

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

El 45% de las agencias prevé un leve descenso por el Brexit

Las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente las de receptivo, por el Brexit. Esta es una de las principales conclusiones de la última encuesta de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE). Más del 75% afirma que el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se mantiene en



Martí Sarrate

niveles similares e incluso superiores que en 2018. Un 25% sí ha notado un ligero descenso de reservas. Sobre los posibles efectos de un Brexit duro, un 55% cree que no perjudicaría a los destinos españoles y el 45% restante sí teme que se produzca una leve caída en las llegadas de británicos a España y a otros destinos europeos. **Escapate en pág. 10**



División de opiniones entre las agencias sobre los posibles efectos del Brexit en nuestro país

Un 45% de las agencias de viajes encuestadas prevé una leve caída a medio o largo plazo por el Brexit

Más de un 75% de agentes de viajes encuestados por ACAVE afirma que a día de hoy el volumen de reservas de ciudadanos británicos para la nueva

temporada en España se mantiene en niveles similares e incluso superiores que en 2018. Mientras que un 30% considera que está al mismo

nivel y un 45% ha registrado más reservas. No obstante, un 25% sí ha notado un ligero descenso de reservas, aunque ninguno superior al 5%.

¿Qué opinan las agencias sobre los posibles efectos del Brexit? Coincidiendo con Fitur, la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) ha celebrado un encuentro con los medios para dar a conocer los resultados de su última encuesta, en la que, entre otros asuntos, aborda esta cuestión. La primera conclusión es que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente aquellas dedicadas al receptivo.

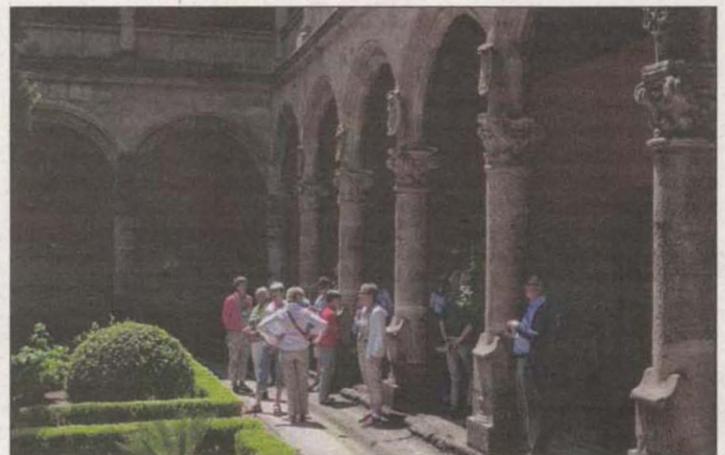
Más del 75% de los encuestados afirma que a día de hoy el volumen de reservas de ciudadanos británicos para la nueva temporada en España se mantiene en niveles similares e incluso superiores que en 2018 (30% está al mismo nivel y un 45% ha registrado más reservas). No obstante, un 25% de las agencias sí ha notado un ligero descenso de reservas, aunque en ningún caso ha sido superior al 5%.

Aunque los primeros datos no son alarmantes, hay división de opi-

niones sobre el posible efecto a medio o largo plazo de un Brexit duro. Un 55% de las agencias cree que no perjudicaría a los destinos españoles, mientras que el 45% restante sí teme que se produzca una leve caída en las llegadas de británicos a España y a otros destinos europeos. Pese a todo ello, se muestran optimistas y consideran que los efectos serán reducidos, confiando en estar preparadas para afrontarlos mediante la captación de turistas de mercados alternativos.

No se prevén descensos

Más allá del Brexit, las agencias asociadas a ACAVE se muestran optimistas de cara a 2019: más del 76% de los encuestados prevé un crecimiento del negocio, mientras que el 24% restante espera repetir los resultados de 2018. Ninguna espera un descenso de su actividad. Incluso un 30% de los encuestados sitúa este incremento entre un 5% y un



Los hogares españoles cada vez dedican más presupuesto a los viajes.

10%, mientras que otro 15% de espera crecer por encima del 10%.

Según las agencias emisoras de la Asociación catalana, los hogares españoles cada vez dedican más presupuesto a los viajes. Un 60% de las agencias augura que los españoles

seguirán realizando sus reservas con entre uno y tres meses de antelación, un 15% lo hará entre tres y seis meses antes del viaje, y un 25% lo hará con una antelación de menos de 30 días. Sólo un 5% de los españoles apostará por el último minuto.

► 25 Febrero, 2019

☆ PERSONAJE DE LA SEMANA / *Martí Sarrate*

El presidente de ACAVE mantiene la estrategia de la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Emisoras de crecer en el resto de España con su marca asociativa estatal: Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Emisoras, cuyas si-



glas comparte con su matriz catalana. Y responde a la acusación de expansionismo territorial afirmando que "trabajamos porque el Asociacionismo empresarial crezca", y que esto lo están haciendo "dentro de la unidad sectorial".

Plan de ACAVE para crecer 'aún más' fuera de Cataluña

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) pondrán en marcha este mismo año "un nuevo plan de *marketing* que nos permitirá crecer todavía más" fuera de Cataluña, explica su presidente, Martí Sarrate, en una entrevista concedida a NEXOTUR.

En la actualidad, de sus aproximadamente 500 agencias asociadas, en



Martí Sarrate

torno a un 20% están radicadas en otras Comunidades autónomas. Sarrate aclara que "ACAVE no crea tensiones", subrayando que "trabajamos para que el Asociacionismo crezca y seamos más potentes dentro de una unidad sectorial". "A día de hoy todavía queda mucho camino por recorrer", subraya.

👁 Escaparate en pág. 9



▶ 25 Febrero, 2019

ACAVE lanzará un plan de 'marketing' para 'crecer todavía más' fuera de Cataluña

Sarrate: 'Continuaremos presentando nuestros servicios sin autoimponernos límites territoriales'

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) mantiene intacto su objetivo de expandirse por todo el territorio español. Según avanza en una entrevista concedida al periódico NEXOTUR su presidente, Martí Sarrate, este mismo año 2019 pondrán en marcha "un nuevo plan de marketing que nos permitirá crecer todavía más" fuera de Cataluña. En la actualidad, de sus aproximadamente 500 agencias de viajes asociadas, en torno a un 20% es-

tán radicadas en otras Comunidades autónomas.

Como publicó este periódico, ACAVE lleva años desarrollando una estrategia de expansión por todo el territorio español, actitud criticada por dos de las grandes Organizaciones con las que comparte asiento en CEAV, como son la Agrupación Empresarial de Agencias de Viaje de Baleares (AVIBA) y la Unión de Agencias de Viajes (UNAV). En concreto, éstas han mostrado su rechazo a la creación

de un comité de trabajo en Baleares y a la apertura de una delegación en Madrid, medidas anunciadas en septiembre de 2017 y marzo de 2015, respectivamente.

Asociación de ámbito estatal

Preguntado por esta cuestión, el presidente de ACAVE aclara que "la Asociación no crea tensiones", subrayando que "trabajamos para que el Asociacionismo crezca y seamos más potentes dentro de una uni-

dad sectorial". "A día de hoy todavía queda mucho camino por recorrer, pues hay muchas agencias de viajes de Baleares y de otras muchas Comunidades autónomas que todavía no están asociadas", apunta. En esta línea, avanza que "desde ACAVE continuaremos presentando nuestros servicios a todas aquellas agencias de viajes interesadas en conocerlos sin autoimponernos límites territoriales, pues somos una Asociación de ámbito estatal".



El presidente de ACAVE, Martí Sarrate.

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

Agencias y TTOO

Bestours Viajes, nuevo miembro de Traveller Made, la red de diseñadores de viajes de lujo

La compañía refuerza su posicionamiento como referente en los recorridos exclusivos

La minorista **Bestours Viajes** ha sido reconocida como nuevo miembro de Traveller Made, la red que agrupa a las mejores agencias del mundo especialistas en el diseño de viajes de lujo a medida.

De esta forma, Bestours Viajes refuerza su posicionamiento como referente en los viajes exclusivos.

Además, la agencia afianza su compromiso de ofrecer a los viajeros experiencias de viajes originales, genuinas y diferentes de la mano de sus 'personal travellers' expertos.

Bestours cuenta con dos oficinas en el centro de Barcelona y Madrid, y un equipo de más de 100 profesionales altamente cualificado con una orientación total al cliente.

Es miembro reconocido de grupos exclusivos de alojamientos de prestigio como el Club Belmond Bellini, VITA de LHW, Starwood Privileges o Pure Life Experiences y en el ámbito de los viajes corporativos, forma parte del grupo de agencias Business Travel Lufthansa City Center. También es fundador de Travel Advisors y miembro de Acave.



Bestours cuenta con dos oficinas en el centro de Barcelona y Madrid y un equipo de más de 100 profesionales.

Fecha:
12.02.19

V. Económica:
500 €

ACAVE organiza sesiones formativas por toda España

ACAVE recorre la [geografía española](#) con el objetivo de intentar **resolver las dudas relacionadas con la nueva Ley de Viajes Combinados**, que [entró en vigor el 28 de diciembre](#). Sus próximas paradas serán **Bilbao, A Coruña, Granada y Sevilla**.

La [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#) organizará seminarios en toda España ante la [incertidumbre y dudas que ha generado la repentina entrada en vigor de la nueva Ley de Viajes Combinados](#). Hasta el momento ha realizado sesiones en Barcelona, Madrid, Girona, Tarragona, Lleida, Ibiza y Palma de Mallorca, donde **han participado más de 350 agentes de viajes**.



La Asociación ya ha celebrado sesiones formativas en siete ciudades.

Espera superar los 600 agentes de viajes participantes

más de 600 agentes habrán participado en esta acción formativa.

Además, están ya programadas otras jornadas en Bilbao, A Coruña, Granada y Sevilla, a las que previsiblemente se sumarán otras ciudades del territorio español. Una vez se complete esta segunda ronda, la Organización estima que

Después de la primera oleada, se ha puesto de manifiesto que [los temas que más preocupan a las agencias de viajes españolas](#) son las definiciones de viaje combinado y de servicio de viaje vinculado, así como cuáles son los datos que debe incluir la **información precontractual** que las agencias de viajes tienen la obligación de facilitar a los viajeros.

Además de estas cuestiones, otros cambios de relevancia incluidos en la nueva normativa son la **ampliación del concepto de viaje combinados**, incluyendo nuevas formas de contratación; el mantenimiento de la responsabilidad solidaria entre organizadores y minoristas; y el establecimiento de la obligación de disponer de una garantía para casos de insolvencia del organizador y del minorista, así como una **garantía que responda de la correcta prestación de servicios**, [extralimitándose así a lo dispuesto en la Directiva de Viajes Combinados](#).

Documentos a disposición de sus asociados

ACAVE asegura tener "**un gran conocimiento técnico de la nueva normativa**", recordando que participó desde su origen en el proceso de elaboración de la Directiva de la Unión Europea como miembro de la Agrupación Europea de Asociaciones de Agencias de Viajes (ECTAA), así como en el proceso de transposición en España. Asimismo, su asesoría jurídica, nada más aprobarse el cambio normativo, redactó modelos de condiciones generales, de contratos de viaje combinados y de información precontractual, documentos que están a disposición de todos los asociados.

En estas sesiones formativas, abiertas a cualquier agencia de viajes, con independencia de que estén asociadas o no, participan **la gerente de ACAVE, Catiana Tur, y la responsable de la asesoría jurídica, Ana Barluenga**. Según detalla la Asociación, se trata de jornadas abiertas y participativas, en las que se exponen los principales temas prácticos que comporta la nueva normativa en el día a día de una agencia de viajes, se aclaran las dudas de los participantes y se informa de la nueva Ley, entregándose también un dossier informativo.

ENTREVISTA CON MARTÍ SARRATE, PRESIDENTE DE ACAVE



“El viajero es inteligente y el ‘procés’ no ha perjudicado tanto al turismo catalán como se quiere hacer ver”

“Tenemos un gran equipo jurídico que está ayudando a resolver a las agencias de viajes todas sus dudas sobre la Nueva Ley de Viajes Combinados”

“El crecimiento sostenible iniciado hace cinco años está generando mucho optimismo entre las agencias de viajes”

“El viajero cada vez anticipa más su reserva de viajes y ahora puede aprovecharse de importantes descuentos”

“La temporada 2019 tendrá un crecimiento aproximado de un 10%”

La nueva Ley de Viajes Combinados, que entró en vigor el diciembre pasado, la reciente edición de FITUR o la influencia del ‘procés’ catalán en el turismo son algunos de los temas que **Gaceta del Turismo** ha querido abordar en esta entrevista con Martí Sarrate, presidente de ACAVE, la Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas.

¿Qué balance del año puede hacernos de ACAVE en 2018?

Creo que, en general, ha sido un año muy positivo. Desde 2014, año en que iniciamos la recuperación, y además sostenible, se está viendo que los incrementos han sido entre un 5 y un 10 %. Nosotros tenemos información de primera mano –porque hacemos una encuesta entre nuestros 550 asociados a nivel nacional– y este crecimiento sostenible genera mucho optimismo porque las empresas que han sobrevivido a la crisis económica se han especializado; al igual que nosotros, que hace cinco años añadimos la ‘E’ de especialización. Las agencias han dejado de ser generalistas y se han especializado en cada target de clientes y consumidores. Y eso es un elemento diferenciador para afrontar el futuro con mucho optimismo.

Entra en vigor la directiva de viajes combinados

Las asociaciones se vuelcan en formar a las agencias en la nueva directiva

13 FEBRERO, 2019

🐦 Fetave, UNAV, ACAVE y AEVAV, entre otras asociaciones, organizan seminarios sobre la nueva normativa de viajes combinados

🐦 La entrada en vigor se produjo con un año de retraso y a toda prisa para evitar la correspondiente multa

🐦 A finales de diciembre del pasado año entró en vigor la nueva normativa en materia de Viajes Combinados y Vinculados



A finales de diciembre del pasado año entró en vigor la **nueva normativa en materia de Viajes Combinados y Vinculados**. Se produjo con un año de retraso sobre el calendario fijado por la UE, y a toda prisa para evitar la correspondiente multa del ejecutivo comunitario, lo que **ha hecho perder a las agencias el periodo transitorio de seis meses** para adaptarse a los cambios de una **nueva normativa** muy compleja.

Ante esta situación, las **asociaciones de agencias de viajes** están llevando a cabo diferentes seminarios dirigidos a sus agencias asociadas, con el fin de formarlas en la nueva normativa. Así mismo, también varios **grupos de gestión** están abordando este tema en sus convenciones.

La primera organización fue La **Federación Territorial de Asociaciones Empresariales de Agencias de Viajes de España (FETAVE)**, que en marco de Fitur desarrolló una jornada titulada ‘Los retos de la nueva ley de viajes combinados para las aa.vv.’.

Recientemente, a primeros de febrero, la **Unión de Agencias de Viajes (UNAV)** ha celebrado un seminario específico sobre la nueva normativa en materia de Viajes Combinados y Vinculados. “Ante la inquietud del sector por la aplicación de esta nueva normativa, UNAV han querido contribuir a resolver las dudas de los profesionales poniendo en marcha este seminario”, señalaba esta asociación.



Por su parte, la **Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE)**, está organizando seminarios en toda España para efectuar una labor de formación entre todas las agencias de viajes (asociadas y no asociadas). Hasta el momento, ACAVe ha realizado sesiones en Barcelona, Madrid, Girona, Tarragona, Lleida, Ibiza y Palma de Mallorca. Y están ya programadas otras sesiones en Bilbao, A Coruña, Granada y Sevilla y se prevé ofrecer formación en otras ciudades españolas.

También la **Asociación Empresarial Valenciana de Agencias de Viaje (AEVAV)** ha cerrado una primera ronda de jornadas explicando la Nueva Ley de Viajes de Viajes Combinados y Servicios Vinculados a todos sus asociados. Han tenido lugar en Valencia, Alicante y Castellón.

ACAVE lanzará un plan de 'marketing' para 'crecer todavía más' fuera de Cataluña

NEXOTUR | Jueves 14 de Febrero de 2019, 06:00h

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) [mantiene intacto su objetivo de expandirse por todo el territorio español](#). Según avanza en una entrevista concedida a NEXOTUR [su presidente, Martí Sarrate](#), este mismo año pondrán en marcha "un nuevo plan de *marketing* que **nos permitirá crecer todavía más**" fuera de Cataluña. En la actualidad, de sus aproximadamente 500 agencias asociadas, en torno a un 20% están radicadas en otras Comunidades autónomas.



Martí Sarrate preside ACAVE.

‘Continuaremos presentando nuestros servicios sin autoimponernos límites territoriales’

Como publicó este periódico, [ACAVE lleva años desarrollando una estrategia de expansión por todo el territorio español](#), **actitud criticada por dos de las grandes Organizaciones con las que comparte asiento en CEAV**, como son la [Agrupación Empresarial de Agencias de Viaje de Baleares \(AVIBA\)](#) y la [Unión de Agencias de Viajes \(UNAV\)](#). En concreto, éstas han mostrado su rechazo a la creación de un [comité de trabajo en Baleares](#) y a la apertura de una [delegación en Madrid](#), medidas anunciadas en septiembre de 2017 y marzo de 2015, respectivamente.

Asociación de ámbito estatal

Preguntado por esta cuestión, **Sarrate aclara que "ACAVE no crea tensiones"**, subrayando que "trabajamos para que el Asociacionismo crezca y seamos más potentes dentro de una unidad sectorial". "A día de hoy todavía queda mucho camino por recorrer, pues hay muchas agencias de viajes de Baleares y de otras muchas Comunidades autónomas que todavía no están asociadas", apunta. En esta línea, avanza que "desde ACAVE continuaremos presentando nuestros servicios a todas aquellas agencias de viajes interesadas en conocernos sin autoimponernos límites territoriales, pues **somos una Asociación de ámbito estatal**".

Siguiendo con los balances, ¿cuál sería su valoración de la reciente nueva edición de FITUR, la Feria Internacional del Turismo?

A pesar de los taxistas, que no lo han podido boicotear (risas), FITUR ha sido un éxito, con muchos más asistentes y más expositores. La Feria es un punto de encuentro fundamental para trabajar en pro del Turismo y además hemos visto que se están incluyendo temáticas nuevas: turismo de cine, turismo musical... Esta especialización cada vez mayor es muy positiva porque genera más ofertas. Y esto, como asesores de viajes que somos, nos favorece mucho. FITUR ha sido un gran éxito, no solo a nivel de contactos sino también a nivel profesional. Es una feria muy importante y hay que reconocerle el valor que genera para nuestro sector.

¿Qué novedades presenta ACAVe para este 2019?

Nosotros continuamos con nuestro papel y hemos visto que la gente cada vez anticipa más la reserva de viajes. Un 72% lo hace con tres meses de antelación y el resto, de uno a tres meses. Cada vez se improvisa menos en el último momento porque hay menos ofertas. También hemos visto que se ha racionalizado la oferta y en ello los agentes de viajes hemos aportado un valor añadido: que el consumidor que tiene ya decidido su destino se beneficie de una política de descuentos, como los que realizan las campañas de cruceros o de venta anticipada. La temporada 2019, según nuestras encuestas, tendrá un crecimiento aproximado de un 10% y la gente está fraccionando cada vez más las vacaciones.

También hemos hecho una encuesta a nivel de receptivo con el tema del Brexit, que está ahora de moda, y creemos que en principio no afectará mucho al sector. Lo máximo podría ser un descenso del 5% pero bueno, al final creo que esto es un poco de demagogia periodística. Nosotros entendemos que hay otros mercados importantes que están creciendo más que el mercado de ciertos países europeos y tenemos que luchar por hacer un turismo de mayor calidad que genere un gasto medio diario, como es el caso del turismo chino o el japonés. También es muy importante el tema de la conectividad. En este sentido, el mercado de cruceros se ha reforzado y, por ejemplo, Barcelona ya tiene confirmadas 838 escalas de buques importantes. Y todo gracias a la conectividad, porque compañías de largo recorrido están apostando por el aeropuerto del Prat. Tenemos que pensar en un turismo de más calidad, más sostenible en el tiempo y que beneficie al turismo en nuestro país, que es muy importante porque supone el 12% del PIB y, a nivel laboral, un 18% del empleo. En el sector nuestro de las Agencias de Viajes hemos vuelto a las cifras de 2009 y eso son buenas noticias para sentirnos optimistas cara al futuro.

Recién iniciado el polémico juicio ¿en qué medida está perjudicando el 'procés' catalán al turista que visita Barcelona?

Yo he sido una persona a la que han criticado bastante porque he puesto paz y porque todo esto afecta a la economía global no sólo de Catalunya. Al final se han demostrado las cifras y hablar con resultados beneficia al conocimiento de causa. Con el tema del 'procés', la gente es inteligente y sabe donde va. Tenemos marcas, somos imbatibles, y se ha demostrado que el 'procés' no ha perjudicado tanto como se pretende hacer ver. Catalunya continúa siendo la primera autonomía turística del estado español, con un 25,7 %, y la segunda que ha acogido más turismo español después de Andalucía. Esto son datos reales y no podemos permitir que se haga demagogia de determinadas cifras o se alteren las estadísticas antes de tiempo. Lo que hemos hecho es empujar todos en la misma dirección, pues el turismo es un tema de todos y dependen colateralmente de él muchas empresas. También es importante que hayamos batido otra vez un récord, aunque sea de un 0,8 %, pese a que se han recuperado otros destinos como Turquía, Egipto y Túnez.

¿Considera que los temas políticos pueden perjudicar a Barcelona como primer puerto europeo de cruceros marítimos?

Yo creo que no, porque ya está confirmado que las compañías multinacionales americanas y luego MSC Cruceros -también socio nuestro-, Royal Caribbean, que están haciendo una terminal de carga, han confirmada escalas tanto de tránsito como de inicio y de finalización. Esto hace que abran las rutas las compañías aéreas y es algo que ya está confirmado porque planifican con mucho tiempo. No tengo la menor duda de que este será otro éxito y además hay suficiente porfolio de productos como para continuar creciendo en este mercado.

En un año tan polielectoral como el que hemos iniciado ¿podría afectar un cambio de gobierno barcelonés en las próximas municipales?

Bueno, hemos sobrevivido cuatro años con el gobierno municipal actual, y además trabajando desde dentro -porque ACAVe está en una comisión permanente representando no solo del sector turístico sino de comercio, apartamentos turísticos, hostelería, etc-, y estamos curados de espantos. Tenemos un plan estratégico 2016-2020 y venga quien venga defenderemos los intereses de nuestro sector explicando las problemáticas empresariales y en ayuda de la ciudad y de la convivencia con los residentes. Esto es importante incluso echamos en falta que desde los estamentos públicos no hagan una campaña de sensibilización en este sentido. Al final, para conseguir los objetivos es importante que haya una gran cooperación público-privada.

Dejando ya a un lado las cuestiones políticas, y ciñéndonos a temas más técnicos del turismo ¿dónde se posiciona ACAVE en los cambios habidos sobre la Ley de Viajes Combinados que entró en vigor el 28 de diciembre?

Hemos mandado una nota de prensa dando cuenta que hemos estado haciendo una tournée a nivel nacional siendo los pioneros, porque disponemos de un equipo jurídico y un estatus de 11 personas de plantilla. Hoy hemos hecho la presentación en Bilbao, por ejemplo, también en toda Catalunya, en Baleares, en Andalucía, Galicia... y de alguna manera van a pasar más de 600 agentes de viajes en estas reuniones y jornadas explicativas y formativas sobre la Ley de Viajes Combinados y los servicios vinculados, así como cuáles son los datos que debe incluir la información precontractual que las agencias de viajes tienen la obligación de facilitar a los viajeros. Por parte de nuestro equipo jurídico no hay ningún problema por resolver cualquier duda. Al final lo mejor que tenemos es el asociacionismo y disponemos de la información real porque es un tema muy importante. Hemos hecho una comunicación que yo firmé el otro día para el Congreso de los Diputados porque la nueva ley aun no ha terminado. Y creo que es importante tener un equipo jurídico tan bien formado para que el sector se forme y afronte la realidad de esta ley, que no es fácil.

¿Cuáles cree que serán los destinos emisores más demandados por los catalanes este año?

En principio el puerto de Barcelona ha batido récords otra vez, este pasado año con más de 50 millones de pasajeros, y en ello la conectividad es muy importante. Pero sobre todo destinos a nivel nacional: Catalunya, Andalucía, Baleares, Canarias, turismo rural ... Y luego a nivel de Europa, las ciudades tradicionales y los cruceros fluviales. A nivel de cruceros marítimos, Barcelona es el primer puerto de la Unión Europea y el cuarto mundial y están ya aprobadas las confirmaciones de las rutas por parte de las compañías internacionales. Y por lo que respecta a los viajes de largo recorrido tenemos destinos asiáticos como Tailandia, Myanmar o Japón. Así está de moda y la prueba es que la oficina que estaba en Londres ha puesto sede en Madrid y hay una gran colaboración. Y luego destinos caribeños, México, Perú, Estados Unidos, y también safaris por África. Estos serían los destinos más demandados por el consumidor catalán.

¿Y los destinos más demandados de cara a esta ya próxima Semana Santa?

Bueno, la Semana Santa no deja de ser un puente largo y estamos viendo que la gente no solo concentra sus vacaciones en Semana Santa y Verano, como antiguamente, sino que se guarda días para alargar los puentes, fines de semana o navidades. Yo creo que se irá a los destinos tradicionales de ciudades europeas y turismo de interior. También esperemos que la nieve, que retrasó mucho su llegada, alargue un poco más la temporada de esquí, que también es importante para el sector turístico. Y como también hay gente que añade días al principio y al final de los específicos de Semana Santa, creo que se incluirán destinos de largo recorrido que se pueden hacer en ocho días, como Caribe o Nueva York, u otros destinos de Asia que pueden hacerse en diez días. Al final los tour operadores, que la mayoría son socios de ACAVE, ya hacen las programaciones con los cupos correspondientes para poder distribuir este tipo de producto.

ACAVE lanzará un plan de 'marketing' para 'crecer todavía más' fuera de Cataluña

La Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas (ACAVE) [mantiene intacto su objetivo de expandirse por todo el territorio español](#). Según avanza en una entrevista concedida a NEXOTUR [su presidente, Martí Sarrate](#), este mismo año pondrán en marcha "un nuevo plan de *marketing* que **nos permitirá crecer todavía más**" fuera de Cataluña. En la actualidad, de sus aproximadamente 500 agencias asociadas, en torno a un 20% están radicadas en otras Comunidades autónomas.



Martí Sarrate preside ACAVE.

‘Continuaremos presentando nuestros servicios sin autoimponernos límites territoriales’

Como publicó este periódico, [ACAVE lleva años desarrollando una estrategia de expansión por todo el territorio español](#), **actitud criticada por dos de las grandes Organizaciones con las que comparte asiento en CEAV**, como son la [Agrupación Empresarial de Agencias de Viaje de Baleares \(AVIBA\)](#) y la [Unión de Agencias de Viajes \(UNAV\)](#). En concreto, éstas han mostrado su rechazo a la creación de un [comité de trabajo en Baleares](#) y a la apertura de una [delegación en Madrid](#), medidas anunciadas en septiembre de 2017 y marzo de 2015, respectivamente.

Asociación de ámbito estatal

Preguntado por esta cuestión, **Sarrate aclara que "ACAVE no crea tensiones"**, subrayando que "trabajamos para que el Asociacionismo crezca y seamos más potentes dentro de una unidad sectorial". "A día de hoy todavía queda mucho camino por recorrer, pues hay muchas agencias de viajes de Baleares y de otras muchas Comunidades autónomas que todavía no están asociadas", apunta. En esta línea, avanza que "desde ACAVE continuaremos presentando nuestros servicios a todas aquellas agencias de viajes interesadas en conocernos sin autoimponernos límites territoriales, pues **somos una Asociación de ámbito estatal**".

UNAV, sobre la expansión de ACAVE: 'No debemos competir entre nosotros'

NEXOTUR | Martes 26 de Febrero de 2019, 06:00h

 Me gusta 2   



Al igual que [hiciese su antecesor \(José Luis Prieto\)](#), el presidente de la Unión de Agencias de Viajes (UNAV), Carlos Garrido, hace pública su **disconformidad con la expansión nacional** de la [Asociación Catalana de Agencias de Viajes Especializadas \(ACAVE\)](#), que [tiene previsto el lanzamiento de un plan de marketing para impulsarla "todavía más"](#). "Desde el nacimiento de nuestro proyecto común de CEAV, las Asociaciones **estamos unidas y nunca deberíamos competir entre nosotras**, sino más bien aunar los esfuerzos de todos por el bien del Sector y colaborar para solucionar los máximos asuntos posibles y defender a nuestras agencias de viajes", sostiene.



Carlos Garrido preside UNAV.

Se muestra convencido de que 'ACAVE reconsiderará esta práctica'

En una entrevista concedida a NEXOTUR, Garrido explica que [este tipo de estrategias](#) "me recuerdan a épocas muy antiguas, cuando las Asociaciones estaban divididas". "Pero hoy, afortunadamente, estamos muy unidos y **no tienen ninguna razón de ser estas expansiones territoriales**", remarca, asegurando que se trata de "un sentimiento compartido por la práctica

totalidad de las Organizaciones y por eso [estamos convencidos de que ACAVE reconsiderará esta práctica en el futuro](#) y se dará cuenta de que ciertamente no conduce a ninguna parte".

Una Confederación que aglutine a las Asociaciones territoriales

En su opinión, los miembros de CEAV deberían respetar aquellos territorios donde ya existe una Asociación sólida, **tal y como ocurre "en el resto de sectores o en la propia Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE)"**. "Lo lógico es que haya una Confederación que aglutine a las diversas Asociaciones territoriales debido a que es la manera de unificar criterios, colaborar y hacer un colectivo más fuerte y unido frente a los problemas reales de las agencias, que no son pocos".

CAT-AGENCIAS
VIAJES

El 45% de las agencias teme una caída de turistas británicos por el Brexit

REDACCIÓN
27/02/2019 17:22

Barcelona, 27 feb (EFE).- Un 45 % de las agencias de viajes temen una leve caída de las visitas británicas a España y otros países europeos por el Brexit, mientras que el 55 % restante cree que no perjudicará a los destinos españoles, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE).

ACAVE ha celebrado este miércoles una jornada técnica centrada en el turismo de congresos y los efectos del Brexit en el sector.

Una encuesta realizada recientemente por la asociación a sus más de 500 asociados apunta que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente en el sector receptivo.

Más del 75 % de los encuestados explica que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018.

El 25 % de las agencias encuestadas ha notado un "ligero descenso" en el número de reservas, aunque en ningún caso supera el 5 %. EFE

Noticias agencias

El 45% de las agencias teme una caída de turistas británicos por el Brexit

27-02-2019 / 17:21 h EFE

Un 45 % de las agencias de viajes temen una leve caída de las visitas británicas a España y otros países europeos por el Brexit, mientras que el 55 % restante cree que no perjudicará a los destinos españoles, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE).

ACAVE ha celebrado este miércoles una jornada técnica centrada en el turismo de congresos y los efectos del Brexit en el sector.

Una encuesta realizada recientemente por la asociación a sus más de 500 asociados apunta que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente en el sector receptivo.

Más del 75 % de los encuestados explica que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018.

El 25 % de las agencias encuestadas ha notado un "ligero descenso" en el número de reservas, aunque en ningún caso supera el 5 %.

CAT-AGENCIAS VIAJES

El 45% de las agencias teme una caída de turistas británicos por el Brexit

27/02/2019 - 17:17 Agencia EFE

Un 45 % de las agencias de viajes temen una leve caída de las visitas británicas a España y otros países europeos por el Brexit, mientras que el 55 % restante cree que no perjudicará a los destinos españoles, según la Asociación Corporativa de Agencias de Viaje Especializadas (ACAVE).

ACAVE ha celebrado este miércoles una jornada técnica centrada en el turismo de congresos y los efectos del Brexit en el sector.

Una encuesta realizada recientemente por la asociación a sus más de 500 asociados apunta que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente en el sector receptivo.

Más del 75 % de los encuestados explica que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018.

El 25 % de las agencias encuestadas ha notado un "ligero descenso" en el número de reservas, aunque en ningún caso supera el 5 %.

JORNADA DE ACAVE

Los profesionales creen que el Sector MICE no se verá afectado por el Brexit

El economista José María Gay de Liébana recomienda abrirse a otros mercados

La Asociación Corporativa de Agencias de Viajes Especializadas (ACAve) ha celebrado [una jornada técnica](#) centrada en el **Turismo MICE y los efectos del Brexit** en el sector turístico. Aunque **no se espera que tenga consecuencias graves** para España, recomiendan buscar alternativas de negocio al mercado británico.



Los participantes en la jornada.

La primera parte de la jornada se ha celebrado una mesa redonda sobre 'Los Convention Bureau en la promoción del Turismo MICE', moderada por **Olga Navarro**, Managing Partner de ITB Events, y en la que han participado **Mónica García**, responsable del Área de Congresos del Barcelona Convention Bureau; **David Noack**, director del Madrid Convention Bureau; y **Manuel Macías**, director del Sevilla Convention Bureau.

David Noack ha destacado que el Convention Bureau de **Madrid** está poniendo **el foco en la promoción en mercados asiáticos**. "Se ha hecho un esfuerzo importante especialmente con el mercado chino. Hoy en día Madrid cuenta con 10 conexiones diarias con Asia y nos hemos tenido que adaptar a las particularidades de este Sector generando herramientas de promoción adaptadas a este mercado y **planes de formación para las empresas asociadas**. Se están viendo buenos resultados y lo más importante es que vemos potencial para seguir creciendo", ha destacado Noack.

Por su parte, Mónica García ha comentado que **Barcelona** "es un destino maduro en MICE y por ello hay que poner un empeño tan importante en **la apertura de nuevos mercados** como también en la fidelización de los mercados consolidados, como por ejemplo el británico. Además, se está trabajando juntamente con sectores empresariales de la ciudad para abrir en sectores específicos como los congresos científicos".

El Sector MICE no espera una afectación siempre que se garanticen los acuerdos bilaterales

Por último, Manuel Macías ha señalado que **Sevilla** "está viviendo un momento muy importante. Con 110 conexiones aéreas internacionales en apenas tres años hemos duplicado el número de pasajeros extranjeros que visitan la ciudad. Esto ha venido acompañado de **la apertura de 30 nuevos hoteles de cuatro y cinco estrellas** y de nuevos *venues* que permiten organizar congresos de hasta 5.000 personas. Eso nos da la capacidad para **acceder a mercados maduros como el británico** porque antes no teníamos la infraestructura necesaria".

El impacto del Brexit

Por otro lado, han valorado el posible impacto del Brexit en el Sector MICE, señalando que **no se espera una afectación siempre que se garanticen los acuerdos bilaterales negociados por el Gobierno** que permiten que los ciudadanos británicos puedan venir sin necesidad de visados para periodos inferiores a 80 días. A pesar de la incertidumbre, se tiene constancia de congresos importantes confirmados recientemente en Reino Unido para el periodo post Brexit, **un síntoma claro de estabilidad en el ámbito MICE** para el futuro más inmediato. Manuel Macías ha insistido en que la clave para sortear esta situación seguirá siendo "mantener la calidad, disponer de un buen clima y de precios competitivos".

La segunda parte del encuentro se ha centrado exclusivamente en torno al impacto del Brexit en el sector turístico, una intervención que ha ido a cargo del economista **José María Gay de Liébana**, que ha analizado los efectos que la salida del Reino Unido puede ocasionar sobre el sector receptivo español. Gay de Liébana ha alertado de **las graves consecuencias** que tendría para el sector turístico español, en general, con [un Brexit duro](#), sobre todo para Canarias, Baleares, Murcia, Comunidad Valenciana, Aragón y Cataluña; aunque ha recomendado **buscar alternativas abriendo negocio en nuevos mercados emisores**, particularmente países asiáticos, como son Corea del Sur o Indonesia, en Estados Unidos y otros mercados como son Brasil y México, con economías en crecimiento.

El presidente de ACAVe, **Martí Sarrate**, ha explicado que por el momento el sector **no está registrando una afectación en la contratación para esta temporada**. En una encuesta realizada recientemente por [la asociación](#) a sus más de 500 asociados, se concluye que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente entre el sector receptivo, aunque más del 75% de los encuestados afirma que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018.

Fecha:
28.02.19

V. Económica:
500 €

agenttravel.es
tu diario de turismo profesional

Un 45% de las agencias teme una caída de las visitas británicas a España por el Brexit

Un 25% de las minoristas ha notado un ligero descenso en el número de las reservas, según una encuesta de Acave



José María Gay de Liébana durante su intervención en la jornada técnica de Acave.

Una encuesta de la Asociación Corporativa de **Agencias de Viajes Especializadas (Acave)** afirma que un 45% de las agencias teme una caída de las visitas británicas por el Brexit, según ha revelado la asociación en una jornada técnica celebrada este miércoles.

El evento se ha centrado en el turismo MICE y los efectos del Brexit en el sector y todos los ingresos de esta jornada se destinarán al hospital Sant Joan de Déu de Barcelona.

En el evento se han comentado algunas de las principales magnitudes del sector MICE en España (datos del Spain Convention Bureau-ejercicio 2017): España es el cuarto mercado internacional en el sector de la organización de eventos.

En el 2017, se organizaron en España un total de 25.000 eventos, con cuatro millones de participantes y una facturación aproximada de 6.000 millones de euros.

El 73% de los eventos que se organizaron fueron de clientes españoles, principalmente de Cataluña y la Comunidad de Madrid. En el ámbito internacional, los mercados emisores de MICE más importantes para España son Reino Unido, Portugal, Francia, Italia y Alemania.

Promoción de los mercados asiáticos

David Noak, director del Madrid Convention Bureau, ha destacado que Convention Bureau de Madrid está poniendo el foco en la promoción en mercados asiáticos: "Se ha hecho un esfuerzo importante especialmente con el mercado chino".

Por su parte, Mónica García, responsable del Área de Congresos del Barcelona Convention Bureau, ha comentado que Barcelona "es un destino maduro en MICE y por ello hay que poner un empeño tan importante en la apertura de nuevos mercados como también en la fidelización de los mercados consolidados, como por ejemplo el británico".

El director del Sevilla Convention Bureau, Manolo Macías, ha señalado que Sevilla "está viviendo un momento muy importante. Con 110 conexiones aéreas internacionales en apenas 3 años hemos duplicado el número de pasajeros extranjeros que visitan la ciudad".

Entre otros temas, se ha valorado el posible impacto del Brexit en el sector MICE. Sobre esta cuestión, han destacado que no se espera una afectación siempre que se garanticen los acuerdos bilaterales negociados por el gobierno que permiten que los ciudadanos británicos puedan venir sin necesidad de visados para periodos inferiores a 80 días.

A pesar de la incertidumbre, el sector tiene constancia de congresos importantes confirmados recientemente en Reino Unido para el periodo post Brexit, un síntoma claro de estabilidad en el ámbito MICE para el futuro más inmediato.

Impacto del Brexit en el receptivo

La segunda parte del encuentro se ha centrado exclusivamente en torno al impacto del Brexit en el sector turístico, una intervención que ha ido a cargo del economista José María Gay de Liébana, que ha analizado los efectos que la salida del Reino Unido puede ocasionar sobre el sector receptivo español.

Gay de Liébana ha planteado algunas de las consecuencias que podrían derivarse de un Brexit duro, como una contracción de la economía británica, una devaluación de la libra frente al euro, barreras a la libre circulación de personas u obstáculos a las compañías aéreas británicas.

A la espera de ver el escenario definitivo, Gay de Liébana ha identificado unos deberes claros para el gobierno de España: cerrar de manera efectiva acuerdos con el Reino Unido en materia de bilateralidad en seguridad social, sanidad, justicia y fiscalidad.

Las agencias, prudentes en sus previsiones

Por su parte, el presidente de Acave, Martí Sarrate, ha explicado que por el momento el sector no está registrando una afectación en la contratación para esta temporada.

En una encuesta realizada recientemente por la asociación a sus más de 500 asociados, se concluye que las agencias se muestran prudentes en sus previsiones, especialmente entre el sector receptivo.

Más del 75% de los encuestados afirma que, a día de hoy, el volumen de reservas de británicos para la nueva temporada en España se sitúa en niveles similares o por encima que las mismas fechas del año 2018 (30% está al mismo nivel que el año pasado, y un 45% ha registrado un número superior de reservas).

Sin embargo, aproximadamente un 25% de las agencias encuestadas sí ha notado un ligero descenso en el número de reservas, aunque que en ningún caso supera el 5%.

Si bien los primeros datos no son alarmantes, las agencias están divididas sobre el posible efecto a medio-largo plazo de un Brexit duro: un 55% cree que el Brexit no perjudicará a los destinos españoles, mientras que un 45% sí que teme una leve caída de las visitas británicas a España y a otros destinos europeos.

Las agencias de viajes encuestadas son optimistas, consideran que los efectos serán reducidos y están preparadas para afrontarlos con turistas de otros mercados alternativos al británico.

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

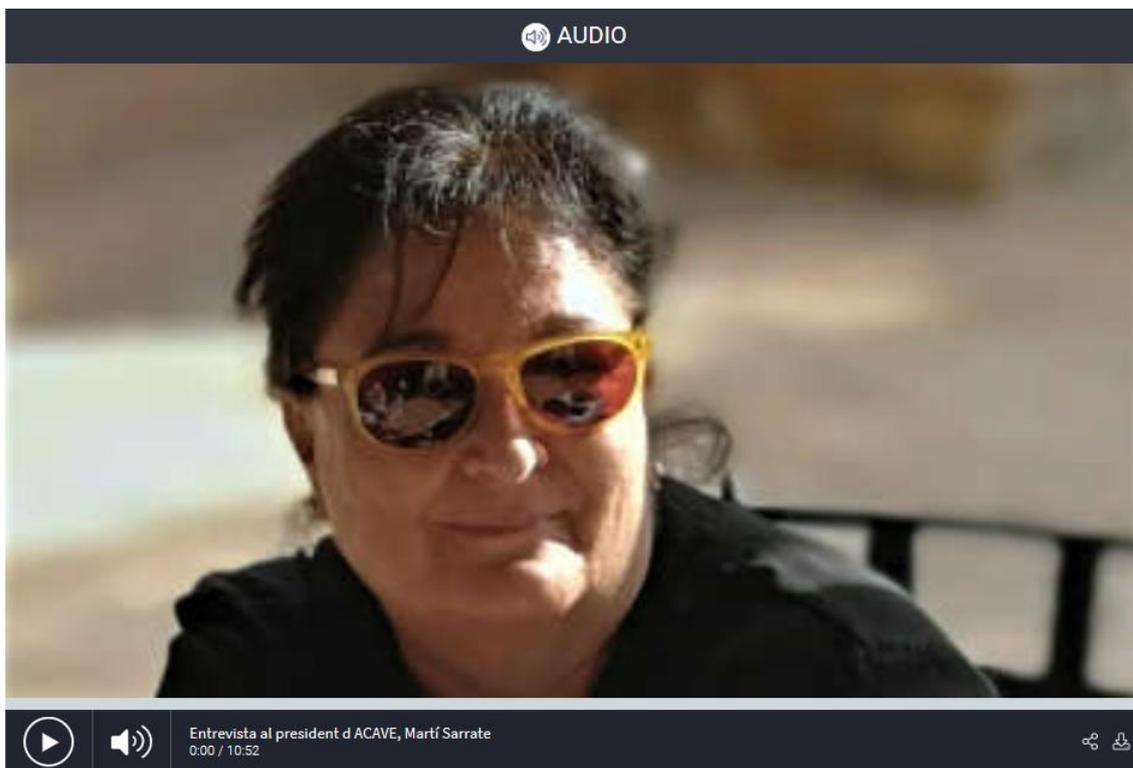
Partners en:
París, Milán, Berlín,
Londres, Los Angeles

Fecha:
09.02.18

Minuts:
10': 52"



COPE – Tiramillas



https://www.cope.es/emisoras/cataluna/barcelona-provincia/barcelona/tiramilles/audios/entrevista-president-acave-marti-sarrate-20190209_663827