Ramon Llull, Jordi Ficapal.



Els premis Futurisme reconeixen els projectes de Runderfy, Circular Travels i PlayVisit

Publicat 16/12/2019 17:03:05 CET



AJUNTAMENT DE BARCELONA

BARCELONA, 16 des. (EUROPA PRESS) -

El regidor de Turisme i Indústries Creatives de Barcelona, Xavier Marcé, ha entregat aquest dilluns els premis Futurisme a les millors iniciatives de turisme sostenible, que han guardonat els projectes de les empreses Runderfy, Circular Travels i PlayVisit.

En un comunicat, el consistori ha explicat que el premi a la iniciativa més innovadora ha estat per a Runderfy; el reconeixement per aconseguir els Objectius de Desenvolupament Social (ODS) per Circular Travels, i el de la millor aplicació tecnològica per PlayVisit.

En l'acte d'entrega també han participat el diputat de Turisme de la Diputació de Barcelona, Juan Luis Ruiz; el president del Gremi d'Hotels de Barcelona, Jordi Mestre, i el president de l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades, Martí Sarrate.

Marcé ha dit que és imprescindible comptar amb iniciatives com el programa Futurisme perquè són "mesures d'enginyeria social", i ha destacat que els projectes premiats i finalistes són la llavor del futur del sector a la ciutat.

L'acte també ha comptat amb la ponència "Turisme, experiències i ODS: bons llocs per viure, bons llocs per visitar", a càrrec del director de la Càtedra de Turisme Responsable i Hospitalitat de la Universitat Ramon Llull, Jordi Ficapal.

EL MÉS LLEGIT

- 1 L'exclusió social a l'AMB augmenta al 24% i supera la mitjana catalana i estatal
- 2 Mor una dona atropellada per un camió a Arbeca (Lleida)
- 3 Urdangarin rep un permís de quatre dies per tornar a casa per Nadal
- 4 El TJUE diu que Junqueras hauria hagut de ser reconegut eurodiputat i tenir immunitat
- 5 Els Bombers apaguen l'incendi al carrer Enamorats de Barcelona

↳ NEXOTUR

HAN ADAPTADO SU MODELO DE NEGOCIO

Multitud de empresas esquivan la Directiva de Viajes Combinados

NEXOTUR | Martes 17 de Diciembre de 2019, 06:00h

 Me gusta 4  Compartir  Twitlear  Share



Muchas empresas del Sector **"han adaptado su modelo de negocio"** para **"eludir las obligaciones"** que establece la [Directiva de Viajes Combinados](#). Así lo asegura [ECTAA](#), que insta a la Comisión Europea y a los Estados miembros a **"aplicar adecuadamente las normas para todos los actores"**.

La [Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes \(ECTAA\)](#) alerta de las tácticas utilizadas por multitud de empresas vinculadas al Turismo, especialmente proveedores de transporte, para [esquivar la Directiva de Viajes Combinados](#), cuya transposición en España [se llevó a cabo el 28 de diciembre de 2018](#). El *lobby* de agencias advierte que las empresas del Sector **"han adaptado su modelo de negocio" con el objetivo de "eludir las obligaciones"** que lleva aparejada la venta de servicios de viaje vinculados.



El presidente de ECTAA, Paweł Niewiadomski, en la Cumbre de CEAV.

Pide que se apliquen de forma adecuada las nuevas normas

estén correctamente protegidos", subraya.

Por este motivo, urge a la Comisión Europea y a los Estados miembros a **"aplicar adecuadamente las nuevas normas para todos los actores del mercado"**. "Solo así se asegurará que los consumidores

Pese a su denuncia, ECTAA **reconoce los beneficios que ha traído consigo la renovación de la Directiva de Viajes Combinados**, haciendo especial hincapié en la protección que brindó a los [viajeros afectados por la quiebra de Thomas Cook](#). " Los consumidores se benefician de una amplia protección cuando compran un viaje combinado: información clara; reembolso y repatriación en caso de insolvencia del organizador; reparación si alguno de los elementos del 'paquete' no se realiza correctamente, etc.", menciona.

ACAVE denunció a cinco aerolíneas por el mismo motivo

Cabe recordar que la Asociación Catalana de Agencias de Viaje especializadas (ACAVE) ya advirtió de las estrategias utilizadas por varias compañías aéreas para eludir las obligaciones establecidas en la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados. El pasado mes de octubre [denunció a Easyjet, Vueling, Lufthansa, Austrian Airlines y TAP](#), ante la Agencia Catalana de Consumo, por presuntamente **estar "comercializando viajes combinados sin disponer de las garantías establecidas en la normativa"**. Asimismo, en los casos de Easyjet y Vueling detectó que "establecen cláusulas que limitan injustificadamente el derecho de reclamación de los clientes al no permitir la actuación de terceros en los cuales delegar la gestión".

De acuerdo con la normativa europea, cualquier persona o entidad que organice o comercialice viajes combinados o servicios de viaje vinculados, debe de disponer de una garantía que cubra **el reembolso de las cantidades correspondientes a vacaciones no disfrutadas y los gastos de repatriación en caso de quiebra**. Además, están obligadas a comunicar fehacientemente a su cliente la garantía contratada y los datos de contacto de la entidad garante, "algo que de momento no están haciendo estas compañías aéreas", afirma la Asociación.

Edición España. CEAV pedirá una remuneración de hasta 25 euros por plaza reservada, el doble que ahora

El Imserso corrige un agravio: las agencias participarán en su reforma

Sanidad comunicó a comienzos de mes a la Confederación que participará en la negociación del nuevo programa de vacaciones

17 DICIEMBRE, 2019



Después de mucho insistir, las agencias de viajes lo han logrado. El Imserso finalmente las ha invitado a participar en la próxima reforma del programa de vacaciones. Así lo ha confirmado a HOSTELTUR el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Carlos Garrido.

El **Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social**, de quien depende **Instituto de Mayores y Servicios Sociales**, comunicó a comienzos de este mes a CEAV que en las futuras negociaciones tendrán un sitio en **la mesa que diseñará el nuevo programa, que se creará una vez se constituya el nuevo Gobierno**.

De esta manera, el Imserso corrige un agravio denunciado de manera reiterada por las agencias de viajes, que se sentían ninguneadas frente a otros proveedores, como los hoteleros, cuando sin ellas no podría venderse los viajes a los jubilados, como ha denunciado recientemente el presidente de ACAVE, Martín Sarrate.

Garrido defiende los beneficios del programa porque es una manera de revitalizar las zonas afectadas por la estacionalidad turística y a las agencias **“nos sirve para cubrir la temporada baja”**.

Insiste en que **“es una buena idea”** pero que después de más de 30 años en funcionamiento “necesita una serie de reformas para actualizarlo a las demandas de hoy en día” y por ello han pedido participar en esa negociación. “Es lógico que estemos en esa mesa porque **somos las agencias de viajes las que vendemos el millón de plazas del programa**”, dice.

Añade que “nosotros lo que queremos es **que se nos escuche, aunque si luego no nos hacen caso eso es otro tema**, porque somos nosotros los que sabemos de intermediación”.

Una mayor retribución

Sobre cuáles serán las propuestas que pondrán sobre esa mesa de negociación, Garrido adelanta que pedirán una mayor retribución y una actualización del programa de vacaciones.

El presidente de CEAV considera **“insuficientes” los 12 euros** que reciben en la actualidad las agencias por cada plaza del Imserso vendida. **“Queremos algo acorde con el tiempo que requiere su gestión, con las garantías que ofrecemos y con el valor que aportamos”**, dice.



El Ministerio de Sanidad comunicó a comienzos de mes a CEAV que participará en las futuras negociaciones para reformar el programa de vacaciones.

Por ello van a solicitar al Imsero **una remuneración entre los 20 y los 25 euros** por plaza reservada. Supone duplicar la actual remuneración pero Garrido defiende que es una compensación que “podemos justificar porque **aportamos mucho valor, dedicamos mucho tiempo** a la persona mayor que llega a nuestra agencia, **damos un papel de asesoramiento y ofrecemos garantías adicionales** que a veces son superiores a este coste extra”.

Insiste en que las agencias para su labor de intermediación requieren de unas garantías, de una tecnología y de un personal competente “y todo eso tiene un coste y lo que queremos es lógico, que se nos pague por ello”

Recuerda que “la hora del agente de viajes es cara y **el cliente del Imsero que viene a una agencia le puedo asegurar que requiere muchos minutos**”, concluye.

ACUSA A LA EMPRESA ESTATAL DE INTRUSISMO

ACAVE denuncia a Correos ante la Dirección General de Turismo de Madrid

NEXOTUR | Jueves 19 de Diciembre de 2019, 06:00h

 Me gusta 10  Compartir  Twitlear  Share



[ACAVE ha denunciado a Correos](#) por intrusismo ante la **Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid**. La Asociación, la primera en dar este paso, está convencida de que la empresa estatal **"está incumpliendo la [Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados](#)"**.



Martí Sarrate preside ACAVE.

La [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) pasa a la acción y [denuncia a Correos por intrusismo](#). En declaraciones a NEXOTUR, su presidente, Martí Sarrate, detalla que **han presentado la demanda ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid**. "En un primero momento barajamos hacerlo ante la Agencia Catalana de Consumo, pero finalmente acudimos a la Comunidad de Madrid porque la central de Correos está allí", explica.

Reclama que Correos sea objeto de una inspección

Sarrate, que **califica de "cachondeo" el hecho de que Correos se adentre en la distribución de productos y servicios turísticos**, está convencido de que "están incumpliendo la Ley de Viajes Combinados y

Servicios de Viaje Vinculados". "Lo hemos comprobado y nos hemos cerciorado antes de presentar la demanda", aclara. La pretensión de ACAVE es que Correos sea objeto de una inspección para determinar si está actuando acorde a la legalidad.

Como conclusión, recomienda a Correos que "se dedique a lo suyo". **"El Estado no debería hacer la competencia**, a través de una sociedad pública que es de todos, a las empresas privadas, las cuales generamos negocio y puestos de trabajo", opina.

CEAV se mantiene vigilante

CEAV, por su parte, todavía no ha dado este paso. La Confederación, que se mostró especialmente crítica con el proyecto de diversificación de Correos, no tiene previsto, al menos de momento, presentar una denuncia. Su presidente, Carlos Garrido, explica a NEXOTUR que **"vamos a estar atentos y cualquier irregularidad que detectemos la denunciaremos e iremos a por ellos"**.

Como publicó NEXOTUR, Correos ha vuelto a entrar de lleno en la distribución turística. **Además de billetes de tren (AVE, media y larga distancia), también distribuye en sus 2.400 oficinas y vía web (entradas.correos.es) entradas a espectáculos y noches de hotel**. Comercializa estos productos gracias a una alianza con Happytren, propiedad de Viajes Trenpy.

Aunque todavía es pronto para calificar a Correos como una agencia de viajes, **la empresa ha vuelto a adentrarse de forma decidida en la distribución turística**. Cabe recordar que en el año 2008, mediante una alianza con Viajes Crisol (propiedad de Marsans) **creó la marca TurCorreos para vender recargas de talones de hotel**. Esta iniciativa, que despertó un gran rechazo por parte del Sector de agencias de viajes, se desvaneció a raíz de la quiebra del Grupo Marsans en el año 2010.

Con este nuevo proyecto, **Correos busca aprovechar el potencial de su red de oficinas** como canal de distribución por su capilaridad y cobertura (recibieron más de 93,5 millones de visitas a lo largo de 2018). Además, del total de sucursales, 1.297 se ubican en zonas rurales o de baja densidad de población en las que residen más de 15 millones de ciudadanos.

Fecha:
19.12.19

Gaceta del Turismo

ACAVE denuncia a Correos ante la Dirección General de Turismo de Madrid

Reproducimos artículo publicado por NEXOTOUR en su edición de hoy.



MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es



19/12/19

ACAIVE ha denunciado a Correos por intrusismo ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid. La Asociación, la primera en dar este paso, está convencida de que la empresa estatal "está incumpliendo la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados".

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAIVE) pasa a la acción y denuncia a Correos por intrusismo. En declaraciones a NEXOTUR, su presidente, Martí Sarrate, detalla que han presentado la demanda ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid. "En un primero momento barajamos hacerlo ante la Agencia Catalana de Consumo, pero finalmente acudimos a la Comunidad de Madrid porque la central de Correos está allí", explica.

Reclama que Correos sea objeto de una inspección

Sarrate, que califica de "cachondeo" el hecho de que Correos se adentre en la distribución de productos y servicios turísticos, está convencido de que "están incumpliendo la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados". "Lo hemos comprobado y nos hemos cerciorado antes de presentar la demanda", aclara. La pretensión de ACAIVE es que Correos sea objeto de una inspección para determinar si está actuando acorde a la legalidad.

Como conclusión, recomienda a Correos que "se dedique a lo suyo". "El Estado no debería hacer la competencia, a través de una sociedad pública que es de todos, a las empresas privadas, las cuales generamos negocio y puestos de trabajo", opina.

CEAV se mantiene vigilante

CEAV, por su parte, todavía no ha dado este paso. La Confederación, que se mostró especialmente crítica con el proyecto de diversificación de Correos, no tiene previsto, al menos de momento, presentar una denuncia. Su presidente, Carlos Garrido, explica a NEXOTUR que "vamos a estar atentos y cualquier irregularidad que detectemos la denunciaremos e iremos a por ellos".

Como publicó NEXOTUR, Correos ha vuelto a entrar de lleno en la distribución turística. Además de billetes de tren (AVE, media y larga distancia), también distribuye en sus 2.400 oficinas y vía web (entradas.correos.es) entradas a espectáculos y noches de hotel. Comercializa estos productos gracias a una alianza con Happytren, propiedad de Viajes Trenpy.

Aunque todavía es pronto para calificar a Correos como una agencia de viajes, la empresa ha vuelto a adentrarse de forma decidida en la distribución turística. Cabe recordar que en el año 2008, mediante una alianza con Viajes Crisol (propiedad de Marsans) creó la marca TurCorreos para vender recargas de talones de hotel. Esta iniciativa, que despertó un gran rechazo por parte del Sector de agencias de viajes, se desvaneció a raíz de la quiebra del Grupo Marsans en el año 2010.

Con este nuevo proyecto, Correos busca aprovechar el potencial de su red de oficinas como canal de distribución por su capilaridad y cobertura (recibieron más de 93,5 millones de visitas a lo largo de 2018). Además, del total de sucursales, 1.297 se ubican en zonas rurales o de baja densidad de población en las que residen más de 15 millones de ciudadanos.

Acceso al artículo de NEXOTOUR pinchando [aquí](#)

Edición España. Ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid por incumplir la Ley de Viajes Combinados

ACAVE se adelanta a CEAV y denuncia a Correos por vender billetes de Renfe

Sarrate, indignado: "Esto no puede ser, es una empresa pública para más inri, es competencia desleal"

19 DICIEMBRE, 2019



La asociación [ACAVE](#) no ha querido esperar por [CEAV](#) y ya ha presentado una denuncia contra [Correos](#) por incumplir la [Ley de Viajes Combinados](#) con [la venta de billetes de Renfe](#), según ha confirmado este jueves a HOSTELTUR su presidente, [Martín Sarrate](#).

La denuncia se presentó **el pasado 25 de noviembre en la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid**, por ser el lugar **donde está situada la sede central de Correos**. [CEAV por su parte está preparando otra denuncia paralela que puede extenderse también a Renfe, como adelantó este diario.](#)

Sarrate explica que han actuado **contra Correos, "no contra Renfe por el momento"**, porque la empresa de servicios postales "es la que ofrece viajes en su plataforma y en sus oficinas por lo que incumple la **Ley de Viajes Combinados y Servicios Vinculados**, aunque detrás haya alguna agencia".

El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas afirma que "si a nosotros se nos exigen fianzas tiene que ser igual para otros".

Califica la situación actual de **"cachondeo"** porque [ya han tenido que denunciar a cinco aerolíneas](#) por vender viajes combinados sin garantías y recuerda que **"la ley tiene que ser igual para todos"**.

El presidente de ACAVE no esconde su indignación ante el paso que ha dado Correos. "Esto no puede ser, es una empresa pública para más inri, es una competencia desleal y **puede tener un efecto multiplicador y luego terminar vendiendo viajes del Imsero** o lo que sea".



Correos vende en sus 2.400 oficinas billetes de Renfe desde el pasado mes de noviembre.

Sobre el motivo por el que no han presentado una denuncia conjunta con CEAV, el presidente de ACAVE explica que **"nos gusta llevar la iniciativa y somos autónomos"** con respecto a la Confederación Española de Agencias de Viajes.

"Hemos creído que **teníamos que defender los intereses del sector y de nuestros asociados**" y por ello ha sido el equipo jurídico de ACAVE el que ha decidido actuar, aunque añade que están **abiertos a sumarse también a la denuncia que presente CEAV, si se plantea en la reunión del próximo comité.**

Por otro lado, lamenta que tengan que ser las asociaciones empresariales las que decidan denunciar estos incumplimientos de la ley cuando entiende que **es una labor que le corresponde a los órganos de inspección de Consumo o de Turismo de las comunidades autónomas.**

Por todo ello, confía en **que la Comunidad de Madrid actúe "de manera ágil y con rapidez"** porque se trata de **"un caso de envergadura"**.

El pasado mes de octubre las dos empresas de capital público anunciaron un acuerdo comercial para que los viajeros de Renfe pudieran comprar billetes de tren en las oficinas de Correos. Al mes siguiente, la empresa ferroviaria anunció por todo lo alto que estrenaba 2.400 nuevos puntos de venta, en referencia a las sucursales que tiene Correos por toda España

Las agencias de viajes alertan de una ralentización de la actividad de cara a este invierno

Publicado 20/12/2019 11:55:22 CET



ObservaTUR presenta una nueva edición de su informe de temporada - EUROPA PRESS

Los viajeros buscan más personalización y más sostenibilidad

MADRID, 20 Dic. (EUROPA PRESS) -

Los destinos nacionales ofrecen un contexto de cierta estabilidad, aunque depende del destino. Las expectativas más positivas para el próximo invierno se observan en los espacios naturales, mientras las playas islas y destinos rurales empeorarían ligeramente. En el caso de los circuitos nacionales, la previsión se mantiene en números parecidos.

Los cambios más acentuados afectarían a los destinos internacionales que tienen un balance más negativo. Esa previsión a la baja incidiría en los desplazamientos a las capitales y circuitos europeos y en los viajes de larga distancia, mientras que los cruceros mantienen unas expectativas similares. La previsión más negativa se registraría en los viajes de aventura, mientras que los viajes al Caribe pierden el tono positivo del invierno pasado.

TENDENCIAS DE FUTURO: LA PERSONALIZACIÓN

Según los resultados de la encuesta, la personalización sigue siendo una de las tendencias más demandadas por los viajeros españoles, unido a la importancia de la transformación digital, así como la importancia de la sostenibilidad. Para los agentes de viajes la importancia de este aspecto se incrementa cada año y la mayoría considera que su implicación con este tema debería aumentar.

La llegada de otra crisis económica, seguida de la incertidumbre política son los principales riesgos que se perciben desde las agencias para el sector turístico durante los próximos meses. Por ello instan a un marco político "más sereno y estable".

La quiebra de Thomas Cook el pasado mes de septiembre no ha tenido una incidencia destacada en las agencias de viajes españoles "más allá del puramente afectivo" por ser una agencia histórica. Todas las rutas de Thomas Cook se han cubierto por otros operadores turísticos y el impacto al producirse fuera de la temporada turística también ha sido menor y ha podido ser afrontado con garantías.

Los expertos consideran que los viajes en España continuarán en una fase expansiva y de crecimiento en todo el mundo y que España seguirá teniendo una posición de liderazgo en el mercado del turismo y los viajes. Y es la cultura de los viajes se está convirtiendo en un "hecho irrenunciable" para los españoles que cada vez desestacionalizan más sus viaje y realizan mas desplazamientos a lo largo del año.

Respecto a los destinos los viajes de turismo y playa seguirán manteniendo su preponderancia entre los españoles, registrándose además un tirón por parte del turismo de interior, el de negocios y el de cruceros.

Los destinos mediterráneos competidores como Túnez, Turquía o Egipto continúan su proceso de recuperación, mientras que en el largo radio aumentan los viajes a países como Latinoamérica y Asia. Y es que según el informe el viaje español viaja al extranjero con mayor frecuencia y opta por otras fórmulas turísticas.

En el terreno nacional la llegada de la alta velocidad de bajo coste podría afectar de forma importante a sectores como el del autobús. En este punto desde Confebús se asegura que se mostrarán "alerta" para evitar una "indebida competencia" ya que se trata "una compañía pública fuertemente subvencionada". "Evidentemente tendrá un impacto tremendo en las líneas coincidentes, aunque lo cierto es que el AVE no compite en la llegada a destinos intermedios", explican desde la Asociación.

En este punto desde UNAV se ha mostrado su apoyo contundente a ACAVE quien ha denunciado a la compañía Correos por incumplir la Ley de viajes Combinados con la venta de billetes de Renfe. La Asociación denuncia la "competencia desleal" y el "intrusismo directo" que esto supone y asegura que requerirá a las autoridades competentes que se cumpla con la normativa y que se les pida los mismos requerimientos que a ellos en el ejercicio de la actividad.

Las agencias constatan que la personalización y las ofertas complementarias son las tendencias que más impacto tendrán en su negocio en 2020

ObservaTUR da a conocer las principales pautas de comportamiento del viajero nacional y las tendencias que marcarán el nuevo ciclo.



📍 Miembros de ObservaTUR este viernes durante la presentación del informe.



20/12/19

Las agencias de viajes españolas muestran un tono ligeramente más pesimista para este invierno con cierta ralentización de la actividad respecto al pasado año, según los datos del cuarto informe de Temporada del Observatorio Nacional del Turismo Emisor (ObservaTUR) presentado este viernes, que detectan también un aumento de la personalización, la desestacionalización y una mayor búsqueda de la sostenibilidad por parte de los viajeros españoles.

El tono pesimista de este nuevo periodo se produce a partir de un cruce de diferentes variables: un retraso en la contratación de reservas efectuadas en Navidad, una rebaja de la duración prevista para los viajes, el tipo de reserva, unido a las caídas de las expectativas sobre el tipo de destino tanto para viajes nacionales como internacionales.

No obstante, los expertos aseguran que se tratan de oscilaciones a la baja, débiles en intensidad, por lo que estiman que el cambio de ciclo sería incipiente y todavía no se revelaría de forma acusada.



En la presentación del informe este viernes han estado presentes representantes de las entidades patrocinadoras de ObservaTUR, entre las que se encuentran empresas como Amadeus España, Viajes Carrefour, Iberia, Movelia, Confibus, Beroni, Aon o la Unión Nacional de Agencias de Viajes (UNAV) que han mostrado su confianza en la fortaleza del sector.

Uno de los elementos destacados por el informe de temporada es la baja antelación con la que los españoles programan sus viajes, que se puede comprobar con las reservas de Navidad y es más llamativo en el caso de las vacaciones de Semana Santa: solo el 17% de los viajeros ya han tramitado sus reservas para este periodo.

Los destinos nacionales ofrecen un contexto de cierta estabilidad, aunque depende del destino. Las expectativas más positivas para el próximo invierno se observan en los espacios naturales, mientras las playas islas y destinos rurales empeorarían ligeramente. En el caso de los circuitos nacionales, la previsión se mantiene en números parecidos.

Los cambios más acentuados afectarían a los destinos internacionales que tienen un balance más negativo. Esa previsión a la baja incidiría en los desplazamientos a las capitales y circuitos europeos y en los viajes de larga distancia, mientras que los cruceros mantienen unas expectativas similares. La previsión más negativa se registraría en los viajes de aventura, mientras que los viajes al Caribe pierden el tono positivo del invierno pasado.

Tendencias de futuro

Según los resultados de la encuesta, la personalización sigue siendo una de las tendencias más demandadas por los viajeros españoles, unido a la importancia de la transformación digital, así como la importancia de la sostenibilidad. Para los agentes de viajes la importancia de este aspecto se incrementa cada año y la mayoría considera que su implicación con este tema debería aumentar.

La llegada de otra crisis económica, seguida de la incertidumbre política son los principales riesgos que se perciben desde las agencias para el sector turístico durante los próximos meses. Por ello instan a un marco político "más sereno y estable".

La quiebra de Thomas Cook el pasado mes de septiembre no ha tenido una incidencia destacada en las agencias de viajes españoles "más allá del puramente afectivo" por ser una agencia histórica, ha señalado Carlos Garrido, presidente de CEAV, Confederación Empresarial de Agencias de Viajes. Todas las rutas de Thomas Cook se han cubierto por otros operadores turísticos y el impacto al producirse fuera de la temporada turística también ha sido menor y ha podido ser afrontado con garantías.

Los expertos consideran que los viajes en España continuarán en una fase expansiva y de crecimiento en todo el mundo y que España seguirá teniendo una posición de liderazgo en el mercado del turismo y los viajes. Y es la cultura de los viajes se está convirtiendo en un "hecho irrenunciable" para los españoles que cada vez desestacionalizan más sus viaje y realizan mas desplazamientos a lo largo del año.

Respecto a los destinos los viajes de turismo y playa seguirán manteniendo su preponderancia entre los españoles, registrándose además un tirón por parte del turismo de interior, el de negocios y el de cruceros.

Los destinos mediterráneos competidores como Túnez, Turquía o Egipto continúan su proceso de recuperación, mientras que en el largo radio aumentan los viajes a países como Latinoamérica y Asia. Y es que según el informe el viaje español viaja al extranjero con mayor frecuencia y opta por otras fórmulas turísticas.

En el terreno nacional la llegada de la alta velocidad de bajo coste podría afectar de forma importante a sectores como el del autobús. En este punto, Rafael Barbadillo, presidente de Confibus, Confederación Española de Transporte en Autobús, asegura que se mostrarán "alerta" para evitar una "indebida competencia" ya que se trata de "una compañía pública fuertemente subvencionada". "Evidentemente tendrá un impacto tremendo en las líneas coincidentes, aunque lo cierto es que el AVE no compite en la llegada a destinos intermedios", ha explicado Barbadillo.

Por otra parte, desde CEAV Carlos Garrido ha mostrado su apoyo contundente a ACAVE, Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas, que ha denunciado a Correos por incumplir la Ley de viajes Combinados con la venta de billetes de Renfe en las oficinas de Correos. Garrido denuncia la "competencia desleal" a las agencias y el "intrusismo directo" que esto supone y asegura que requerirá a las autoridades competentes que se cumpla con la normativa y que se les pida los mismos requerimientos que a ellos en el ejercicio de la actividad.

AGENCIAS DE VIAJES

Los destinos de nieve concentran las reservas esta Navidad

Las estaciones de esquí leridanas prevén la venta de 230.000 forfaits estas fiestas

La contratación de viajes de larga distancia aumenta la semana próxima por los festivos en miércoles y jueves



Eduardo López Alonso

Barcelona - Sábado, 21/12/2019 | Actualizada 23/12/2019 - 13:08



Esquiadores en un telesilla de Baqueira Beret. / **BAQUEIRA BERET**

El calendario favorable, en el que los festivos caen a mediados de semana, invita a pensar al **sector turístico** que esta **Navidad** supondrá un aumento de la actividad para las agencias de viajes del 5%. Según las previsiones de la patronal de agencias turísticas **Acave** el 45% de las reservas para estas fechas recaerán en destinos de nieve, especialmente concentradas durante la semana de Fin de Año y de Reyes. El Patronat de Turisme de la Diputació de Lleida confirma también las buenas perspectivas de ocupación, especialmente en las zonas del Pirineo con estaciones de esquí. Así, estima una media de ocupación turística en el Pirineo de Lleida de en torno al 80% y que las estaciones de esquí leridanas vendan estas fiestas navideñas más de 230.000 forfaits.

Existe incertidumbre sobre el estado de la nieve ante las temperaturas relativamente altas. En el caso de las estaciones de esquí nórdico, solo se prevé que abrirán para usos turísticos y raquetas. Port del Compte y Tavascan están pendientes de la evolución meteorológica. El resto de instalaciones de alpino, Baqueira Beret, Boí Taüll, Espot y Port Ainé, disponen de buenos espesores de nieve y encaran las fiestas con buenos augurios. En Girona, Valter y Núria también abrirán sus puertas.

La mejor ocupación se producirá del 29 de diciembre hasta el miércoles 1 de enero, cuando muchos establecimientos de hostelería, turismo rural y apartamentos turísticos, así como los 315 bungalows situados en la treintena de campings del conjunto de la demarcación que quedan abiertos para estas fechas, pondrán el cartel de completo.

Viajes al extranjero

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia a destinos como Japón, China o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", aseguraba recientemente el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Negocio con los Dinkies

Las agencias de viaje con sede física resaltan la oportunidad de negocio que existe alrededor de los más mayores. Los jubilados son un colectivo con poder adquisitivo y mejor salud media que en el pasado. En torno al 20% de la población española serán jubilados este 2020. Entre los colectivos englobados en público objetivo interesante se incluyen también los denominados Dinkies o parejas con ingresos regulares sin hijos pero con tiempo y dinero para el ocio. Según las estadísticas del sector, los Dinkies viajan 3,14 veces al año, mientras que la media es de 2,36. Público objetivo.

Denuncia a Correos, Imserso, fusión Halcón-Ávoris, convenio, TUI...

22 DICIEMBRE, 2019

TUI aspira a convertirse en el "Amadeus" de los hoteles independientes

Barceló y Globalia aún no han notificado la fusión a Competencia

Bloqueo total en la negociación del convenio de las agencias de viajes



Estas son las noticias de [Intermediación](#) que debe asegurarse de conocer antes de empezar la nueva semana. Feliz domingo.



[ACAVE se adelanta a CEAV y denuncia a Correos por vender billetes de Renfe](#)

La asociación ACAVE no ha querido esperar por CEAV y ya ha presentado una denuncia contra Correos por incumplir la Ley de Viajes Combinados con la venta de billetes de Renfe, según ha confirmado este jueves a HOSTELTUR su presidente, Martín Sarrate.

[CEAV denunciará el acuerdo de Renfe para vender billetes en Correos](#)

La alianza comercial de Renfe y Correos para vender billetes en las oficinas postales le puede salir cara a las dos empresas públicas. La Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) ha ordenado a su equipo jurídico que prepare una denuncia formal contra este acuerdo porque considera que existe "intrusismo profesional" en una actividad de intermediación de viajes que corresponde por ley a las agencias, según ha adelantado a HOSTELTUR su presidente Carlos Garrido.



CEAV y ACAVE acusa a Correos de intrusismo con la venta de billetes de Renfe.

El Imsero corrige un agravio: las agencias participarán en su reforma

Después de mucho insistir, las agencias de viajes lo han logrado. El Imsero finalmente las ha invitado a participar en la próxima reforma del programa de vacaciones. Así lo ha confirmado a HOSTELTUR el presidente de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV), Carlos Garrido.

Imserso: las reservas a Cataluña se recuperan tras el "parón" inicial

Tras el "parón" inicial de las reservas de los viajeros del Imserso a Cataluña por los disturbios de Barcelona del pasado mes de octubre, los destinos catalanes se han recuperado "bastante" en las últimas semanas, según ha confirmado a HOSTELTUR Fina Muñoz, consejera delegada de IAG7 Viajes, una de las tres empresas que integra la UTE Mundiplan, junto con Iberia y Alsa, y que esta temporada es la encargada de la comercialización de los destinos de la costa peninsular del programa de vacaciones.

Barceló y Globalia aún no han notificado la fusión a Competencia

Los grupos Barceló y Globalia aún no han notificado a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) la fusión de sus divisiones de viajes que acordaron el pasado 25 de noviembre. Desde Barceló han confirmado a HOSTELTUR que después de haber mantenido distintas reuniones con Competencia se espera que toda la documentación esté en regla para su presentación antes de que acabe el año.

Bloqueo total en la negociación del convenio de las agencias de viajes

Casi un año después de que se constituyera la comisión negociadora del nuevo convenio colectivo estatal de agencias de viajes, la negociación está "totalmente bloqueada" al defender la patronal y los sindicatos unas posiciones muy distanciadas tanto por el Nuevo Reglamento Laboral (NOL) como por el aumento salarial. Las centrales piden una subida del 2,5% mientras que CEAV pone sobre la mesa un tope del 1% anual para los próximos tres años.

TUI aspira a convertirse en el "Amadeus" de los hoteles independientes

TUI Group tiene al ámbito hotelero como una de sus principales divisiones en las que se apoya para seguir creciendo. Pero además de la faceta que ha estado desarrollando en los últimos años con hoteles de marcas propias y específicamente con la expansión de TUI Blue, el turoperador trata de captar a los hoteles independientes mostrándoles su propuesta de valor.

Fosun relanzará la marca Thomas Cook en 2020 para captar clientes europeos

El grupo chino Fosun International que anunció la compra de la marca del quebrado turoperador británico Thomas Cook por 11 millones de libras (12,75 millones de euros) a primero de noviembre, según informó HOSTELTUR en Fosun compra la marca Thomas Cook por 13 M € tras ser rechazado TUI, planea relanzar la insignia a nivel internacional en la primera mitad de 2019.

El fondo soberano de Abu Dhabi entra en el accionariado de FTI Group

Abu Dhabi Developmental Holding Company (ADDH) y el alemán FTI Group han formalizado un acuerdo para la entrada del fondo soberano en el accionariado del grupo de turoperación e impulsar la posición de Abu Dhabi como destino turístico a nivel internacional. La alianza supone que ADDH inyectará 100 millones de euros en FTI con la que fortalecer la estrategia de su modelo de integración vertical.

Fecha:
23.12.19

CÓRDOBA

TURISMO

Las agencias de viajes niegan cancelaciones por las huelgas de París

El 8% de los españoles que saldrán al extranjero lo harán a París, según Acave



Manifestación en París contra la reforma de las pensiones este martes. - AFP / AURORE MESSENGER

EDUARDO LÓPEZ ALONSO
23/12/2019



MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es

Las huelgas de París no han tenido un impacto directo en cancelaciones de viajes en España. Pese a que los hoteles parisinos aseguran que están a un 50% de ocupación respecto de otros años, las agencias de viajes españolas y las aerolíneas no han detectado cancelaciones. El presidente de la patronal de las agencias de viaje Acave, Martí Serrate, aseguró este lunes que no se han producido cancelaciones en este destino habitual en estas fechas: "Muchas familias van a Disney con viajes programados con anticipación y no cancelan por estas circunstancias". "La ciudad de París, por la conectividad que ofrece el tren de alta velocidad y la frecuencia de vuelos tiene un porcentaje bastante alto de atracción de turistas españoles, yo diría que en torno al 8% de los que salen durante estos días a otros países", explicó Serrate.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia por como han caído las fiestas y la posibilidad de sumar días de vacaciones restantes. "La gente aprovecha las fiestas, especialmente desde final de año hasta Reyes", explicó Serrate. Destinos como Japón, China, EEUU o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali, han tenido especial éxito de ventas en las agencias de viajes este año. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", asegura el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Fecha:
23.12.19

de Aragón
el Periódico

TURISMO

Las agencias de viajes niegan cancelaciones por las huelgas de París

El 8% de los españoles que saldrán al extranjero lo harán a París, según Acave



Manifestación en París contra la reforma de las pensiones este martes. - AFP / AURORE MESSENGE

EDUARDO LÓPEZ ALONSO

23/12/2019



MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es

Las huelgas de París no han tenido un impacto directo en cancelaciones de viajes en España. Pese a que los hoteles parisinos aseguran que están a un 50% de ocupación respecto de otros años, las agencias de viajes españolas y las aerolíneas no han detectado cancelaciones. El presidente de la patronal de las agencias de viaje Acave, Martí Serrate, aseguró este lunes que no se han producido cancelaciones en este destino habitual en estas fechas: "Muchas familias van a Disney con viajes programados con anticipación y no cancelan por estas circunstancias". "La ciudad de París, por la conectividad que ofrece el tren de alta velocidad y la frecuencia de vuelos tiene un porcentaje bastante alto de atracción de turistas españoles, yo diría que en torno al 8% de los que salen durante estos días a otros países", explicó Serrate.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia por como han caído las fiestas y la posibilidad de sumar días de vacaciones restantes. "La gente aprovecha las fiestas, especialmente desde final de año hasta Reyes", explicó Serrate. Destinos como Japón, China, EEUU o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali, han tenido especial éxito de ventas en las agencias de viajes este año. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", asegura el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Fecha:
23.12.19

TURISMO

Las agencias de viajes niegan cancelaciones por las huelgas de París

El 8% de los españoles que saldrán al extranjero lo harán a París, según Acave



Manifestación en París contra la reforma de las pensiones este martes. - AFP / AURORE MESSAGE

EDUARDO LÓPEZ ALONSO

23/12/2019



Las huelgas de París no han tenido un impacto directo en cancelaciones de viajes en España. Pese a que los hoteles parisinos aseguran que están a un 50% de ocupación respecto de otros años, las agencias de viajes españolas y las aerolíneas no han detectado cancelaciones. El presidente de la patronal de las agencias de viaje Acave, Martí Serrate, aseguró este lunes que no se han producido cancelaciones en este destino habitual en estas fechas: "Muchas familias van a Disney con viajes programados con anticipación y no cancelan por estas circunstancias". "La ciudad de París, por la conectividad que ofrece el tren de alta velocidad y la frecuencia de vuelos tiene un porcentaje bastante alto de atracción de turistas españoles, yo diría que en torno al 8% de los que salen durante estos días a otros países", explicó Serrate.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia por como han caído las fiestas y la posibilidad de sumar días de vacaciones restantes. "La gente aprovecha las fiestas, especialmente desde final de año hasta Reyes", explicó Serrate. Destinos como Japón, China, EEUU o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali, han tenido especial éxito de ventas en las agencias de viajes este año. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", asegura el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Fecha:
23.12.19

el Periódico

EDICIÓN CATALUNYA
EDICIÓN GLOBAL

TURISMO

Las agencias de viajes niegan cancelaciones por las huelgas de París

El 8% de los españoles que saldrán al extranjero lo harán a París, según Acave



Manifestación en París contra la reforma de las pensiones este martes. - AFP / AURORE MESSAGE

EDUARDO LÓPEZ ALONSO

23/12/2019



MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 - 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es

Las huelgas de París no han tenido un impacto directo en cancelaciones de viajes en España. Pese a que los hoteles parisinos aseguran que están a un 50% de ocupación respecto de otros años, las agencias de viajes españolas y las aerolíneas no han detectado cancelaciones. El presidente de la patronal de las agencias de viaje Acave, Martí Serrate, aseguró este lunes que no se han producido cancelaciones en este destino habitual en estas fechas: "Muchas familias van a Disney con viajes programados con anticipación y no cancelan por estas circunstancias". "La ciudad de París, por la conectividad que ofrece el tren de alta velocidad y la frecuencia de vuelos tiene un porcentaje bastante alto de atracción de turistas españoles, yo diría que en torno al 8% de los que salen durante estos días a otros países", explicó Serrate.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia por como han caído las fiestas y la posibilidad de sumar días de vacaciones restantes. "La gente aprovecha las fiestas, especialmente desde final de año hasta Reyes", explicó Serrate. Destinos como Japón, China, EEUU o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali, han tenido especial éxito de ventas en las agencias de viajes este año. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", asegura el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Fecha:
23.12.19

EDUARDO LÓPEZ ALONSO
23/12/2019

Compartir:  



 Enviar

    0

Las huelgas de París no han tenido un impacto directo en cancelaciones de viajes en España. Pese a que los hoteles parisinos aseguran que están a un 50% de ocupación respecto de otros años, las agencias de viajes españolas y las aerolíneas no han detectado cancelaciones. El presidente de la patronal de las agencias de viaje Acave, Martí Serrate, aseguró este lunes que no se han producido cancelaciones en este destino habitual en estas fechas: "Muchas familias van a Disney con viajes programados con anticipación y no cancelan por estas circunstancias". "La ciudad de París, por la conectividad que ofrece el tren de alta velocidad y la frecuencia de vuelos tiene un porcentaje bastante alto de atracción de turistas españoles, yo diría que en torno al 8% de los que salen durante estos días a otros países", explicó Serrate.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia por como han caído las fiestas y la posibilidad de sumar días de vacaciones restantes. "La gente aprovecha las fiestas, especialmente desde final de año hasta Reyes", explicó Serrate. Destinos como Japón, China, EEUU o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali, han tenido especial éxito de ventas en las agencias de viajes este año. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

Las agencias de viajes destacan también el incremento de las contrataciones de paquetes turísticos con destino a Egipto y de rutas y safaris en parques nacionales africanos. Estos destinos concentran entre el 5% y el 7% de las reservas. El precio de los safaris se ha recortado hasta encontrar opciones a partir de 1.000 euros.

Acave calcula que el 20% de las reservas para estas fechas son a capitales europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena. En torno al 15% de las reservas se han centrado en destinos del resto de España, con auge de poblaciones como Madrid y Vigo. La actividad de las agencias de viaje se ha visto reforzada en los últimos años en su faceta de receptora de turistas extranjeros, gracias a la potencia de la marca Barcelona.

"No estamos notando signos de desaceleración", asegura el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Según estas condiciones generales, el pasajero afectado tiene que ser quien presente la reclamación directamente a la compañía y solo si la misma es denegada o no es contestada en el plazo de 30 días, el pasajero puede delegar esta reclamación en un tercero para su tramitación. Acave considera que estas cláusulas son una clara limitación del derecho a reclamar y son contrarias a la normativa vigente, pues cualquier persona puede ejercer su derecho a reclamar por si misma o puede delegar esta tarea a un tercero.

Acave ya ha empezado a recibir las primeras denegaciones de Vueling a tramitar reclamaciones en base a lo establecido en estas cláusulas. Dentro de los servicios que ofrece Acave se encuentra la tramitación gratuita de las reclamaciones presentadas con motivo de cancelaciones, retrasos y 'overbookings' para pasajeros que hayan contratado sus billetes a través de agencias de viajes asociadas, facilitando de esta forma que el pasajero afectado pueda presentar su reclamación de manera fácil y que éste pueda cobrar la totalidad de la compensación establecida en la legislación vigente, sin coste alguno.

Europa, un gigante turístico que actúa como un enano

La coordinación de políticas turísticas dentro de la Unión Europea brilla por su ausencia, lamenta Michel de Blust, exsecretario general de ECTAA

24 DICIEMBRE, 2019

"El sector turístico está completamente ausente de las políticas de la Comisión Europea para los próximos cinco años"

"Tenemos que volver a poner el turismo en la agenda europea. O perderemos muchas oportunidades"

"El turismo fue la industria más resistente en anteriores crisis. Este es el mensaje que podemos pasar a nivel europeo"



Europa es un gigante turístico que actúa como un enano. Pese a ser la región del mundo que más turistas internacionales recibe (representa el 51% de las llegadas a nivel global) la coordinación de políticas turísticas dentro de la **Unión Europea** brilla por su ausencia. La advertencia procede de Michel de Blust, quien durante tres décadas ha sido secretario general de ECTAA, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores con sede en Bruselas.



Michel de Blust participó recientemente en el Foro Acave, donde recibió un reconocimiento por su labor **al frente de ECTAA desde 1989 hasta 2019**.

Y es que este veterano profesional ha representado a las agencias de viajes y turoperadores ante la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, la OMT, etc, durante tres décadas.

En la jornada organizada por Acave, Michel de Blust repasó lo que son, a su juicio, **los cuatro grandes desafíos que afronta la industria turística europea en 2020**.

"El turismo está completamente ausente de las políticas de la Comisión Europea para los próximos cinco años"

De hecho, según añadió, **"apenas se cita al turismo en los documentos de planificación a cinco años** que han preparado hasta ahora en la Comisión Europea".

Y este vacío supone "un gran desafío para toda la industria. Tenemos que volver a poner el turismo en la agenda europea. O **perderemos muchas oportunidades**".

Desaceleración económica

El segundo desafío que citó Michel de Blust fue la desaceleración económica que se prevé para 2020 en la Unión Europea.

Sin embargo, añadió, "podemos aprender de las crisis anteriores. En 2009, por ejemplo, **el sector turístico fue la industria más resistente y la que más rápidamente se recuperó**. El caso de Grecia fue paradigmático. Este es el mensaje que podemos pasar a nivel europeo", remarcó.

Sostenibilidad e impuestos

El tercer desafío tiene que ver con la sostenibilidad y el turismo responsable, según apuntó Michel de Blust.

"La sostenibilidad del turismo se ha convertido en **un asunto muy sensible** en ciudades como Barcelona. Y será algo fundamental en las próximas dos décadas, a nivel europeo y en sus Estados miembros".

Ahora bien, remarcó el exsecretario general de ECTAA, "la solución para la sostenibilidad no es poner más impuestos".

"Los impuestos al turismo hacen que los destinos sean más caros pero no resuelven el desafío de la sostenibilidad"

"Los políticos europeos dicen a menudo: '**¿Tenemos un problema?, pues le aplicamos un impuesto**'. Pero esto lastra la competitividad. Hace que los destinos sean más caros sin resolver el desafío de la sostenibilidad, que solo se puede atacar **si todos los actores implicados en el tiempo y el espacio colaboran juntos**".

Y es que según expuso Michel de Blust, el turismo es culpabilizado por los problemas relacionados con aglomeraciones o masificación, "pero esto es un asunto que debe resolverse a través de la gestión de las ciudades y del espacio público".

"El desafío es cómo manejar esas multitudes en el espacio y el tiempo", remarcó.

Brexit

El cuarto desafío al que se refirió Michel de Blust es la salida del Reino Unido de la Unión Europea, prevista para el próximo **31 de enero**.

"Es nuestro cliente número uno. **El Brexit va a afectar a todos los destinos europeos**", recordó.

En cualquier caso, puntualizó, "hemos desplegado planes de contingencia para intentar preservar la conectividad aérea y para que los visitantes británicos puedan seguir viajando a la UE sin visados ni mayores limitaciones en las fronteras".



Michel de Blust, acompañado de Martí Sarrate, presidente de Acave.

↳ [Galería de personajes](#)

Martí Sarrate

GALERIA DE PERSONAJES | Miércoles 25 de Diciembre de 2019, 06:00h

 Me gusta 0

 Compartir

 Twittear

 Share



El presidente de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), califica de "cachondeo" el hecho de que Correos se adentre en la distribución de productos y servicios turísticos. Martí Sarrate se muestra convencido de que "están incumpliendo la Ley de Viajes Combinados y Servicios de Viaje Vinculados". "Lo hemos comprobado y nos hemos cerciorado antes de presentar la demanda" ante la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid, aclara. La pretensión de ACAVE es que Correos sea objeto de una inspección para determinar si está actuando acorde a la legalidad.

Les estacions d'esquí s'ompliran fins al dia de Reis

- L'ocupació turística al Pirineu de Lleida serà del 80%
- Les comarques gironines vorejaran el ple d'ocupació per Cap d'Any
- El dia que més moviment hi haurà serà el 29



Les estacions d'esquí s'ompliran fins al dia de Reis



MIREIA ROURERA - BARCELONA

Lleida preveu una bona ocupació durant aquestes festes. Passat Nadal i Sant Esteve, ara s'espera una allau de turistes per Cap d'Any i Reis, especialment a les zones del Pirineu amb estacions d'esquí. La millor ocupació es produirà del 29 de desembre fins al dimecres 1 de gener, quan molts establiments d'hoteleria, turisme rural i apartaments turístics, així com els bungalows situats a la trentena de càmpings del conjunt de la demarcació que estan oberts per aquestes dates, posaran el cartell de complet. El Patronat de la Diputació de Lleida estima que la mitjana d'ocupació turística de les festes haurà estat a l'entorn del 80% i que les estacions d'esquí acabaran venent més de 230.000 forfets, sempre que les condicions meteorològiques acompanyin. La pluja del darrer cap de setmana ha fet canviar les bones perspectives que hi havia per a les estacions de nòrdic, que amb la situació actual només estaran obertes per a usos turístics i raquetes, com també el complex d'alpí de Port del Comte, que està avaluant la part que obrirà aquests dies. En la mateixa situació es troba l'estació mixta de Tavascan. La resta d'instal·lacions d'alpí, Baqueira-Beret, Boí Taüll, Espot i Port Ainé, disposen de bons gruixos de neu i afronten les festes amb bons auguris.

Els dies que més s'ompliran les comarques de Lleida són els que van del 29 de desembre fins a l'1 de gener. Pràcticament en tots els sectors d'allotjament turístic hi ha prevista una ocupació entre el 95% i la plena ocupació a les zones del Pirineu. A partir del dia 2 de gener i fins a la vigília de Reis, es preveu que també tingui un bon comportament, encara que inferior. En conjunt, l'ocupació entre el 2 i el 5 de gener es podria situar al voltant del 70% a les zones amb estacions d'esquí, i per sota a la resta, en les diferents tipologies d'allotjament turístic reglat. El sector dels bungalows està notant en aquest tran d'abans de Reis un increment en el nombre de reserves, així com els establiments de turisme rural de la zona de la plana de Lleida.

Comarques de Girona

També a les estacions d'esquí del Pirineu de Girona, La Molina, Masella, Núria i Vallter 2000 i la d'esquí nòrdic Guils Fontanera, les expectatives són bones, i també s'espera una bona ocupació als hotels, les cases rurals i els càmpings de muntanya.

La Federació d'Hostaleria de les comarques gironines preveu una ocupació de fins al 80% durant aquestes festes nadalenques a l'interior i del 97% la nit de Cap d'Any al Ripollès i la Cerdanya. En canvi, s'espera menys afluència durant la setmana de Reis perquè la majoria dels hotelers tancaran els seus establiments per vacances. Per això, auguren una ocupació del 70% a la Cerdanya i el Ripollès i del 50% a la Garrotxa. Al litoral, on només hi ha entre un 20% i un 30% dels hotels oberts, esperen una ocupació aquesta setmana d'entre el 60% i el 70%. Per Cap d'Any, en canvi, preveuen una ocupació d'entre el 90% i el 95% a l'Alt Empordà, la Costa Brava centre i sud.

El sector de la restauració gironina augura també una bona ocupació per aquestes dates i espera més reserves entre demà i el 31 de desembre, per celebrar la nit de Cap d'Any, i l'1 de gener.

Per facilitar la connexió amb la Cerdanya, Renfe ha posat en servei el Tren Blanc, que uneix Barcelona i La Molina i Puigcerdà. Aquest tren especial de la línia R3 (l'Hospitalet de Llobregat-Puigcerdà, per Vic) circularà els caps de setmana i festius i estarà en funcionament fins al 13 d'abril.

Segons calculen els empresaris del sector, a Girona la majoria de les estades per aquestes dates són d'entre dues i tres nits, i els dies amb més ocupació seran avui divendres i el dimarts 31 de desembre. Pel que fa al perfil del turista majoritari, seran parelles i famílies catalanes, principalment de la ciutat de Barcelona i la rodalia, tot i que al Pirineu s'esperen turistes de les comarques gironines.

Costa Daurada

També la Costa Daurada és la destinació de molta gent que vol descansar o fer turisme cultural. Precisament l'Agència Catalana del Patrimoni Cultural (ACPC) posa en marxa a partir de l'1 de gener el carnet de la Ruta del Cister, que permet conèixer els tres monestirs (Poblet, Santes Creus i Vallbona de les Monges) per quinze euros. El principal avantatge és que el carnet tindrà una vigència de dos anys i que conté un codi QR que enllaça a una nova pàgina web amb informació en quatre idiomes dels tres conjunts patrimonials. La posada en marxa del carnet coincideix amb el 30è aniversari de la Ruta del Cister. A Tarragona, on hi haurà molta ocupació és a Port Aventura, a Vila-seca, on hi ha previst activitats de cara a Cap d'Any i Reis.

La capital catalana també espera l'arribada de molts turistes estrangers, sobretot a partir d'ahir, i especialment a finals de mes, ja que molts volen venir a Barcelona a passar la nit de Cap d'Any. L'aeroport del Prat preveu operar 15.307 vols fins al dia 7 de gener del 2020, segons Aena. L'oferta de seients d'aquests vols és de 2.861.233 places. El dia de més trànsit, segons les previsions d'Aena, és avui, amb 946 vols i 172.539 places.

LES XIFRES

230.000

forfets

preveuen vendre les estacions d'esquí de Lleida aquestes festes de Nadal.

15

euros

costarà a partir de l'1 de gener un tiquet per visitar Poblet, Santes Creus i Vallbona de les Monges.

El Berguedà, la millor destinació sostenible



La Pobla de Lillet, un destí del Berguedà EL PUNT AVUI



M.R

El Berguedà ha estat seleccionat com una de les 100 millors destinacions turístiques sostenibles del món per l'organització Green Destinations. La tria mostra l'aposta de la comarca pel turisme sostenible i de serveis adaptats al medi ambient i que busca clients que estiguin conscienciats amb l'entorn.

Mercats de Nadal a Europa

Les principals capitals europees –París, Roma, Viena, Praga, Londres, Berlín i Venècia– continuen sent el destí principal dels catalans que viatjaran fora aquestes festes de Nadal i Reis. Per què? Doncs perquè hi ha vols directes i s'hi arriba ràpid, són ciutats que es poden visitar força bé en quatre o cinc dies –els que la majoria de gent té de vacances– i són molt atractives per fer visites culturals i acabar de fer compres. Altres indrets cada any més visitats en aquesta època, sobretot per Nadal, són les ciutats del centre d'Europa, que s'han fet famoses pels mercats nadalencs.

“Aquest Nadal és molt possible que la venda de viatges s'incrementi més d'un 5% respecte a l'any passat”, explica Martí Sarrate, president de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave).

També confirma que creix el nombre de persones que es guarden festes per aquestes dates per fer viatges més llargs. Els Estats Units, amb Nova York com a destinació estel·lar (cal no oblidar que la festa de Cap d'Any a Central Park és una de les més emblemàtiques del món), i les Maldives, així com la Xina, el Japó, Vietnam, Mèxic i Tailàndia, són els destins llunyans més sol·licitats.

En aquest sentit, els viatges de llarg recorregut suposen avui dia el 10% de les reserves que s'han fet fins ara a les agències de viatges. "La gent el que fa és marxar a partir del dia 27 i tornar abans de Reis", assegura Sarrate, que manté que Egipte, Tunísia i el Marroc, gràcies a l'estabilitat que hi ha en aquestes zones, són destinacions del tot recuperades i que aquest any tornaran a ser molt visitades (sempre han tingut molt atractiu).

Un altre tipus de viatge, més familiar, que els darrers anys s'ha consolidat i que al principi era molt car però avui ja hi ha operadors que ofereixen preus força atractius és Lapònia. Les terres gelades i visitar la "casa" del Pare Noel és una de les últimes modes.

Una altra sortida familiar molt més assequible i cada any més demanada és Eurodisney (on els darrers anys fins i tot fan la cavalcada dels Reis). Els creuers, en canvi, en aquesta època de l'any no són significatius, tot i que sí que hi ha gent que té una setmana de vacances, perquè s'ha guardat dies, i decideix embarcar-se per anar a Dubai o al Carib, les dues destinacions hivernals més sol·licitades.

Guia per millorar la seguretat a la muntanya

L'Institut per al Desenvolupament i la Promoció de l'Alt Pirineu i Aran (Idapa) ha editat la guia Bona pràctica informativa a la muntanya. Consells adreçats als agents locals per informar bé, prevenir accidents i fomentar actituds responsables, que recull 30 recomanacions per informar sobre seguretat per contribuir a reduir el nombre d'accidents i de rescats, fomentar el respecte dels visitants per la natura i el patrimoni local i comunicar de manera més eficaç per aconseguir que els comportaments suggerits es portin a la pràctica. L'objectiu és orientar els guies perquè puguin oferir als turistes la informació més adequada.

Tiquet conjunt per visitar tres temples de Barcelona



Zona d'embarcament de l'aeroport del Prat J.L



Per primera vegada, tres dels principals temples amb atractiu turístic del centre de Barcelona posen en marxa una iniciativa conjunta de promoció. Sota la marca Medieval Soul ('ànima medieval'), ara es pot adquirir una entrada conjunta a la catedral de Barcelona, la basílica de Santa Maria del Mar i l'antic convent de Sant Pau del Camp. La perspectiva és que s'hi vagin afegint les entrades a altres edificis eclesiàstics. Actualment, cada any la catedral -un dels edificis més concorreguts de la ciutat- rep més de 2,5 milions de visites; Santa Maria del Mar està tenint unes 75.000 entrades, i Sant Pau del Camp, 10.000.

Oferta per viatjar a Seül fins al juliol del 2020

La companyia coreana Asiana Airlines llança aquest Nadal una oferta, que estarà disponible fins al 15 de gener, per volar l'any que ve de Barcelona a Seül (anada i tornada) des de 496 euros (incloses taxes) a través de flyasiana.com. L'oferta inclou els vols operats entre l'1 de març i el 31 de juliol del 2020.

Nova atracció turística: un túnel de vent per volar

S'acaba d'inaugurar a Cornellà de Llobregat, al costat del centre comercial Splau, el primer túnel de vent de Barcelona, una innovadora instal·lació tecnològica que permet gaudir de l'experiència de volar en un entorn totalment segur. És propietat de Windoor, que ja té el túnel d'Empuriabrava.

Fecha:
28.12.19

Gaceta del Turismo

Eva Blasco: "Se me plantean serias dudas sobre la adquisición de Air Europa por parte de IAG"



📍 Eva Blasco, presidenta de la CEV, Confederación Empresarial Valenciana.

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es



28/12/19

Defensora a ultranza del asociacionismo empresarial, Eva Blasco ocupa los cargos de vicepresidenta de Relaciones Internacionales de la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) y también vicepresidenta de Ivefa y de la Asociación de Comerciantes del Centro Histórico de Valencia.

Blasco es además socia de la Asociación Valenciana de Empresarios (AVE), integrante de la Alianza Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes WTAAA y de la Asociación Europea de Agencias de Viajes ECTAA. En esta última organización, fue la primera persona española en ocupar una Vicepresidencia de 2012 a 2016 y de 2018 a 2020 como representante de ACAVe.

La presidenta de la Confederación Empresarial Valenciana (CEV) ostenta otros puestos como integrante de la Mesa de Turismo, vocal de la Junta Directiva del Club de Encuentros Manuel Broseta y representante de Cámara Valencia, tanto en el Patronato de Turismo de Valencia como en el Comité Ejecutivo de la fundación Turismo Valencia.

En su condición de Presidenta de CEV Valencia, ¿qué valoración hace de cómo se ha comportado la economía este año?

Si bien hay evidencias de signos de ralentización de la economía, no puedo menos que realizar una valoración positiva, en especial si la comparamos con otras economías de nuestro entorno.

Eva, entramos en un año un tanto extraño, Feria Valencia con cambios en su estructura; el Ayuntamiento y el Puerto de València enfrentados por el impacto de la ampliación norte; y fuera de la Comunidad Valenciana, el procés; un gobierno estatal en funciones; etc. ¿Cómo vive estas situaciones el mundo empresarial valenciano?

No puedo negar que la vivimos con cierta preocupación, pues la estabilidad y la certidumbre son claves para la buena marcha de la economía, y qué duda cabe que las múltiples incertidumbres existentes no son buenos compañeros de viajes, en especial existiendo claros signos de ralentización económica. Afortunadamente las incertidumbres políticas, se mitigan en el ámbito autonómico y local, donde las fuerzas políticas sí que han sido capaces de "entenderse" y conformar gobiernos, a través de los pactos del Botanic II y Rialto.

Por lo que respecto a temas más locales como el de la ampliación del Puerto y la Feria, resaltar respecto al Puerto que desde CEV confiamos y esperamos que finalmente se anteponga la creación de riqueza y competitividad de nuestra economía a cualesquiera otros intereses, no frenando una inversión clave para el futuro de nuestro Puerto. Y respecto a Feria, no puedo menos que felicitar a las organizaciones empresariales (CEV y Cámara) porque hemos sido capaces de mantenernos en la gestión de la Feria y así tomar parte en la decisión sobre el futuro modelo, centrando el debate en que Feria queremos, con independencia de la persona que la presida, pues su perfil dependerá del modelo que se defina.

Hace unos días se han reunido para hablar sobre los problemas que preocupan a los empresarios ¿cómo van nuestros sectores tradicionales y las cifras de paro?

La actividad de CEV Comunitat Valenciana y CEV Valencia me atrevería a calificarla de frenética, por tanto más que de reuniones esporádicas, debo recalcar que trabajamos en el día a día de forma constante en pro y para la defensa de los intereses de las empresas valencianas. Lo cierto es que los indicadores, a nivel tanto autonómico como local, son positivos; Por ejemplo, en la ciudad de Valencia se ha reducido el número de desempleados hasta noviembre 2019, respecto al año anterior, en 1.700 personas, dato que valoramos muy positivamente y creemos es resultado de las políticas activas enmarcadas en el VI Pacto Local por el empleo en el que trabajamos codo a codo el Ajuntament de València, los sindicatos más representativos y la CEV. En CEV estamos firmemente convencidos de que este es el camino a seguir, tanto en el ámbito autonómico como en el estatal.

Recientemente han participado en Elche en una macro reunión para volver a reivindicar el Corredor Mediterráneo. ¿Cómo van las obras? ¿Están satisfechos?

Si bien es cierto que hemos percibido avances, no lo es menos que las obras no van al ritmo que valencianos y valencianas precisamos para garantizar la conectividad necesaria que no nos reste competitividad. En este sentido, junto a la reivindicación del Corredor Mediterráneo, desde CEV venimos apoyando desde hace años la necesidad también de garantizar la conectividad con el eje cantábrico a través de Teruel, posibilitando el cruce de ambos corredores, como dejamos patente en la Jornada celebrada conjuntamente con AVE, celebrada en Sagunto el pasado 24 de septiembre. Nuestra Comunidad, nuestra provincia y nuestro Puerto no pueden permitirse que la conexión del cantábrico se desvíe desde Zaragoza hacia Barcelona o Tarragona, pues la vía natural para Aragón es vía Teruel, una provincia que precisa del apoyo de su gobierno regional, y que cuenta con el total apoyo de CEV en sus justas reivindicaciones.

Eva, como empresaria y ejecutiva del mundo del turismo, también lleno de grandes acontecimientos, le pregunto su opinión por varias cuestiones. ¿Es positivo para Madrid como hub europeo para América la adquisición de Air Europa por parte de IAG?

En este punto, cambiándome la gorra y hablando desde la óptica de CEAV, debo clarificar que en la Confederación no existe, hasta la fecha una toma de posicionamiento. Así pues, hablando a título personal, lo cierto es que se me plantean serias dudas al respecto, y ello desde una óptica de competencia. No dispongo de toda la información para hacer una valoración fundada, pero mis conocimientos de los procesos de concentración que se están produciendo en otros mercados (pensemos en EE.UU.), me hacen temer que estos procesos de concentración se produzcan a nivel europeo, concentrándose el mercado en tres grandes actores, con los riesgos que ello puede llevar de limitación de la competencia y consiguientes perjuicios ya no para las agencias, sino en último término para el consumidor.

En todo caso, deberemos esperar a recabar mayor información sobre la operación para poder fundar cualquier toma de postura, pues de momento únicamente disponemos de información que se ha filtrado a la empresa sobre el acuerdo entre ambas empresas, sin que me conste se haya formulada la notificación a las autoridades europeas de competencia.

También, tras la fusión de Globalia y Ávoris, nos estamos quedando en España sin grupos verticales, ¿Es positivo para el sector?, y ¿qué le parecen los nuevos cambios en el mundo del asociacionismo en el sector del turismo con nuevos presidentes en Ceav, Unav o Cehat?

Ciertamente estamos viviendo en España importantes cambios a nivel de estructura del mercado y, de menor calado, a nivel asociativo. A nivel de estructura del sector de agencias de viajes, estamos asistiendo a procesos de concentración, lógicos en un contexto de análisis de posibles salidas a bolsa o atracción de fondos de inversión; No siéndome posible realizar una valoración positiva o negativa de dichos procesos, que creo son perfectamente lógicos en las estructuras empresariales que los están moviendo, y ajenos a la dinámica de las medianas y pequeñas agencias que responden a otros modelos de negocio.

En el nivel asociativo, únicamente vivimos transiciones controladas y continuistas de meros cambios en las presidencias, no en las líneas de trabajo de las organizaciones. En otros países y a nivel europeo, por ejemplo en ECTAA, la duración máxima de los mandatos es algo natural e incluso con períodos más cortos que en España; si a nosotros nos choca, es porque hasta hace pocos años estábamos acostumbrados a que los líderes empresariales estuvieran al frente 20 o más años, pero en esto –como en todo- España está alineándose con lo que en otros países se ha vivido como natural.

Y para terminar ¿algún deseo para el nuevo año o alguna reivindicación para el futuro gobierno que entre en España?

Únicamente le pediría que escuche a todos los agentes sociales y económicos, sin tomar decisiones basadas en posicionamientos ideológicos, sino en la defensa de los intereses generales de todos los españoles y españolas.

Webs

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,
9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid
www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Las agencias de viajes bendicen la fusión entre Halcón y Ávoris

hace 10 horas ■ 1 minuto de lectura

¿Tienes problemas de tiroides y no puedes perder peso?

[Descúbrelo >](#)



La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) bendice la fusión de Halcón Viajes y Ávoris, la califica de positiva y asegura que fortalece al sector.

El presidente de Acave, Martí Sarrate, ha destacado que el grupo que resulta de esta operación va a contar con más de 1.500 puntos de venta y una cifra de negocios superior a 3.700 millones de euros, lo que le situará como número uno de España y uno de los más importantes de Europa, por lo que la asociación está "muy contenta" con la nueva situación.

Martí Sarrate también considera una buena noticia la incorporación de Air Europa en Iberia ya que, una vez que esté en marcha, va a potenciar mucho el aeropuerto de Madrid.

Estos movimientos en el sector llegan después de la quiebra de Thomas Cook y sus consecuencias negativas en diferentes destinos españoles. "Estoy convencido de que la situación se va a equilibrar rápidamente, ya que en España no sólo existe el turismo de sol y playa, sino muchos más, como el cultural, gastronómico, deportivo o de naturaleza", afirma el presidente de Acave.

Este optimismo se refleja también en su valoración sobre el turismo en Cataluña, dado que, según señala, las agencias "no han notado ningún impacto de la inestabilidad política tras la sentencia del procés", aunque reconoce que sí se prolonga en el tiempo sí que lo va a hacer.

Martí Sarrate achaca la caída de la demanda de las plazas del Imsero en Cataluña al retraso de un mes en la puesta a la venta del programa y a la llegada del frío y no al efecto de la inestabilidad política de la comunidad, y aboga por una actualización del programa, abriéndolo a turoperadores especializados en viajes de mayores de 55 años, homologados por el Ministerio de Asuntos Sociales.

ACAVE insiste en la importancia de un seguro para la agencia y el viajero



Publicado el: 3/12/2019



La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) organizó el pasado 29 de noviembre, en el Hotel NH Paseo de la Habana de Madrid, una jornada técnica para profesionales del sector para debatir las principales cuestiones referentes tanto a las pólizas de Responsabilidad Civil y los avales frente a la nueva normativa, como los seguros de asistencia e

[▶ x](#)

Acave insiste en la obligación de informar sobre la necesidad de contratar seguros de viaje

Catiana Tur destacó que las pólizas están en continua evolución para adaptarse a las nuevas soluciones que exige el mercado

Publicada 03/12/2019 8:39 horas - Actualizada 03/12/2019 10:04 horas



De izquierda a derecha: Ricard Plans, Oscar Esteban, José Antonio Sartorio y Josep García Gomzález.

La **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas** (Acave) ha insistido en la obligación que tienen las agencias de informar sobre la necesidad de contratar seguros de viaje, según se desprende de las conclusiones de la jornada técnica que organizó para profesionales del sector para debatir las principales cuestiones referentes tanto a las pólizas de Responsabilidad Civil y los avales frente a la nueva normativa, como los seguros de asistencia en viaje y cancelación.

El evento, que se celebró en el hotel NH Paseo de la Habana, se estructuró en dos mesas redondas en torno a las pólizas de Responsabilidad Civil, los seguros de asistencia en viaje, y los seguros de cancelación. Los debates fueron moderados por Ricard Plans y Catiana Tur, vicepresidente del área Tour Operación de Acave y gerente de Acave, respectivamente.

En el acto participaron entre otros; Jose Antonio Sartorio, CEO de Winsartorio Asesores de Seguros; Oscar Esteban, director comercial de ERGO y Josep García, Manager Turismo y responsable Desarrollo Travel en Aon. El acto fue presidido por Ricard Plans y Catiana Tur, vicepresidente del Área Turoperadora y gerente de Acave, respectivamente.

La nueva normativa de viajes combinados

En esta mesa los participantes fueron José Antonio Sartorio, Josep García González y Catiana Tur actuó como moderadora. Los ponentes destacaron la importancia de que los agentes de viajes realicen una formación en el campo de las pólizas de responsabilidad civil dado que se suele desconocer bien el alcance de las coberturas que se ofrecen.

Estas pólizas son imprescindibles porque cubren a las agencias en caso de un error o incumplimiento de un servicio, ya sea propio o de terceros. Los expertos también dedicaron un capítulo especial a los llamados morales, una tipología de daños asociados a un error profesional y provocados tanto por un daño físico o personal como por un daño económico.

Agencias y TTOO

Las ventas de las agencias para el Puente de la Constitución crecen hasta un 6%

Las asociaciones sectoriales confirman un incremento del gasto por parte de los clientes

Publicada 05/12/2019 8:53 horas - Actualizada 05/12/2019 14:00 horas Isabel Mexía



Los mercadillos navideños de las capitales europeas son uno de los principales destinos para este Puente.

La reservas de las agencias para el **Puente de la Constitución** –que constará de cuatro días en la gran mayoría de las comunidades– han registrado un incremento que oscila entre un 4-6%, según datos ofrecidos por las diferentes asociaciones sectoriales consultadas por **AGENTTRAVEL**.

Carlos Garrido, presidente de **CEAV**, asegura que están notando un ligero incremento de los viajes para estas fechas. Mientras que desde Fetave sitúan el crecimiento entre un 5-6%.

“La distribución de las fiestas y los posibles puentes tienen una incidencia directa en la venta de producto vacacional, así como la previsión del tiempo y la apertura de las estaciones de esquí”, explica Garrido.

Por su parte, desde **Fetave** justifican este aumento de las ventas porque la gente ya tiene “ganas de vacaciones, sobre todo por el frío, la nieve y la cercanía de la Navidad”.

Según adelantó **Acave** la semana pasada, la mayoría de agencias de viajes prevé que las reservas para el Puente de Diciembre se sitúen en las mismas cifras de 2018. No obstante, un 20% de las agencias espera que los incrementos de las reservas no superen el 5%.

En cuanto al desembolso de dinero por parte de los clientes, Carlos Garrido confirma que han notado un aumento con respecto al año pasado “por el tipo de viaje que se está realizando y el incremento de viajes internacionales principalmente a destinos europeos”. Fetave coincide con el presidente de CEAV en cuanto al crecimiento del gasto y lo sitúa entre un 4-5% pero lo justifica por el incremento del IPC.

Mercadillos Navideños

Por lo que se refiere a los principales viajes por los que se decantan los clientes, los tradicionales mercados navideños y los destinos de nieve son los productos más demandados. Sin embargo, también hay gente que busca destinos más cálidos como Canarias y el Caribe.

En este sentido, Carlos Garrido apunta que “en esta época lo que más se vende es Canarias por el tiempo y la buena oferta turística, las estaciones de esquí y los viajes por Europa para asistir a los mercados de Navidad y sus capitales”.

Para Fetave los destinos favoritos son los mercadillos navideños, Laponia Finlandesa, Nueva York, las capitales europeas, turismo rural y Canarias.

“El Caribe es un valor seguro con mucha demanda y cada vez más público visita las grandes ciudades para ver las luces de Navidad y sus mercadillos nacionales, como Madrid, Vigo o Málaga”, destaca la federación.

Por su parte, Acave señala que este año, las agencias han registrado un incremento de reservas para destinos de nieve, que representan un 30% del total, debido a las condiciones meteorológicas favorables para este tipo de turismo.

Asimismo, destacan con un 12,5% del total las reservas en destinos españoles de turismo rural, seguido de los itinerarios por Europa en grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga o Roma, entre otros.

En destinos más lejanos, Acave recalca el incremento en la demanda de los safaris en África, así como China, Japón o Vietnam.

La temporada de esquí supone un 45 % de las reservas de las agencias de viaje para Navidad y fin de año

Pablo-Ignacio de Dalmases | Miércoles, 11 de diciembre de 2019, 14:27



El excelente inicio de la temporada de esquí y un calendario favorable a los fines de semana y puentes largos permite augurar un incremento del 5 % o superior las reservas de las agencias de viajes para la temporada de Navidad y Nochevieja, según ha informado el presidente de la Asociación corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Serrate, quien añadió que, en general, cabe conceptuar 2019 como un buen año. De hecho, los destinos de nieve suponen un 45 % del total de las reservas realizadas, aunque también se detectan buenas perspectivas en otros destinos, bien nacionales, como las principales ciudades españolas o los archipiélagos (cerca del 15 % de las reservas) e internacionales (grandes capitales europeas y destinos de larga distancia como Japón, China o Vietnam, así como el repunte de Egipto).



El presidente de la Asociación corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Serrate

Serrate ha puesto de relieve algunas de las tendencias que se han ido detectando este último año: en lo que respecta al viajero español, un incremento en las reservas anticipadas, frente a las decisiones de última hora que caracterizaron el pasado y por lo que atañe al receptor extranjero, un aumento del turismo de calidad, citando expresamente algunos mercados como Estados Unidos y Extremo Oriente. “El gasto medio del turista coreano –puntualizó– se evalúa en más de 400 euros diarios”. Estas tendencias parece que van a mantenerse, salvo imprevistos, durante el próximo año. Sin embargo, ha recordado algunos factores de incertidumbre cuya influencia no cabe menospreciar: el Brexit, habida cuenta que el turismo británico supone el 21 % del que recibe España, la reciente quiebra de Thomas Cook, aunque parece que su mercado está siendo absorbido sin dificultad por otras empresas, en particular Jet2holidays y, por lo que respecta a Cataluña, un hipotético rebrote de los disturbios políticos.

ACAVE ha subrayado que la entidad ha presentado denuncias contra cinco compañías aéreas (Vueling, Lufthansa, TAP, Easy Jet y Austrian Airlines) por incumplimiento de la normativa aplicable.

En lo que respecta a la tasa turística, encendió una vela a Dios y otra al diablo: apoyó la oposición manifestada por el Gremio de Hoteles, aunque dijo que ningún turista dejará de venir por culpa de ella. Y añadió que los que traen a los turistas son los agentes de viajes y no los hoteleros.

ARCHIVADO EN: [Esquí](#) [invierno](#) [Turismo](#) [Viajes](#) [aerolínea](#)

Acave prevé un incremento de reservas del 5% para Navidad y Fin de Año

El presidente de Acave se opone a la tasa turística porque se trata de una medida recaudatoria, aunque asegura que "no dejará de venir gente"

🕒 Tiempo de lectura: 2' 11 dic 2019 - 13:53 | Actualizado 13:58

Las agencias de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) espera un aumento de las reservas del 5% para Navidad y Fin de Año, con el 45% de las reservas en destinos de nieve. La mayoría se tratan de estaciones nacionales, y un 15% en los Pirineos franceses, de los que se esperan que actúen como un incentivo para reservas de última hora.

El presidente de Acave, Martí Sarrate, ha explicado que durante los altercados independentistas después de la sentencia del 1-0 hubo un "parón" de reservas en Barcelona, aunque ha añadido que las previsiones del resto de meses han tenido un comportamiento normal, sin problemas. "Si este tema hubiera perdurado en el tiempo sí que podría perjudicar al turismo receptivo, que no solo es turismo receptivo de ciudad, hay mucha gente de costas que viene aquí, y después también turismo de congresos. De momento, no hay ninguna perspectiva de que ningún congreso cambie", ha añadido el presidente de la Asociación.

Sarrate, desde Acave, ha dicho que están satisfechos por la evolución de 2019 y que no han notado signos de desaceleración para el año que viene. Consecuentemente, prevén un crecimiento moderado, y ha reclamado estabilidad, es decir, que se forme Gobierno en España y que haya presupuestos tanto en Cataluña como en todo el Estado.

Acave estima que el 20% de las reservas durante estas fechas recalarán en ciudades europeas, como Berlín, Londres, Praga o Roma, mientras que los destinos españoles supondrán entre un 10% y un 15% del total, especialmente en Madrid, Galicia y la comunidad autónoma de Andalucía. Sarrate ha deseado que no haya un Brexit duro porque España sería el país más perjudicado de la Unión Europea.

Respecto el incremento de la tasa turística en Barcelona, que está en los 2,25 euros, el presidente de Acave ha dicho que se oponen, pero ha recordado que "se trata de una medida recaudatoria y no disuasoria, de manera que no dejará de venir gente". Además, ha reclamado que sirva para hacer proyectos para el turismo, y ha criticado que se ha perdido el concepto de promoción: "Es importante que las administraciones se dediquen a la promoción".

Acave espera que las reservas crezcan un 5 % para Navidad y Fin de Año

Barcelona, 10 dic (EFE).- El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), Martí Serrate, ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5 %, impulsadas por el inicio de la campaña de esquí, y ha augurado un incremento moderado para 2020.

11 DE DICIEMBRE DE 2019 12:12 Compartir



Barcelona, 10 dic (EFE).- El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), Martí Serrate, ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5 %, impulsadas por el inicio de la campaña de esquí, y ha augurado un incremento moderado para 2020.

En una rueda de prensa, Serrate ha señalado que durante los disturbios por la sentencia del procés se registró un "parón" en las reservas y ha dicho: "Si el tema perdurara en el tiempo, que esperamos que no, podría perjudicar".

Sin embargo, ha explicado a continuación que las previsiones para el resto de meses "fueron las habituales y las perspectivas de ventas para 2020 están siguiendo una línea normal".

Según los cálculos de Acave, el incremento de reservas un 5 % respecto el año pasado se debe al calendario favorable, ya que los festivos caen entre semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones, y podría ser incluso mayor si hay abundancia de nieve.

Se estima que las reservas para destinos de nieve supondrán un 45 % del total, con preferencia por las estaciones nacionales y las andorranas, así como el pirineo francés y, en menor medida las suizas, canadienses o norteamericanas.

Los itinerarios por Europa y las grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga o Roma también destacan entre las elecciones de los españoles y se estima que representarán un 20 % de las reservas para estas fechas.

Los destinos españoles suponen entre un 10 y un 15 % de las reservas y Serrate ha destacado la apuesta de ciudades como Madrid o Vigo para ofrecer actividades navideñas vistosas y ha criticado que Barcelona "ha sido bastante pasiva" en la iluminación de la ciudad.

Por otra parte, los viajes de larga distancia, beneficiados por el calendario favorable, concentrarán entre un 5 % y un 7 % del total de reservas con destinos asiáticos como Japón, China o Vietnam, así como la recuperación de un destino tradicional como Egipto u otras opciones en África como rutas y safaris en parques nacionales.

Para 2020, el presidente de Acave ha confiado en que el año que viene se registrará un crecimiento moderado, aunque ha puntualizado que las previsiones dependerán de cómo evolucionen los augurios de recesión económica a nivel europeo.

Otro de los factores importantes y "la gran pregunta que se formula el sector" es el posible impacto de la implantación de un Brexit duro.

Sobre Barcelona, Serrate ha dicho que sigue siendo una ciudad atractiva tanto para el turismo familiar como para el de congresos y negocios, ha reafirmado su compromiso "para que venga un turismo de calidad y sostenible" y ha puesto como ejemplo el crecimiento de visitantes surcoreanos con los que "la gente está encantada" por el gasto que hacen en la ciudad.

Ha celebrado también que infraestructuras "fundamentales" como la Fira de Barcelona o el Aeropuerto están creciendo y tienen margen para crecer más y ha negado que en Barcelona haya "saturación" de turismo.

"No hay saturación, no hay que hablar de decrecimiento turístico sino de turismo sostenible, que los visitantes aporten un valor añadido a la ciudad. Hay que acogerlos como residentes, no diferenciarlos", ha subrayado.

Preguntado sobre el posible aumento de la tasa turística, Serrate ha mostrado su disconformidad con la subida pero ha reconocido que no es "disuasoria" y ha deseado que si se incrementa se asegure que todo el dinero recaudado se destine a la promoción turística y no a otras partidas.

AGENCIAS, HOTELEROS Y PENSIONISTAS SUGIEREN CAMBIOS SUSTANCIALES

Imserso: las agencias quieren cobrar una comisión de 20€

- Los agentes de viajes proponen una mejora en las comisiones que ahora mismo perciben
- Otros actores del Sector creen que es importante “rotar la oferta de hoteles y rutas entre todas las Comunidades Autónomas”

Temas relacionados: [Agencias de viajes](#), [CNMC](#), [Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia](#), [Competencia](#), [Hoteleros](#), [Imserso](#), [Pensionistas](#), [Propuestas](#)

Actualizado 11 diciembre, 2019 || Por *Andrea Bulla*

3 Comentarios



Ya lo puso en tela de juicio la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) el pasado mes de abril tras la publicación de los pliegos del Imserso, proponiendo una serie de mejoras para licitaciones futuras de los viajes subvencionados. En paralelo, hoteleros, agencias de viajes y los mismos pensionistas han sugerido cambios para mejorar un programa que para juicio de muchos “está obsoleto” ([Imserso: Competencia detecta deficiencias en los pliegos](#)).

Así como los hoteleros han pedido una subida del precio de la estancia, los agentes de viajes también han propuesto una mejora en las comisiones que ahora mismo son de 12 euros si se reserva en el punto de venta y de 7,5 euros si se hace online. La patronal Acave ha reiterado recientemente la necesidad de cambiar los pliegos de un programa que lleva más de 30 años y mejorar las comisiones a las agencias ([Imserso: las agencias batallan contra la comisión de 12€](#)).

“Las agencias que vendan Imserso no pueden tener una comisión de entre 7,5 € y 12€. Es más el riesgo que corren, pues tienen que asumir cualquier incidencia que haya en el viaje, que lo que ganan con esas ventas”, ha asegurado el presidente de Acave, Martí Sarrate. Otros agentes se han aventurado a proponer que “lo normal sería un mínimo de 20€ por plaza o el 10% del importe del viaje”.

Asimismo, otros actores del Sector creen que es importante “rotar la oferta de hoteles y rutas entre todas las Comunidades Autónomas”, puesto que, explican, “no parece correcto que todos los años sean las mismas ofertas para cada Comunidad” ([Imserso del futuro: más lotes y 5€ adicionales para los hoteles](#)). Mientras, los pensionistas creen que es importante mejorar la calidad de algunos hoteles, así como tener en cuenta el nivel de renta de cada jubilado para así distribuir las plazas y los destinos. Algunos se han llegado a plantear el intercambio de casas ante la falta de plazas ([Imserso: surge el intercambio de casas entre pensionistas que no tienen plaza](#)).

COMPETENCIA Y POLÍTICOS

Las propuestas de Competencia contemplan, entre otras cosas, “rediseñar los lotes de manera que no engloben todos los servicios de manera centralizada (comercialización, alojamiento, transporte, asistencia sanitaria, seguros y animación socio cultural)”, así como “tener presente las previsiones aplicables a la participación de UTEs recogidas en la Ley de Contratos del Sector Público y las condiciones para su justificación desde la óptica de la Ley de Defensa de la Competencia” ([Imserso: el Sector pide cambios de un programa “obsoleto”](#)).

Realizar estudios rigurosos de mercado, revisar los umbrales de solvencia económica y financiera, así como la solvencia técnica y profesional, para promover la mayor participación de empresas en el concurso, o tener una “mayor clarificación en relación con la habilitación profesional requerida a las licitadoras”, son otras de sus propuestas.

Por su parte, los políticos tampoco se quedan atrás en su intención de aportar propuestas para mejorar el programa de viajes subvencionados para pensionistas. Es el caso de la vicepresidenta del Gobierno valenciano, Mónica Oltra, quien ha planteado la posibilidad de que se transfieran a las Comunidades autónomas las actividades que desarrolla el Imserso, como el programa de viajes, por ser estas “las que mejor conocen su territorio”.

El Gobierno en funciones se ha comprometido con los hoteleros a poner sobre la mesa sus requerimientos y estudiar un rediseño del programa, pero solo hasta que se forme el nuevo Ejecutivo se podrán retomar estas intenciones. Las agencias de viajes, por su parte, exigen formar parte de esta mesa de diálogo.

12
deseembre

Las agencias prevén un 5% más de reservas estas Navidades

Hosteltur. Martín Sarrate dice que en Barcelona no hay saturación turística. El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martín Sarrate, ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5%, impulsadas por el inicio de la campaña de esquí que se ha beneficiado de la abundancia de nieve.

En una rueda de prensa en Barcelona, Sarrate ha señalado que durante los disturbios por la sentencia del *procés* se registró un "parón" en las reservas y ha advertido que "si el tema perdurara en el tiempo, que esperamos que no, podría perjudicar".

Sin embargo, ha explicado a continuación que las previsiones para el resto de meses "fueron las habituales y las perspectivas de ventas para 2020 están siguiendo una línea normal".

Según los cálculos de ACAVE, el incremento de reservas un 5% respecto el año pasado se debe al calendario favorable, ya que los festivos caen entre semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones y podría ser incluso mayor si hay abundancia de nieve.

Se estima que las reservas para destinos de nieve supondrán un 45% del total, con preferencia por las estaciones nacionales y las andorranas, así como el pirineo francés y, en menor medida las suizas, canadienses o norteamericanas.

Los itinerarios por Europa y las grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga o Roma también destacan entre las elecciones de los españoles y se estima que representarán un 20 % de las reservas para estas fechas.

Los destinos españoles suponen entre un 10 y un 15 % de las reservas y Sarrate ha destacado la apuesta de ciudades como Madrid o Vigo para ofrecer actividades navideñas vistosas y ha criticado que Barcelona "ha sido bastante pasiva" en la iluminación de la ciudad.

Larga distancia

Por otra parte, los viajes de larga distancia, beneficiados por el calendario favorable, concentrarán entre un 5% y un 7% del total de reservas con destinos asiáticos como Japón, China o Vietnam, así como la recuperación de un destino tradicional como Egipto u otras opciones en África como rutas y safaris en parques nacionales.

Para 2020, el presidente de ACAVE ha confiado en que el año que viene se registrará un crecimiento moderado, aunque ha puntualizado que las previsiones dependerán de cómo evolucionen los augurios de recesión económica a nivel europeo.

Otro de los factores importantes y "la gran pregunta que se formula el sector" es el posible impacto de la implantación de un Brexit duro.

Sobre Barcelona, Sarrate ha dicho que sigue siendo una ciudad atractiva tanto para el turismo familiar como para el de congresos y negocios, ha reafirmado su compromiso "para que venga un turismo de calidad y sostenible" y ha puesto como ejemplo el crecimiento de visitantes surcoreanos con los que "la gente está encantada" por el gasto que hacen en la ciudad.

Ha celebrado también que infraestructuras "fundamentales" como la Fira de Barcelona o el aeropuerto están creciendo y tienen margen para crecer más y ha negado que en Barcelona haya "saturación" de turismo.

"No hay saturación, no hay que hablar de decrecimiento turístico sino de turismo sostenible, que los visitantes aporten un valor añadido a la ciudad. Hay que acogerlos como residentes, no diferenciarlos", ha subrayado.

Preguntado sobre el posible aumento de la tasa turística, Sarrate ha mostrado su disconformidad con la subida pero ha reconocido que no es "disuasoria" y ha deseado que si se incrementa se asegure que todo el dinero recaudado se destine a la promoción turística y no a otras partidas.

Fecha:
12.12.19

Las agencias prevén un 5% más de reservas estas Navidades

 Publicado el: 12/12/2019



El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martín Sarrate, ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5%, impulsadas por el inicio de la campaña de esquí que se ha beneficiado de la abundancia de nieve. En una rueda de prensa en Barcelona, Sarrate ha señala

A DIFERENCIA DE ORIZONIA O THOMAS COOK

Globalia-Ávoris: la poca deuda garantiza el futuro del gigante

- Los beneficios que el Grupo Barceló en los últimos años gracias a sus hoteles también aseguran el recorrido
- Otros grandes emisores quebraron al carecer de un socio de referencia potente

Temas relacionados: [ACAVE](#), [Alejandro Subías](#), [Ávoris](#), [Deuda](#), [Gabriel Subías](#), [Globalia](#), [M&A](#), [Orizonia](#), [Quiebra](#), [Simón Pedro Barceló](#), [Thomas Cook](#), [Vicente Fenollar](#)

Actualizado 12 diciembre, 2019 || Por R. P.

11 Comentarios



El recorrido a largo plazo del gigante que conformarán Ávoris y los emisores de Globalia queda garantizado porque el futuro conglomerado nacerá sin apenas deuda, que ha sido el factor determinante para que otros grandes grupos verticales como Orizonia o Thomas Cook quebrarán en los últimos años.

Los emisores de Globalia y Ávoris coinciden en tener unos niveles de endeudamiento mínimos para el volumen de sus ingresos y

rentabilidad, lo que unido a la fortaleza patrimonial de su socio principal, el Grupo Barceló, asegura el proyecto que en los últimos días ha perdido al que en un primer momento se quería que fuera su CEO, Gabriel Subías.

Los elevados beneficios que el Grupo Barceló ha venido registrando en los últimos años, gracias a la rentabilidad de los hoteles del Caribe, son, junto a la baja deuda, una garantía para el recorrido del nuevo gigante emisor de España, que cuenta así con un socio de referencia fuerte, a diferencia de los financieros como en los casos de Orizonia o Thomas Cook.

El copresidente del Grupo Barceló, Simón Pedro Barceló, ha elegido a Vicente Fenollar, actualmente director general económico financiero de Barceló, para que esté al frente de Ávoris de forma provisional a partir del 1 de enero una vez que Gabriel Subías abandone la división de viajes, aunque su marcha ya se ha hecho efectiva como la de su hermano Alejandro Subías, director general corporativo de Ávoris en los pasados 8 años ([Vicente Fenollar: el sustituto provisional de Subías lleva 34 años en Barceló](#)).

El grupo Barceló ha comunicado que, una vez que Competencia se pronuncie sobre la fusión, se elegirá conjuntamente con Globalia a la persona que dirigirá el resultado de la unión de las 36 marcas que suman las dos empresas.

Ante esta operación, la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave) bendice la fusión de Halcón Viajes y Ávoris, la califica de positiva y asegura que fortalece al sector. El presidente de Acave, Martí Sarrate, ha destacado que el grupo que resulta de esta operación va a contar con más de 1.500 puntos de venta, al unir Halcón Viajes con B the Travel Brand, y una cifra de negocios superior a 3.700 millones de euros, lo que le situará como número uno de España y uno de los más importantes de Europa, por lo que la asociación está "muy contenta" con la nueva situación.

Agencias y TTOO

Acave prevé un aumento de reservas del 5% para Navidad y Fin de Año

Martín Sarrate se muestra satisfecho por la evolución de 2019 y asegura que no percibe signos de desaceleración para el próximo año

Publicada 12/12/2019 8:57 horas - Actualizada 12/12/2019 15:08 horas



Catiana Tur (izquierda) junto a Martín Sarrate en la rueda de prensa.

Las agencias de la **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave)** prevé un aumento de las reservas del 5% para Navidad y Fin de Año, con el 45% de las reservas en destinos de nieve –con la mayoría en estaciones nacionales y un 15% en los Pirineos franceses–, de los que se espera que actúen como un incentivo para reservas de última hora.

Lo ha explicado en rueda de prensa este miércoles en la sede de Acave en Barcelona el presidente de la asociación, Martí Sarrate, que, acompañado de su gerente, Catiana Tur, ha destacado que durante los altercados tras la sentencia del 1-O hubo “un parón” de reservas en Barcelona, aunque ha asegurado que las previsiones del resto de meses han tenido un comportamiento normal.

“Si este tema hubiera perdurado en el tiempo sí que podría perjudicar al turismo receptivo, que no solo es turismo receptivo de ciudad, hay mucha gente de costas que viene a aquí, y después también turismo de congresos. De momento no hay ninguna perspectiva de que ningún congreso cambie”, ha añadido.

En este sentido, Sarrate ha dicho que están satisfechos por la evolución de 2019 y que no han notado signos de desaceleración para el año que viene, por lo que prevén un crecimiento moderado, y ha reclamado estabilidad, que se forme un Gobierno en España y que haya presupuestos tanto en Catalunya como en todo el Estado: “Que haya paz y tranquilidad, que los políticos tengan un diálogo abierto”.

Destinos destacados

Acave estima que el 20% de las reservas para estas fechas recalarán en ciudades europeas como Berlín, Londres, Praga, Roma, Viena y Venecia, mientras que los destinos españoles supondrán entre un 10% y un 15% del total, con especial protagonismo de ciudades como Madrid y Galicia y la comunidad autónoma de Andalucía.

Para el mercado emisor, Sarrate ha destacado la recuperación de destinos como Egipto, mientras que para las agencias receptoras ha explicado que auguran un incremento en el número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que el mismo periodo del año anterior.

Sarrate ha deseado que no haya un Brexit duro porque el país de la Unión Europea más perjudicado por ello a nivel turístico sería España, a la vez que ha destacado que otros operadores, como Jet2holidays, están ocupando progresivamente el espacio dejado por Thomas Cook, lo que ha reducido el impacto de la quiebra.

Tasa turística

Preguntado por la petición de aumentar la tasa turística en Barcelona, que está en los 2,25 euros, Sarrate ha dicho que desde Acave se oponen pero ha recordado que se trata una medida recaudatoria y no disuasoria: “No dejará de venir gente”.

A su vez, ha reclamado que sirva para hacer proyectos para el turismo, y ha criticado que se haya perdido el concepto de la promoción: “Es importante que las administraciones se dediquen a la promoción”.

Sarrate también ha insistido en la necesidad de apostar por un turismo de calidad, sostenible y desestacionalizado, y ha rechazado que el mercado turístico de Barcelona esté saturado.

Las agencias prevén un 5% más de reservas estas Navidades

· hace 22 horas · 2 minutos de lectura



Compartir



El presidente de la [Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAWE\)](#), [Martín Sarrate](#), ha estimado este miércoles que las reservas para Navidad y Fin de Año crecerán un 5%, impulsadas por el inicio de la **campana de esquí** que se ha beneficiado de la abundancia de nieve.

En una rueda de prensa en Barcelona, Sarrate ha señalado que durante los disturbios por **la sentencia del procés** se registró un «parón» en las reservas y ha advertido que **«si el tema perdurara en el tiempo, que esperamos que no, podría perjudicar»**.

Sin embargo, ha explicado a continuación que las previsiones para el resto de meses «fueron las habituales y las perspectivas de **ventas para 2020 están siguiendo una línea normal**».

Según los cálculos de ACAVE, el incremento de reservas un 5% respecto el año pasado se debe al **calendario favorable**, ya que los festivos caen entre semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones y **podría ser incluso mayor si hay abundancia de nieve**.

Se estima que las reservas para destinos de nieve supondrán un 45% del total, con preferencia por las estaciones nacionales y las andorranas, así como el pirineo francés y, en menor medida las suizas, canadienses o norteamericanas.

Los itinerarios por Europa y las grandes ciudades como **Berlín, Londres, Praga o Roma** también destacan entre las elecciones de los españoles y se estima que representarán un 20 % de las reservas para estas fechas.

Los destinos españoles suponen entre un 10 y un 15 % de las reservas y Sarrate ha destacado la apuesta de ciudades como Madrid o Vigo para ofrecer actividades navideñas vistosas y ha criticado que **Barcelona «ha sido bastante pasiva» en la iluminación de la ciudad**.

Larga distancia

Por otra parte, los viajes de larga distancia, beneficiados por el calendario favorable, concentrarán entre un 5% y un 7% del total de reservas con destinos asiáticos como **Japón, China o Vietnam**, así como la recuperación de un destino tradicional como Egipto u otras opciones en África como rutas y safaris en parques nacionales.

Para 2020, el presidente de ACAVE ha confiado en que el año que viene se registrará un crecimiento moderado, aunque ha puntualizado que las previsiones dependerán de cómo evolucionen los augurios de recesión económica a nivel europeo.

Otro de los factores importantes y «la gran pregunta que se formula el sector» es el posible impacto de la implantación de un **Brexit duro**.



Sarrate ha criticado que Barcelona «ha sido bastante pasiva» con la iluminación navideña en comparación con otras ciudades como Madrid o Vigo.

Sobre Barcelona, Sarrate ha dicho que sigue siendo una ciudad atractiva tanto para el turismo familiar como para el de congresos y negocios, ha reafirmado su compromiso «para que venga **un turismo de calidad y sostenible**» y ha puesto como ejemplo el crecimiento de visitantes surcoreanos con los que «la gente está encantada» por el gasto que hacen en la ciudad.

Ha celebrado también que infraestructuras «fundamentales» como la **Fira de Barcelona** o el aeropuerto están creciendo y tienen margen para crecer más y ha negado que en Barcelona haya «saturación» de turismo.

Ha celebrado también que infraestructuras «fundamentales» como la **Fira de Barcelona** o el aeropuerto están creciendo y tienen margen para crecer más y ha negado que en Barcelona haya «saturación» de turismo.

«**No hay saturación, no hay que hablar de decrecimiento turístico sino de turismo sostenible**, que los visitantes aporten un valor añadido a la ciudad. Hay que acogerlos como residentes, no diferenciarlos», ha subrayado.

Preguntado sobre [el posible aumento de la tasa turística](#), Sarrate ha mostrado su disconformidad con la subida pero ha reconocido que no es «disuasoria» y ha deseado que **si se incrementa se asegure que todo el dinero recaudado se destine a la promoción turística** y no a otras partidas.

Fuente: HostelTur

Fecha:
13.12.19

Los Viajes de Alan

El turismo respira: los españoles seguirán viajando aunque la economía se resienta



Viajar por el mundo
13 diciembre, 2019
turismo,viajar,viajes

Desde la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas ... Y es que según el experto en turismo, Domenec Biosca, hay una doble ...

Artículo Original: <https://feeds.feedblitz.com/~612935294/0/holaparis>

VISLUMBRAN UN 2020 EN LA SENDA DE CRECIMIENTO

Las agencias no ven síntomas para que cunda el pánico

- Respecto al Brexit, la patronal asegura que “no se esperan impactos significativos” tras los contactos llevados a cabo en Londres
- Se espera para estas Navidades una subida en el nivel de reservas de un 5% respecto al mismo periodo del año anterior

Temas relacionados: 2020, ACAVE, Agencias de viajes, Año nuevo, Desaceleración, Navidad, Reservas

Actualizado 13 diciembre, 2019 || Por R. P.

2 Comentarios



El sector de las agencias de viajes “no está notando síntomas de desaceleración”. Así lo explican desde la patronal ACAVE señalando que “si no se hacen efectivos los augurios de recesión que apuntan algunos expertos, estaremos ante unas perspectivas de 2020 con crecimiento en la venta de viajes”.

El próximo año pone ante sí varios retos para las agencias como los rumores de ralentización económica, el Brexit o la recuperación tras la quiebra de Thomas Cook. Ante estos sucesos que afectan directamente al Turismo, ACAVE cree que el sector de agencias saldrá aireado.

Respecto al Brexit, la patronal asegura que “no se esperan impactos significativos” tras los contactos llevados a cabo en Londres durante la World Travel Market. “No obstante, todo dependerá finalmente de los resultados de las elecciones en el Reino Unido y el calendario de aplicación de un eventual Brexit”.

Frente al comportamiento del Sector tras la quiebra de Thomas Cook, ACAVE cree que algunos destinos clave del turismo británico como Canarias, Andalucía, Baleares y Cataluña “ya han sufrido los efectos este año y ya han trabajado para abrir nuevos mercados o intensificar la actividad comercial en otros países que tienen consolidados”. A su vez, la patronal destaca un factor que ha reducido el impacto: “Otros operadores están ocupando progresivamente el espacio dejado por Thomas Cook (particularmente Jet2holidays)”.

Finalmente, la asociación que aglutina a cerca de 500 agencias de viajes es optimista ante la apertura de nuevas conexiones aéreas desde Barajas y el Prat asegurando que es un síntoma de que España goza de buena salud.

RESERVAS DE NAVIDAD Y FIN DE AÑO

ACAVE espera para estas fechas de cierre de año una subida en el nivel de reservas de un 5% respecto al mismo periodo del año anterior. Esto se debe, explica, al calendario favorable (los festivos caen a mediados de semana y permiten tomar semanas enteras de vacaciones).

“Este porcentaje de incremento de reservas podría ser incluso mayor puesto que en el momento en que se realizó la encuesta todavía no habían abierto todas las estaciones de esquí y la temporada no había arrancado en firme”, comentan desde la patronal. “Se espera que la abundancia de nieve actúe como un incentivo para reservas de última hora. Se estima que las reservas para destinos de nieve supongan un 45% del total de reservas para estas fechas. Se espera también que la mayoría se concentren durante la semana de Fin de Año y Reyes”.

El calendario favorable ha jugado también a favor de la contratación de viajes de larga distancia. Destacan destinos asiáticos como Japón, China o Vietnam, pero también Maldivas o Bali. Asimismo, se confirma la recuperación de un destino tradicional de estas fechas como era Egipto, y otras opciones en África como rutas y safaris en los parques nacionales. Estos destinos concentran entre un 5 y un 7% del total de reservas.

Los itinerarios por Europa y las grandes ciudades como Berlín, Londres, Praga, Roma, Venecia y Viena, también destacan entre las elecciones de los españoles. Se estima que un 20% de las reservas para estas fechas serán a estos destinos, que ofrecen propuestas muy variadas, desde atractivos paseos de compras, mercadillos navideños, museos, además de una rica oferta gastronómica.

Los destinos españoles suponen entre un 10 y un 15% de las reservas. Destacan las escapadas urbanas para celebrar el fin de año, lo cual responde a la apuesta que han llevado a cabo algunas ciudades como Madrid o Vigo para ofrecer actividades navideñas vistosas. En paralelo tenemos una creciente demanda de escapadas de turismo rural especialmente para la celebración del fin de año en familia y con amigos, concluye ACAVE.

Agencias y TTOO

Fetave confía en que la relación con CEAV mejore con Carlos Garrido como presidente

César Gutiérrez asegura que trabajará para que las agencias resultantes de la fusión de Globalia y Barceló se conviertan en asociadas de la federación

Publicada 13/12/2019 9:01 horas - Actualizada 13/12/2019 13:39 horas



César Gutiérrez asegura que Fetave estará en la mesa de negociación que se forme para discutir los términos del Imsero.

El presidente de la **Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes (Fetave)**, César Gutiérrez, ha declarado a **AGENTTRAVEL** que confía en que la relación de la asociación con la Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV) mejore con Carlos Garrido como presidente.

El Consejo Directivo de CEAV decidió por unanimidad hace unas semanas que **Carlos Garrido tomase el relevo de Rafael Gallego** al frente de la asociación. El nuevo presidente declaró a este medio que entre sus objetivos se encuentra “unificar las asociaciones y crecer en número de agencias”.

Gutiérrez ha celebrado el nombramiento de Garrido, al que define como “una persona muy válida y perfecta para el puesto”, y ha reconocido que mantiene con el nuevo presidente “una relación magnífica” que espera que se traduzca en “un acercamiento” entre Fetave y CEAV.

“Sería muy importante para nosotros tener al mayor grupo turístico español entre los asociados de Fetave”

“Esta sintonía no se va a producir de un día para otro, sino que tiene que haber confianza para sentarnos a ver qué podemos hacer juntos”, ha manifestado Gutiérrez, quien considera que “no hace falta” que ambas asociaciones estén “integradas”, pero sí que alcancen “consensos” a la hora de defender los intereses de los empresarios en asuntos como “la Directiva de Viajes Combinados, el convenio de agencias o el Imserso”.

Cabe recordar que Garrido formó parte de Fetave durante unos meses a finales de 2014, aunque abandonaría la asociación por sus discrepancias con la dirección. En esas fechas, Fetave formaba parte de CEAV, **pero fue excluida poco tiempo después** y, desde entonces, ambas asociaciones han mantenido continuas discrepancias.

La escasa armonía entre asociaciones no ha pasado desapercibida para los agentes de viajes. En una de las encuestas que este medio realiza cada mes, **un 65% reconocieron que las asociaciones “no están unidas”**, mientras les reclamaban que mejorasen en aspectos como la formación (30%), la representación del sector (13%) o la defensa de sus intereses (12%).

La fusión, una oportunidad para sumar asociadas

El asociado más fuerte de Fetave es Globalia: el grupo turístico aporta a la asociación aproximadamente “un 10%” del total de su número de agencias, según Gutiérrez, y, por eso, **la fusión de sus áreas emisoras con las del Grupo Barceló** tendrá una incidencia directa sobre las actividades diarias de la federación.

La operación es, para Gutiérrez, “positiva” para España porque contará con un grupo turístico “entre los cinco o diez más importantes en Europa”, pero también supone una oportunidad de crecimiento para Fetave, que ve la posibilidad de que las agencias del Grupo Barceló puedan entrar a formar parte de la federación si las autoridades de competencia aprueban la fusión.

“Por parte de Globalia no va a haber problemas, porque trabajamos codo con codo, y trabajaremos para que el grupo fusionado esté en nuestra asociación. Sería muy importante tener entre al mayor grupo español entre nuestros miembros”, ha argumentado Gutiérrez.

El presidente de Fetave se ha mostrado confiado en que, tal y como explicó Globalia en un comunicado, no haya cierre de oficinas y observa un “cambio estratégico” en el modelo de negocio turístico que supondrá que “la intermediación, las aerolíneas y los hoteles vayan cada una por su lado”, [en lugar de concentrarse en grandes grupos verticales](#).

Fetave, segura de su presencia en la negociación del Imsero

Gutiérrez también se ha querido referir al Imsero. En concreto, el presidente de Fetave ha subrayado que el gabinete de la ministra de Comercio, Industria y Turismo, Reyes Maroto, les ha trasladado que la asociación estará en la mesa de negociación que se conforme para discutir los términos de los nuevos pliegos.

“Estamos seguros de que vamos a estar ahí”, ha manifestado Gutiérrez, quien ve este foro como una ocasión para discutir ideas como la de su homónimo en la Asociación Corporativa de Asociaciones de Viajes Especializadas (Acave), Martín Sarrate, que se mostraba proclive hace una semana a [“abrir el Imsero a otros turoperadores”](#).

“Fetave y CEAV deben alcanzar consensos en asuntos como la Directiva de Viajes Combinados, el convenio de agencias o el Imsero”	La organización de esta mesa se producirá presumiblemente tras la formación del nuevo Ejecutivo, algo que supone “una prioridad” para Gutiérrez. “Necesitamos que se forme Gobierno cuanto antes, pero también el Congreso porque para discutir cualquier reforma necesitamos a los portavoces de turismo y, a partir de ahí, Fetave puede empezar a trabajar”, ha sostenido.
---	--

A ese hipotético nuevo Gobierno que se forme, el presidente de Fetave le pide “que siga creyendo en el turismo como uno de los sectores más importante que tiene España y que tanto ha ayudado en tiempos de crisis”. “Que se acuerden del turismo internacional, pero también del nacional; del Sol y Playa, y del Interior”, ha concluido.

Fecha:
13.12.19



Xavier Marcé participa a l'acte de lliurament dels 4ts premis Futurisme

13/12/2019

Dilluns 16 de desembre, a les **12:30 hores** (Sala Mirador, Convent de Sant Agustí, C. del Comerç, 36.), el regidor de Turisme i Indústries Creatives, **Xavier Marcé**, clou l'acte de lliurament de la quarta edició dels premis Futurisme. Els guardons reconeixen les millors iniciatives en turisme sostenible en tres categories: el premi a la idea més innovadora; el premi a l'assoliment dels ODS de l'Agenda 2030; i el premi a la millor aplicació de la tecnologia. A l'acte de lliurament de guardons també hi participarà **Juan Luis Ruiz**, diputat de Turisme de la Diputació de Barcelona; **Jordi Mestre**, president del Gremi d'Hotels de Barcelona; i **Martí Sarrate**, president de l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades.

FuTurisme és un programa de suport a la creació d'empreses innovadores i responsables dins l'àmbit del turisme promogut per Barcelona Activa - Ajuntament de Barcelona, la Diputació de Barcelona, l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades ACAVe i el Gremi d'Hotels de Barcelona. El programa ofereix a les empreses seleccionades accions formatives, experiències emprenedores, dinars en xarxa, accions de capacitació en habilitats emprenedores i tutories de seguiment. Enguany, en la quarta edició dels Premis Futurisme, es reconeix 5 projectes finalistes que són: Runderfy, Kanan K'aax, Circular Travels, ChartOK i Play Visit.

L'acte comptarà amb la ponència "Turisme, experiències i ODS: bons llocs per viure, bons llocs per visitar" a càrrec de Jordi Ficapal, director Pedagògic i d'Innovació, director de la Càtedra de Turisme Responsable i Hospitalitat, de la Facultat de Turisme i Direcció Hotelera Sant Ignasi, de a Universitat Ramon Llull

FIN DE SEMANA DE ANÁLISIS EN REPORTUR

La violencia del independentismo aflige al turismo en Barcelona

V. V. | 14 de diciembre de 2019

6 comentarios

TEMAS RELACIONADOS: [Fin de semana](#)



Hasta hace unos años había dos clichés sobre Cataluña: uno era el 'seny català' y el otro 'la pela es la pela'. Dos tópicos manidos que se asociaban a los catalanes que eran incuestionables y servían de faro para saber que en Cataluña no se perseguían ideas disparatadas ni tampoco se jugaba con el bienestar ni con la prosperidad, como desgrana esta sección [Fin de semana de análisis en REPORTUR](#).

Los sucesos violentos vividos en Cataluña, especialmente en Barcelona, tras la sentencia del 'procès' han eclipsado el añorado 'seny' y han supuesto un golpe internacional al turismo y a la marca Barcelona. Y a todo ello se une el retraso del partido de fútbol más importante del mundo, el FC Barcelona-Real Madrid, que se suspendió al no poder garantizarse la seguridad, con el consecuente impacto en la reputación, aunque espera jugarse este miércoles 18.

La inseguridad jurídica que supuso la declaración de independencia de Cataluña en 2017 y la marcha de centenares de empresas de la región ha derivado en inseguridad física y en una semana de batallas campales por las calles de Barcelona. Una imagen que ha dado la vuelta al mundo y que ha ocasionado cuantiosas pérdidas económicas para el turismo y el comercio.

Sorprendentemente, la ola de violencia no ha sido condenada por el presidente de la Generalitat de Cataluña, Quim Torra. Antes al contrario, Torra no ha dudado en encabezar manifestaciones e incluso defender la convocatoria de otro referéndum ilegal desde la tribuna del Parlament. La alcaldesa de Barcelona, Ada Colau, también criticó "la crueldad" de la sentencia a los líderes independentistas y, aunque ha afirmado que Quim Torra parece más un activista que un presidente de la Generalitat, se le ha reprobado por ponerse de perfil. De hecho, la Guardia Urbana de Barcelona la ha acusado de "irresponsabilidad y dejadez de funciones" por no sacar la unidad antidisturbios. El sindicato CSIF ha reprochado a Colau que haya tenido "acuartelada a su policía" y les impida defender a sus ciudadanos de "aquellos que con violencia queman Barcelona, asaltan los comercios y dañan la propiedad pública y privada".

El turismo catalán, que ya sufrió en 2017 las consecuencias del referéndum del 1 de octubre que supuso la pérdida de 185.000 turistas y un impacto de 319 millones de euros, se prepara para un impacto aún mayor.

De momento, la venta de las 120.000 plazas del Imsero destinadas a Cataluña se han paralizado. El perfil del viajero del Imsero "quiere, más que ningún otro, calma y tranquilidad, y sentirse querido en el destino, no agredido. No quiere acabar saliendo del autobús y teniendo que arrastrar su maleta por una carretera", ha declarado César Gutiérrez Calvo, presidente de la Federación Empresarial de Asociaciones de Agencias de Viajes Españolas (Fetave), según recoge 'El Mundo'.

La ministra de Trabajo en funciones, Magdalena Valerio, ha reconocido que se están anulando reservas de viajes del Imsero a Cataluña porque "no hay muchas personas que quieran ir, y esto no es bueno".

HOTELES. Los hoteles temen que la violencia independentista desatada en Cataluña vuelva a suponer una caída de las pernoctaciones, como ocurrió en el último trimestre de 2017.

El Gremio de Hoteles y Empresarios de Cataluña han reconocido que algunos hoteles ya han notado un 30% menos de reservas durante la semana del 14 de octubre. La violencia extrema en las calles, con barricadas ardiendo, ataques a la policía, destrucción del mobiliario urbano, bloqueo del aeropuerto de El Prat con decenas de vuelos cancelados, corte de carreteras y negocios cerrados por miedo a la violencia, son un cóctel que disuade a cualquier turista.

Las embajadas de EEUU, Reino Unido, Francia, Portugal, Finlandia y Bulgaria han alertado a sus ciudadanos sobre los riesgos de ir a Cataluña. Javier Piñanes, consejero de Turespaña en Londres, señala que el terrorismo y los conflictos sociales y políticos son dos factores que afectan mucho a los turistas británicos y que tienen un impacto inmediato en los viajes. "Se ponen muy nerviosos siempre que ven problemas en los aeropuertos y que se producen cancelaciones".

Exceltur, la Alianza Turística que preside Gabriel Escarrer, ha advertido del daño que hacen al turismo los disturbios. "Aunque esto desaparezca en unos días buena parte del daño ya está hecho. Ya hemos aparecido en los medios internacionales al nivel de las revueltas de Hong Kong o de Quito, y hemos generado páginas de información con las revueltas en telediarios de todo el mundo", lamentó José Luis Zoreda, vicepresidente de Exceltur, que recuerda que el proceso de recuperación tras el referéndum ilegal del 1 de octubre de 2017 fue de un año y medio.

Dos cruceros, uno de Viking Ocean Cruises con 918 pasajeros, que tenía que hacer escala en Barcelona el sábado 19 de octubre fue desviado a Valencia por los incidentes violentos de Cataluña. Otro crucero de Tui hizo escala en Ibiza también evitó atracar en la ciudad condal.

TURISMO DE CONGRESOS. Meliá Hotels, con once hoteles en Cataluña y seis de ellos en Barcelona, cayó un 4,1% en bolsa el viernes 18 de octubre por el caos y la violencia vivida en Barcelona. La cadena hotelera ya tuvo un 2018 "nefasto" en palabras de Gabriel Escarrer, vicepresidente ejecutivo y consejero delegado de Meliá, porque se desplomaron los ingresos en los hoteles de Barcelona, especialmente en los hoteles de cinco estrellas.

Precisamente el turismo de congresos de Barcelona ha sido el primero en recibir el golpe. El Meeting Point, la mayor feria inmobiliaria de Barcelona, había ausencia de visitantes representativos, como sucedió también en un congreso de cardiología.

Juan Molas, presidente de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), pone voz al hartazgo de los hoteleros por las pérdidas que les supone la violencia de las últimas semanas. "Las manifestaciones violentas provocadas por unos miles de imbéciles" están provocando "cancelaciones inmediatas" y han paralizado la venta de vacaciones en Cataluña a través del Imserso.

Preocupación también en las agencias de viajes que temen que la imagen de inestabilidad y de violencia contamine a toda Cataluña. “Se tiene que frenar esta escalada de violencia porque estas imágenes que están dando la vuelta al mundo pueden ser perjudiciales no sólo para la marca Barcelona, sino para la marca Cataluña”, según el presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE), Martí Sarrate.

Este octubre negro en Cataluña ha servido para que el ‘seny’ catalán se haya difuminado dando todo el protagonismo a los CDR o al llamado Tsunami Democràtic, que no solo ha prendido fuego a las calles sino que ha atraído a violentos grupos anarquistas y antisistema de otros países para unirse a los independentistas.

VARAPALO A TORRA. El caos y el enorme daño económico y de imagen ha hecho dar la voz de alarma a patronales como Foment del Treball, Cecot o la Cambra de Barcelona. Foment del Treball ha exigido a Quim Torra que deje de “alentar las protestas” y evite una escalada que lleva a “la destrucción” de la economía. La patronal asegura que “alentar las movilizaciones, las protestas ciudadanas y la ocupación de infraestructuras estratégicas desde la Generalitat de Catalunya, que tiene el deber y la obligación además de preservar la seguridad ciudadana y el normal funcionamiento de los servicios públicos, representa una extrema contradicción que deriva en la confrontación entre manifestantes y los cuerpos de seguridad”.

“La reputación de Catalunya y Barcelona es un capital de alto valor que reporta grandes beneficios a diferentes sectores económicos e industriales como el turismo, los eventos y ferias internacionales, las inversiones empresariales, la actividad de prestigiosas universidades y el reconocimiento de ser uno de los principales y más atractivos territorios del Mediterráneo y del Sur de Europa. Evitar la destrucción de este capital es una responsabilidad que todos debemos compartir”.

Finalmente, Quim Torra condenó la violencia, pero no fue hasta el 22 de octubre. “El Govern se ha congratulado de todas las manifestaciones pacíficas que se han producido con motivo de la sentencia y reitera su condena a todos los actos de violencia”.

El gobierno catalán y el ayuntamiento de Barcelona han admitido su preocupación por el impacto económico de los disturbios, aunque el ejecutivo ha tildado de “relativo” el impacto real que pueden tener porque “en una semana no se hunde la economía de Cataluña”, según la consejera de Empresa de la Generalitat, Àngels Chacón.

Chacón ha señalado que estos actos violentos no son las manifestaciones pacíficas que representan al movimiento independentista” y ha instado a hablar también del problema de fondo, en referencia a la condena a los dirigentes independentistas. “Evidentemente nos preocupa el impacto (de los disturbios), pero muchísimo más atender la causa de fondo”, ha asegurado Chacón.

Entretanto, la economía real ya se resiente de la ola de violencia. Los comerciantes aseguran que las ventas cayeron entre un 30 y un 40% en la semana del 14 al 20 de octubre mientras que el Gremio de Hoteles de Barcelona sufre cancelaciones y asegura que las reservas llegan a menor ritmo de lo habitual.

Manel Casal, portavoz de los hoteleros, recuerda que el turismo supone casi el 15% del PIB de la ciudad y que los hoteles de Barcelona facturan anualmente unos 1.600 millones de euros y dan trabajo a 100.000 personas, 40.000 de ellas de manera directa.

Unos hoteleros que esperan que se recupere el 'seny' y la estabilidad social y política después de un bienio negro que ha supuesto fuertes pérdidas para el sector.



Futurisme reconeix les millors iniciatives d'emprenedoria en turisme sostenible

16/12/2019

El regidor de Turisme i Indústries Creatives, Xavier Marcé, ha clos avui l'acte de lliurament de la quarta edició dels premis Futurisme. Els guardons reconeixen les millors iniciatives en turisme sostenible en tres categories: el premi a la idea més innovadora; el premi a l'assoliment dels ODS de l'Agenda 2030; i el premi a la millor aplicació de la tecnologia.

Per al regidor Marcé, és imprescindible comptar amb iniciatives com aquesta del programa Futurisme perquè són "mesures d'enginyeria social". El regidor ha destacat que els projectes premiats i finalistes són "la llavor del futur" que "ens doneu pistes per als reptes en la gestió turística de la ciutat, i n'hem d'aprendre i poder aplicar-les, perquè tant de bo aquestes idees ens ajudin a transformar la ciutat".

A l'acte de lliurament de guardons també hi ha participat Juan Luis Ruiz, diputat de Turisme de la Diputació de Barcelona; Manel Casals, secretari general del Gremi d'Hotels de Barcelona; i Martí Sarrate, president de l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades.



Futurisme és un programa de suport a la creació d'empreses innovadores i responsables dins l'àmbit del turisme promogut per l'Ajuntament de Barcelona a través de Barcelona Activa, la Diputació de Barcelona, l'Associació Catalana d'Agències de Viatges Especialitzades (ACAve) i el Gremi d'Hotels de Barcelona.

El programa ofereix a les empreses seleccionades accions formatives, experiències emprenedores, dinars en xarxa, accions de capacitació en habilitats emprenedores i tutories de seguiment. Enguany, en la quarta edició dels Premis Futurisme, s'ha reconegut 3 projectes: a la iniciativa més innovadora, per al projecte Runderfy; el premi a l'assoliment dels ODS de l'Agenda 2030, per a Circular Travels; i el premi a la millor aplicació de la tecnologia, PlayVisit.

L'acte ha comptat també amb la ponència "Turisme, experiències i ODS: bons llocs per viure, bons llocs per visitar" a càrrec de Jordi Ficapal, director Pedagògic i d'Innovació, director de la Càtedra de Turisme Responsable i Hospitalitat, de la Facultat de Turisme i Direcció Hotelera Sant Ignasi, de a Universitat Ramon Llull.

Agencias y TTOO

CEAV pedirá en la mesa negociadora del Imsero que se doble la comisión a las agencias

Carlos Garrido confirma que la asociación estará en el grupo de trabajo que el Gobierno formará cuando se defina el Ejecutivo y contará con diversos actores turísticos

Publicada 18/12/2019 8:30 horas - Actualizada 18/12/2019 15:32 horas **Diego Montes**



Hasta ahora, la retribución que reciben las agencias de viajes por cada plaza del Imsero que venden es de 12 euros.

El presidente de la **Confederación Española de Agencias de Viajes (CEAV)**, Carlos Garrido, ha confirmado a **AGENTTRAVEL** que la asociación estará en la mesa negociadora que conformará el Gobierno para debatir las nuevas condiciones del Imsero y que entre sus propuestas estará que se doble la retribución a las agencias de viajes.

Garrido considera "insuficiente" la comisión de 12 euros por plaza que reciben las agencias y ha asegurado que CEAV pedirá "una retribución acorde a la aportación de valor" de las minoristas que, en principio y dependiendo de cómo se desarrollen las negociaciones entre los actores que participan en el Imsero, ha cifrado "en torno a 25 euros".

"Las agencias vamos a solicitar que se reconozca nuestro papel en la intermediación y se nos retribuya en proporción al trabajo que aportamos en materia de seguridad, garantías, tecnología y recursos humanos", ha destacado Garrido.

Si bien el Imsero ha confirmado a la asociación que estará en esa mesa negociadora, la creación de la misma está condicionada a la conformación de un nuevo Gobierno. Lo que sí ha podido adelantar Garrido es que la gerente de CEAV, Mercedes Tejero, será la representante de la confederación en los encuentros que se produzcan.

La mesa, una ocasión para discutir ideas

Además de CEAV, la Federación Empresarial de Asociaciones Territoriales de Agencias de Viajes Españolas (Fetave) también [ha obtenido confirmación oficial de que estará en la mesa de negociación](#) que se conforme para discutir los términos de los nuevos pliegos, tal y como adelantó este medio en exclusiva la semana pasada.

“Estamos seguros de que vamos a estar ahí”, manifestó Gutiérrez, quien ve este foro como una ocasión para discutir ideas como la de su homónimo en la Asociación Corporativa de Asociaciones de Viajes Especializadas (Acave), Martín Sarrate, [que se mostraba proclive hace una semana a “abrir el Imsero a otros turoperadores”](#).

César Gutierrez se mostró “seguro” de que Fetave estará en el grupo de trabajo del Imsero

El propio Sarrate definió hace unas semanas el hecho de que las agencias no hubieran sido invitadas a la mesa de negociación del Imsero como “una vergüenza”, y recordó que sin las minoristas “no existiría” el programa.

En la misma línea que Carlos Garrido, el presidente de Acave calificaba de “insuficientes” las comisiones que reciben las agencias por la venta de los viajes y argumentaba que las minoristas tienen muchos costes y una gran responsabilidad.

Peticiones insistentes de un grupo de trabajo del Imsero

Antes que Garrido y Sarrate, el expresidente de CEAV, Rafael Gallego, ya [había solicitado en repetidas ocasiones que las agencias estuvieran](#) en el grupo de trabajo para rediseñar el Imsero porque son “a quien va dirigido el concurso y también quienes lo comercializan”.

“Hay que ver si hay que cambiar todo el modelo, parte de él o si funciona”, resaltaba Gallego en el marco de la V Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes, y concluía su intervención poniendo de relieve que “el Imsero es bueno para el sector turístico, para las agencias y para España porque consigue desestacionalizar, mantener el empleo y crear riqueza”.

Martí Sarrate definió hace unas semanas el hecho de que las agencias no hubieran sido invitadas a la mesa de negociación del Imsero como “una vergüenza”

Otro expresidente de una patronal, en este caso de la Confederación Española de Hoteles y Alojamientos Turísticos (Cehat), Juan Molas, lamentaba hace un mes que [las estancias del Imsero hubieran caído un 40% en Cataluña](#) en el mes de noviembre debido a “la mala organización” y los múltiples retrasos que había sufrido el programa y volvía a reclamar que se pusiera en marcha la mesa de trabajo que debía rediseñar el Imsero.

Aunque aún no hay fecha para la primera reunión, parece que las solicitudes de las patronales han sido recogidas por el Gobierno y en las próximas fechas se concretará cuándo comienza a trabajar y quién forma parte de esa mesa negociadora. Las agencias, que en diversas ocasiones habían protestado por no haber recibido una invitación para ese grupo de trabajo, estarán representadas, si todo sigue según lo previsto, por partida doble.

EL IMSERSO CORRIGE UN AGRAVIO: LAS AGENCIAS PARTICIPARÁN EN SU REFORMA

Noticias and Portada

El **Ministerio de Sanidad, Consumo y Bienestar Social**, de quien depende **Instituto de Mayores y Servicios Sociales**, comunicó a comienzos de este mes a CEAV que en las futuras negociaciones tendrán un sitio en **la mesa que diseñará el nuevo programa, que se creará una vez se constituya el nuevo Gobierno**.

De esta manera, el Imserso corrige un agravio denunciado de manera reiterada por las agencias de viajes, que se sentían ninguneadas frente a otros proveedores, como los hoteleros, cuando sin ellas no podría venderse los viajes a los jubilados, **como ha denunciado recientemente el presidente de ACAVE, Martín Sarrate**.

Garrido defiende los beneficios del programa porque es una manera de revitalizar las zonas afectadas por la estacionalidad turística y a las agencias **"nos sirve para cubrir la temporada baja"**.

Insiste en que **"es una buena idea"** pero que después de más de 30 años en funcionamiento "necesita una serie de reformas para actualizarlo a las demandas de hoy en día" y por ello han pedido participar en esa negociación. "Es lógico que estemos en esa mesa porque **somos las agencias de viajes las que vendemos el millón de plazas del programa**", dice.

Añade que "nosotros lo que queremos es **que se nos escuche, aunque si luego no nos hacen caso eso es otro tema**, porque somos nosotros los que sabemos de intermediación".

Una mayor retribución

Sobre cuáles serán las propuestas que pondrán sobre esa mesa de negociación, Garrido adelanta que pedirán una mayor retribución y una actualización del programa de vacaciones.

El presidente de CEAV considera **"insuficientes" los 12 euros** que reciben en la actualidad las agencias por cada plaza del Imserso vendida. **"Queremos algo acorde con el tiempo que requiere su gestión, con las garantías que ofrecemos y con el valor que aportamos"**, dice.



El Ministerio de Sanidad comunicó a comienzos de mes a CEAV que participará en las futuras negociaciones para reformar el programa de vacaciones.

Por ello van a solicitar al Imserso **una remuneración entre los 20 y los 25 euros** por plaza reservada. Supone duplicar la actual remuneración pero Garrido defiende que es una compensación que "podemos justificar porque **aportamos mucho valor, dedicamos mucho tiempo** a la persona mayor que llega a nuestra agencia, **damos un papel de asesoramiento y ofrecemos garantías adicionales** que a veces son superiores a este coste extra".

Insiste en que las agencias para su labor de intermediación requieren de unas garantías, de una tecnología y de un personal competente "y todo eso tiene un coste y lo que queremos es lógico, que se nos pague por ello"

Recuerda que "la hora del agente de viajes es cara y **el cliente del Imserso que viene a una agencia le puedo asegurar que requiere muchos minutos**", concluye.

Agencias de viajes

ACAVE INTERPONE UNA DENUNCIA EN MADRID

Correos como agencia: las minoristas intentan paralizar su proyecto

Temas relacionados: ACAVE, CEAV, Correos, Denuncia, Ley de Viajes Combinados y Servicios Vinculados, Martí Sarrate

Actualizado 19 diciembre, 2019 || Por *Andrea Bulla*

2 Comentarios



“Entre todo el Sector intentaremos que Correos no continúe con la idea de vender viajes”, asegura tajantemente Martí Sarrate, presidente de la patronal ACAVE. Para ello, ya han interpuesto una denuncia ante la Dirección General de Turismo de Madrid al considerar que la empresa pública hace competencia desleal y viola la Ley de Viajes Combinados y Servicios Vinculados al entrar en el negocio de las agencias “vendiendo billetes de Renfe, entradas y hoteles” ([Correos venderá viajes y será la mayor minorista de España con 2.400 puntos de venta](#)).

“Es una idea equivocada porque Correos se tiene que dedicar a lo suyo. Además que es una empresa pública que no tiene que hacer competencia a las empresas privadas y más en este Sector donde hay muchas pymes y micropymes”, ha asegurado Sarrate a *preferente.com*. Tras esta denuncia, la patronal espera que la Administración tome cartas en el asunto y actúe con diligencia.

“Esperamos que la Administración actúe rápidamente porque el tema es de envergadura y que haga las inspecciones correspondientes que es lo que le toca igual que hace las inspecciones a las empresas legales que están actualizadas y a partir de ahí que dictaminen y sancionen con lo que corresponda”.

La denuncia de ACAVE es la primera acción legal del sector de agencias contra el proyecto de Correos de convertirse en la mayor red minorista de nuestro país, como adelantó en exclusiva este digital en el mes de octubre. Tras este adelanto, CEAV señaló que estudiaría acciones legales contra la empresa pública postal por competencia desleal ([Correos: las agencias estudian medidas legales por intrusismo](#)).

“CEAV también pondrá otra denuncia”, ha puntualizado Sarrate. “Al final el Sector debe sentirte contento y satisfecho porque reaccionamos rápidamente ante cualquier cosa que ataque a nuestros intereses y eso tiene mucho valor en defensa de todas las empresa que en la mayoría son micropymes, lo cual demuestra nuestra fortaleza”.

Fecha:
19.12.19

**VPH Viajes,
pasajes y
hoteles**

Correos como agencia: las minoristas intentan paralizar su proyecto

· hace 9 horas · 1 minuto de lectura



“Entre todo el Sector intentaremos que Correos no continúe con la idea de vender viajes”, asegura tajantemente Martí Sarrate, presidente de la patronal ACAVE. Para ello, ya han interpuesto una denuncia ante la Dirección General de Turismo de Madrid al considerar que la empresa pública hace competencia desleal y viola la Ley de Viajes Combinados y Servicios Vinculados al entrar en el negocio de las agencias “vendiendo billetes de Renfe, entradas y hoteles” ([Correos venderá viajes y será la mayor minorista de España con 2.400 puntos de venta](#)).

“Es una idea equivocada porque Correos se tiene que dedicar a lo suyo. Además que es una empresa pública que no tiene que hacer competencia a las empresas privadas y más en este Sector donde hay muchas pymes y micropymes”, ha asegurado Sarrate a *preferente.com*. Tras esta denuncia, la patronal espera que la Administración tome cartas en el asunto y actúe con diligencia.

“Esperamos que la Administración actúe rápidamente porque el tema es de envergadura y que haga las inspecciones correspondientes que es lo que le toca igual que hace las inspecciones a las empresas legales que están actualizadas y a partir de ahí que dictaminen y sancionen con lo que corresponda”.

La denuncia de ACAVE es la primera acción legal del sector de agencias contra el proyecto de Correos de convertirse en la mayor red minorista de nuestro país, como adelantó en exclusiva este digital en el mes de octubre. Tras este adelanto, CEAV señaló que estudiaría acciones legales contra la empresa pública postal por competencia desleal ([Correos: las agencias estudian medidas legales por intrusismo](#)).

“CEAV también pondrá otra denuncia”, ha puntualizado Sarrate. “Al final el Sector debe sentirse contento y satisfecho porque reaccionamos rápidamente ante cualquier cosa que ataque a nuestros intereses y eso tiene mucho valor en defensa de todas las empresa que en la mayoría son micropymes, lo cual demuestra nuestra fortaleza”.

Fuente: EL Preferente

ACAVE se adelanta a CEAV y denuncia a Correos por vender billetes de Renfe

• hace 22 horas ■ 1 minuto de lectura



Compartí



La asociación [ACAVE](#) no ha querido esperar por [CEAV](#) y ya ha presentado una denuncia contra [Correos](#) por incumplir la [Ley de Viajes Combinados](#) con [la venta de billetes de Renfe](#), según ha confirmado este jueves a HOSTELTUR su presidente, [Martín Sarrate](#).

La denuncia se presentó **el pasado 25 de noviembre en la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid**, por ser el lugar donde está situada la sede central de Correos. [CEAV](#) por su parte está preparando otra denuncia paralela que puede extenderse también a Renfe, como adelantó este diario.

Sarrate explica que han actuado **contra Correos, «no contra Renfe por el momento»**, porque la empresa de servicios postales «es la que ofrece viajes en su plataforma y en sus oficinas por lo que incumple la **Ley de Viajes Combinados y Servicios Vinculados**, aunque detrás haya alguna agencia».



El presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas afirma que «si a nosotros se nos exigen fianzas tiene que ser igual para otros».

Califica la situación actual de “cachondeo” porque **ya han tenido que denunciar a cinco aerolíneas** por vender viajes combinados sin garantías y recuerda que **«la ley tiene que ser igual para todos»**.

El presidente de ACAVE no esconde su indignación ante el paso que ha dado Correos. «Esto no puede ser, es una empresa pública para más inri, es una competencia desleal y **puede tener un efecto multiplicador y luego terminar vendiendo viajes del Imserso** o lo que sea».

Correos vende en sus 2.400 oficinas billetes de Renfe desde el pasado mes de noviembre. Sobre el motivo por el que no han presentado una denuncia conjunta con CEAV, el presidente de ACAVE explica que **«nos gusta llevar la iniciativa y somos autónomos»** con respecto a la Confederación Española de Agencias de Viajes.

«Hemos creído que **teníamos que defender los intereses del sector y de nuestros asociados»** y por ello ha sido el equipo jurídico de ACAVE el que ha decidido actuar, aunque añade que están **abiertos a sumarse también a la denuncia que presente CEAV, si se plantea en la reunión del próximo comité**.

Por otro lado, lamenta que tengan que ser las asociaciones empresariales las que decidan denunciar estos incumplimientos de la ley cuando entiende que **es una labor que le corresponde a los órganos de inspección de Consumo o de Turismo de las comunidades autónomas**.

Por todo ello, confía en **que la Comunidad de Madrid actúe «de manera ágil y con rapidez»** porque se trata de **«un caso de envergadura»**.

El pasado mes de octubre las dos empresas de capital público anunciaron **un acuerdo comercial para que los viajeros de Renfe pudieran comprar billetes de tren en las oficinas de Correos**. Al mes siguiente, la empresa ferroviaria anunció por todo lo alto que **estrenaba 2.400 nuevos puntos de venta**, en referencia a las sucursales que tiene Correos por toda España

Fuente: HostelTur

LA PATRONAL RECLAMARÁ QUE DÉ MARCHA ATRÁS

CEAV: “Le va a costar mucho a Correos vender viajes”

Temas relacionados: Carlos Garrido, CEAV, Correos, Denuncia, Martí Sarrate, Venta

Actualizado 20 diciembre, 2019 || Por Andrea Bulla

4 Comentarios



El presidente de CEAV, Carlos Garrido, ha sido tajante este viernes a la hora de valorar la irrupción de Correos en la venta de viajes. “Vamos a reclamar ante las autoridades de Madrid para que Correos reconsidere la idea de vender viajes. Esto ni tiene sentido ni lleva a ninguna parte”, ha señalado.

Garrido, que ha realizado estas declaraciones durante la presentación del estudio Observatur en Madrid, ha enfatizado que no les preocupa el hecho en sí de que la empresa pública postal se ponga a vender viajes, “porque les va a costar mucho vender billetes o viajes”. En ese sentido, ha recalcado que “si lo hacen, les vamos a exigir que se les pidan los mismos requerimientos que a las agencias de viajes en materia de garantías, seguridad, establecimientos independientes, etc”.

El presidente de la patronal de agencias ha enfatizado que reclamarán ante las autoridades de Madrid tal y como lo hizo ACAVE hace escasos días alegando que Correos “se tiene que dedicar a lo suyo y es una empresa pública que no tiene que hacer competencia a las empresas privadas y más en este Sector donde hay muchas pymes y micropymes”, en palabras de su presidente, Martí Sarrate ([Correos como agencia: las minoristas intentan paralizar su proyecto](#)).

Correos firmó el pasado mes de octubre un acuerdo con Renfe para distribuir y vender sus billetes en los 2.400 puntos de venta de la empresa pública postal, como adelantó en exclusiva este digital. Correos también prevé impulsar la venta de entradas desde sus oficinas denominadas multiservicio, una cifra que triplica a las que tiene Halcón Viajes (cerca de 800), así como el del resto de grandes redes como Viajes El Corte Inglés, B The Travel brand (BTTB, de Ávoris-Barceló) y Viajes Carrefour, con unas 700 oficinas cada una ([Correos venderá viajes y será la mayor minorista de España con 2.400 puntos de venta](#)).

Los destinos de nieve concentran el 45% de las reservas esta Navidad

Los destinos de nieve concentran el 45% de las reservas esta Navidad



Fuente
El Periódico

• 21.12.2019



Los destinos de nieve concentran el 45% de las reservas esta Navidad

Las estaciones de esquí leridanas prevén la venta de 230.000 forfaits estas fiestas

supondrá un aumento de la actividad para las agencias de viajes del 5%. Según las previsiones de la patronal de agencias turísticas

Existe incertidumbre sobre el estado de la nieve ante las temperaturas relativamente altas. En el caso de las estaciones de esquí nórdico, solo se prevé que abrirán para usos turísticos y raquetas. Port del Compte y Tavascan están pendientes de la evolución meteorológica. El resto de instalaciones de alpino, Baqueira Beret, Boí Taüll, Espot y Port Ainé, disponen de buenos espesores de nieve y encaran las fiestas con buenos augurios. En Girona, Valter y Núria también abrirán sus puertas.

Las agencias de viaje catalanas han detectado este año un incremento de las contrataciones de viajes de larga distancia a destinos como Japón, China o Vietnam, pero también a Maldivas o Bali. La posibilidad de prolongar las fiestas durante una semana ha animado la venta de ese tipo de productos, generalmente más habituales en Semana Santa o en verano.

"No estamos notando signos de desaceleración", aseguraba recientemente el presidente de Acave, Martí Serrate. Las denominadas agencias receptoras también auguran un incremento del número de visitantes extranjeros para estas fechas, situándose en torno a un 5% más que en el mismo periodo del año pasado. Lo que sí se ha notado en los últimos años es el incremento del poder adquisitivo de los turistas que llegan a Barcelona, con coreanos, japoneses, estadounidenses y chinos a la cabeza y gastos muy por encima de la media. Quizá por ello, el gasto medio por turista se ha incrementado en torno al 4,8% este año, frente al 2,9% del resto de España, pese a que el alza de turistas extranjeros en número es del 0,7%, mientras que la subida española es muy superior (2,5%, según INE).

Fecha:
22.12.19

Denuncia a Correos, Imserso, fusión Halcón-Ávoris, convenio, TUI...

     Publicado el: 22/12/2019



Estas son las noticias de Intermediación que debe asegurarse de conocer antes de empezar la nueva semana. Feliz domingo. ACAVE se adelanta a CEAV y denuncia a Correos por vender billetes de Renfe La asociación ACAVE no ha querido esperar por CEAV y ya ha presentado una denuncia contra Correos por incumplir la Ley de Viajes Combinados con la venta de billetes de Renfe, según ha

Fuente: WWW.HOSTELTUR.COM

El futuro incierto de los grupos turísticos verticales en España

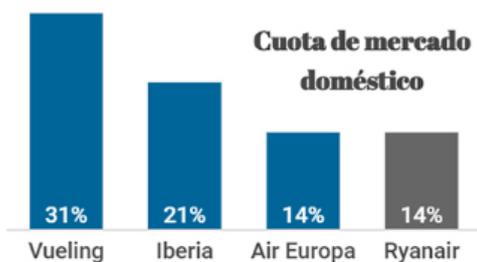
Las últimas operaciones de Globalia apuntan hacia un desmantelamiento del grupo en el futuro

Publicada 23/12/2019 8:42 horas - Actualizada 26/12/2019 13:08 horas Diego Montes



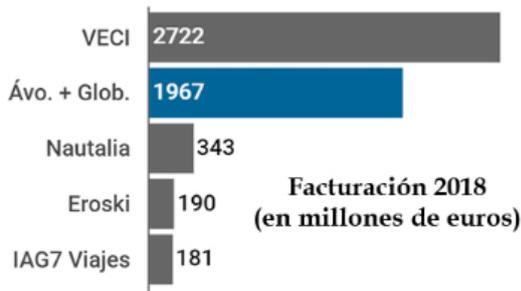
Dos operaciones que cambian el sector turístico español

IAG compra Air Europa por 1.000 millones



"Madrid va a poder competir con el resto de hubs europeos"
Luis Gallego

Globalia y Ávoris fusionan sus áreas emisoras



"La operación creará uno de los mayores grupos turísticos de Europa"
Martí Sarrate



Situación de Barceló y Globalia tras la fusión.

Un análisis de los grupos verticales del turismo español habría sido muy diferente hace poco más de un mes. Por esas fechas, aún no se habían producido las dos operaciones –o movimientos sísmicos– que condicionarán el futuro del sector en los próximos años. En primer lugar: la venta de Air Europa a Iberia, que permitirá a Madrid competir con otros hubs internacionales, según, Luis Gallego, el presidente de la aerolínea. Y en segundo lugar, la fusión de las aéreas emisoras de Globalia y Avoris, una operación que creará el mayor grupo turístico de Europa, según Martí Sarrate, presidente de Acave.

Ambas transacciones han tenido como protagonista más destacado a **Globalia**. El grupo de la familia Hidalgo ha vendido Air Europa a IAG por 1.000 millones de euros –un gigante aéreo que agrupará el 72% del tráfico de vuelos nacionales– y ha fusionado su área emisora al 50% con la del **Grupo Barceló**.

En otras palabras, a falta de la aprobación de los organismos de Competencia correspondientes, Globalia le entrega a Iberia su división más rentable –le reportaba el 52% de sus ingresos– y comparte con el Grupo Barceló su área de viajes.

Eso sí, al frente de este nuevo gigante turístico no estará Gabriel Subías. El hasta ahora CEO de Ávoris, al que todas las apuestas situaban como máximo favorito para pilotar este proyecto, **ha abandonado recientemente la división de viajes del grupo Barceló**.

En cuanto a Globalia, sus últimas operaciones indican que en los próximos años podría confirmarse el desmantelamiento del grupo turístico que impulsó Juan José Hidalgo.

Más aún, tras confirmarse que el consorcio formado por Talgo, Globalia y Trilantic no está entre los seleccionados para competir con Renfe cuando se liberalice el AVE en 2020. Se especulaba con que sería en este segmento en el que la compañía invertiría los réditos obtenidos con la venta de Air Europa al holding IAG.

Así las cosas, a Globalia, le queda en exclusiva únicamente su empresa de servicios de handling, Groundforce, que no ha entrado en la transacción con IAG, y su división hotelera Be Live Hotels.

La red de alojamientos de cinco y cuatro estrellas suma más de 10.000 habitaciones en 34 establecimientos repartidos por España, Portugal, Marruecos, Cuba, República Dominicana y Colombia. Be Live Hotels ha registrado un crecimiento exponencial en los últimos años, pero no es descartable alguna transacción en la que se vea involucrada la cadena, toda vez que algunos de sus hoteles han suscitado el interés de otras compañías.

Condiciones de la fusión

Volviendo a **la fusión de las áreas emisoras de Globalia y Barceló** –una operación liderada directamente por Javier Hidalgo y Simón Pedro Barceló, según indicaron ambas compañías en un comunicado conjunto–, se espera que de la operación surja un nuevo grupo que aspira a disputarle el liderazgo del segmento de las agencias a Viajes El Corte Inglés. No es para menos: de la operación emergerá un gigante turístico con más de 1.500 puntos de venta –si como prometen desde Globalia, no se cierra ninguna oficina–, que superará los 3.700 millones de euros de cifra de negocio.

Por la parte de Globalia, la unión incluye Halcón Viajes, Viajes Ecuador, Travelplan, Welcome, Geomoon, Globalia Meetings&Events, Globalia Autocares y Globalia Corporate Travel. Del lado de Barceló, todas las marcas de la división de viajes del grupo turístico, Ávoris: B the travel brand, Catai, Rodhasol, Bedtoyou, BCD Travel, BCD Meetings & Events; y las aerolíneas Evelop y Orbest.

Mientras sindicatos y empleados de las agencias de ambos grupos mantienen su preocupación por la posibilidad de que la compañía resultante reduzca agencias y, por tanto, puestos de trabajo, otras voces como la del presidente de la Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (Acave), Martí Sarrate, definen la operación como positiva porque “demuestra la fortaleza del sector, además de crear uno de los mayores grupos turísticos de Europa”.

Dejando a un lado estas valoraciones, lo que sí parece claro después de la integración, la venta de Air Europa a IAG, la fallida entrada en el negocio ferroviario y una presencia hotelera de escasa envergadura, es que Globalia pierde fuerza y Barceló se convierte en el último gran grupo turístico vertical de nuestro país, habida cuenta de que ni Gowaii ni Wamos poseen una estructura operativa del calado de la del grupo mallorquín.

La duda que falta por resolver es en qué dirección desea moverse el Grupo Barceló en los próximos años.

Rumores e intereses

Cuando hace poco más de un año este medio preguntaba al entonces CEO de Ávoris, Gabriel Subías, si el cambio en el nombre de la división de viajes del Grupo Barceló obedecía a una estrategia de venta, la respuesta no podía ser más esclarecedora: **“Hoy en día está todo en venta”**, señalaba, mientras recordaba que anteriormente “la empresa ya vendió toda la división de viajes, aunque después recompraron Viajes Barceló por un tema de marca”.

Las palabras de Subías, que afirmaba que “lo lógico” es que Barceló “se concentre al 100% en los hoteles” sin determinar cuándo, se producían meses antes de que el presidente de Silversea Cruises, Manfredi Lefebvre, manifestase su interés por invertir en el mercado español.

El grupo Barceló no ha vendido Ávoris y el interés de Lefebvre, que muchos relacionaron con la división de viajes de la compañía mallorquina, no ha acabado por concretarse en una operación de compra real. Con todo, ambas declaraciones indican que la voluntad de la familia es centrarse a futuro en el negocio hotelero.

No en vano, Barceló intentó fusionarse con NH antes de hacer lo propio con sus áreas emisoras y las del grupo Globalia. En 2018, la compañía incorporó a su porfolio 13 hoteles y, en total, cuenta con 250 establecimientos en el mundo.

Barceló ha acometido operaciones de gran importancia este año: en diciembre abrirá sus puertas el Maya Riviera tras una fuerte inversión de 226 millones y en los últimos meses ha desembarcado en países como Polonia, Hungría y Eslovenia.

Si acaba por definirse una apuesta decidida del grupo Barceló por una concentración horizontal que apunte hacia el segmento hotelero, unida al desmantelamiento de Globalia, se pondría fin a la larga tradición de grupos turísticos verticales que en España han liderado ambos después de que Marsans y Orizonia acabasen fracasando.

Fecha:
24.12.19

**VPH Viajes,
pasajes y
hoteles**

Europa, un gigante turístico que actúa como un enano

· hace 22 horas · 2 minutos de lectura



Compartir



MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

Partners en:
París, Milán, Berlín y Londres

www.mahala.es

Europa es un gigante turístico que actúa como un enano. Pese a ser la región del mundo que más turistas internacionales recibe (representa el 51% de las llegadas a nivel global) la coordinación de políticas turísticas dentro de la **Unión Europea** brilla por su ausencia. La advertencia procede de **Michel de Blust**, quien durante tres décadas ha sido secretario general de **ECTAA**, la asociación europea de agencias de viajes y turoperadores con sede en Bruselas.

Michel de Blust participó recientemente en el Foro Acave, donde recibió un reconocimiento por su labor **al frente de ECTAA desde 1989 hasta 2019**.

Y es que este veterano profesional ha representado a las agencias de viajes y turoperadores ante la Comisión Europea, el Parlamento Europeo, la OMT, etc, durante tres décadas.

En la jornada organizada por Acave, Michel de Blust repasó lo que son, a su juicio, **los cuatro grandes desafíos que afronta la industria turística europea en 2020**.

Michel de Blust, durante su intervención en el Foro Acave

El turismo, un sector ausente

«El primer desafío que afrontamos en la Unión Europea es político», explicó Michel de Blust.

En este sentido, recordó que la aportación del turismo a las economías nacionales de la UE oscila entre el 5% y el 10% del PIB, dependiendo de los países, «pero el sector turístico está completamente ausente de las políticas de la Comisión Europea para los próximos cinco años».



«El turismo está completamente ausente de las políticas de la Comisión Europea para los próximos cinco años»

De hecho, según añadió, **«apenas se cita al turismo en los documentos de planificación a cinco años que han preparado hasta ahora en la Comisión Europea»**.

Y este vacío supone «un gran desafío para toda la industria. Tenemos que volver a poner el turismo en la agenda europea. O **perderemos muchas oportunidades**».

Desaceleración económica

El segundo desafío que citó Michel de Blust fue la desaceleración económica que se prevé para 2020 en la Unión Europea.

Sin embargo, añadió, «podemos aprender de las crisis anteriores. En 2009, por ejemplo, **el sector turístico fue la industria más resistente y la que más rápidamente se recuperó**. El caso de Grecia fue paradigmático. Este es el mensaje que podemos pasar a nivel europeo», remarcó.

Sostenibilidad e impuestos

El tercer desafío tiene que ver con la sostenibilidad y el turismo responsable, según apuntó Michel de Blust.

«La sostenibilidad del turismo se ha convertido en **un asunto muy sensible** en ciudades como Barcelona. Y será algo fundamental en las próximas dos décadas, a nivel europeo y en sus Estados miembros».

Ahora bien, remarcó el exsecretario general de ECTAA, «la solución para la sostenibilidad no es poner más impuestos».



«Los impuestos al turismo hacen que los destinos sean más caros pero no resuelven el desafío de la sostenibilidad»

«Los políticos europeos dicen a menudo: **‘¿Tenemos un problema?, pues le aplicamos un impuesto’**. Pero esto lastra la competitividad. Hace que los destinos sean más caros sin resolver el desafío de la sostenibilidad, que solo se puede atacar **si todos los actores implicados en el tiempo y el espacio colaboran juntos**».

Y es que según expuso Michel de Blust, el turismo es culpabilizado por los problemas relacionados con aglomeraciones o masificación, «pero esto es un asunto que debe resolverse a través de la gestión de las ciudades y del espacio público».

Brexit

El cuarto desafío al que se refirió Michel de Blust es la salida del Reino Unido de la Unión Europea, prevista para el próximo **31 de enero**.

«Es nuestro cliente número uno. **El Brexit va a afectar a todos los destinos europeos**», recordó.

En cualquier caso, puntualizó, «hemos desplegado planes de contingencia para intentar preservar la conectividad aérea y para que los visitantes británicos puedan seguir viajando a la UE sin visados ni mayores limitaciones en las fronteras».

27

desembre

Mercats de Nadal a Europa

El Punt. Les principals capitals europees –París, Roma, Viena, Praga, Londres, Berlín i Venècia– continuen sent el destí principal dels catalans que viatjaran fora aquestes festes de Nadal i Reis. Per què? Doncs perquè hi ha vols directes i s'hi arriba ràpid, són ciutats que es poden visitar força bé en quatre o cinc dies –els que la majoria de gent té de vacances– i són molt atractives per fer visites culturals i acabar de fer compres. Altres indrets cada any més visitats en aquesta època, sobretot per Nadal, són les ciutats del centre d'Europa, que s'han fet famoses pels mercats nadalencs.

“Aquest Nadal és molt possible que la venda de viatges s'incrementi més d'un 5% respecte a l'any passat”, explica Martí Sarrate, president de l'Associació Corporativa d'Agències de Viatges Especialitzades (Acave).

També confirma que creix el nombre de persones que es guarden festes per aquestes dates per fer viatges més llargs. Els Estats Units, amb Nova York com a destinació estel·lar (cal no oblidar que la festa de Cap d'Any a Central Park és una de les més emblemàtiques del món), i les Maldives, així com la Xina, el Japó, Vietnam, Mèxic i Tailàndia, són els destins llunyans més sol·licitats.

En aquest sentit, els viatges de llarg recorregut suposen avui dia el 10% de les reserves que s'han fet fins ara a les agències de viatges. “La gent el que fa és marxar a partir del dia 27 i tornar abans de Reis”, assegura Sarrate, que manté que Egipte, Tunísia i el Marroc, gràcies a l'estabilitat que hi ha en aquestes zones, són destinacions del tot recuperades i que aquest any tornaran a ser molt visitades (sempre han tingut molt atractiu).

Un altre tipus de viatge, més familiar, que els darrers anys s'ha consolidat i que al principi era molt car però avui ja hi ha operadors que ofereixen preus força atractius és Lapònia. Les terres gelades i visitar la “casa” del Pare Noel és una de les últimes modes.

Una altra sortida familiar molt més assequible i cada any més demanada és Eurodisney (on els darrers anys fins i tot fan la cavalcada dels Reis). Els creuers, en canvi, en aquesta època de l'any no són significatius, tot i que sí que hi ha gent que té una setmana de vacances, perquè s'ha guardat dies, i decideix embarcar-se per anar a Dubai o al Carib, les dues destinacions hivernals més sol·licitades.

Radio

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,
9 - 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid
www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Fecha:
11.12.19

Minuts:
04:14



Onda Cero – Notícies Migdia – 11/12/2019



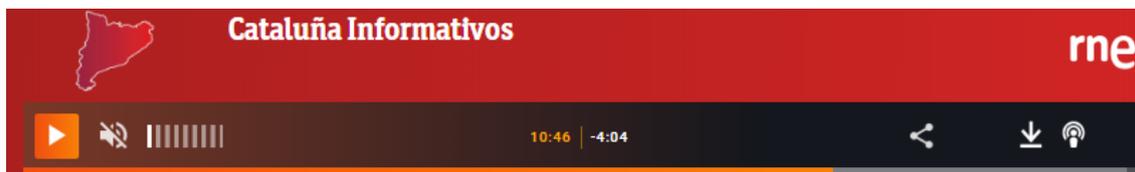
https://www.ondacero.es/emisoras/catalunya/audios-podcast/noticies-migdia/les-agencies-de-viatges-destaquen-el-creixement-de-les-reserves-per-nadal-i-confien-en-sortejar-les-turbulencias-politiques-i-economiques-durant-el-2020_201912115df108b10cf2eaf4443e6317.html

Data:
12.12.19

Minuts:
10:16 – 10:46

rne

RNE – Cataluña Informativos (Edición Mañana) – 12/12/2019



<http://www.rtve.es/alacarta/audios/cataluna-informativos/edicio-mati-catalunya-12-12-19/5464308/>

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a C/ Don Pedro, 20 Puerta C
08022 Barcelona 28005 Madrid

www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Televisión

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova,
9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid
www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Fecha:
12.12.19

Minuts:
18:58 – 20:32

1

RTVE – L'Informatiu 12/12/2019



+ A la meua llista ☆ Als meus favorits <> Embeber f Facebook t Twitter

L'Informatiu - 12/12/2019

12 des. 2019

<http://www.rtve.es/alcarta/videos/linformatiu/linformatiu-12122019/5464668/>

MAHALA

Comunicación
y Relaciones Públicas

Paseo Bonanova, 9 – 4^o1^a
08022 Barcelona

C/ Don Pedro, 20 Puerta C
28005 Madrid

www.mahala.es

Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles