



Eduardo García
Presidente de la Asociación de Agencias de Viajes y Operadores de Turismo de Cantabria - AAVOT

AGENTES DE VIAJES VALOR EN ALZA DE LAS AGENCIAS

La distribución ha sufrido un colapso. El mercado tradicional (productor, distribuidor, vendedor, cliente) se ha visto envuelto en un sin fin de sobresaltos motivados principalmente por los cambios de hábitos sociales y por la entrada de nuevas herramientas de información y comunicación.

En el sector turístico también. Han cambiado las formas de comprar, tendrán que cambiar las formas de vender. Y no es la crisis solamente

la culpable, es la evolución a nuevos mercados, a nuevas maneras de entender la convivencia.

Pero se venda como se venda y donde se venda, siempre habrá personas que venden y personas que compran.

Las distribuidoras tengan el formato que tengan, (agencia de viajes a pie de calle, tienda de viajes, portal o web 2.0, canal temático, o asesor virtual) y el producto y las formas de vender sean las que sean (viajes, vacaciones, experiencias, tentaciones, impulsos, o aventura), siempre necesitarán personas.

Por eso creo firmemente en la profesión a la que me dedico. Creo que el futuro de los agentes de viajes es cierto. Porque nuestro trabajo se realiza en todas las áreas del proceso, porque de nosotros depende la puesta en el mercado de un tipo de turismo u otro, de un tipo de viaje u otro. Porque de nosotros depende la compra de una u otra solución turística.

Un agente de viajes preparado, que conoce los destinos, que se implica en ellos, que conoce su público y que puede ofrecerle multitud de posibilidades en función de sus necesidades, tiene futuro. Vender billetes lo hacen incluso las máquinas expendedoras.

El valor añadido de las agencias son sus agentes. Cuanto mas especializados, más inquietos, mas preparados, mayor credibilidad tendrán. Y la credibilidad conlleva satisfacción final.

La atención personalizada, el canal online y el conocimiento del cliente son lo criterios más valorados por los compradores. Y ahí de nuevo el agente, las personas, son fundamentales. Hasta en las plataformas online la presencia de agentes especializados es fundamental. Por ello es buen momento para reivindicar nuestro papel en el entramado turístico y para animarnos a reinventar formatos.

Sigo creyendo en los principios que aprendí y por los que decidí dedicarme a esta profesión. Que el turismo es una herramienta de paz. Que se basa en el respeto a la diversidad, al conocimiento de los demás, su pensamiento y su cultura. Y que debe ser una herramienta de desarrollo para todos los pueblos.

No solo vendemos billetes. Ese negocio ha muerto.



CANTABRIA nos informa...

La asociación de Cantabria trabaja desde su ámbito en la mejora del tejido profesional turístico en el área de agencias y operadores. Es dinámica y pretende impulsar nuevas iniciativas y nuevos modelos de gestión.

Presencia en la red

Desde la asociación mantenemos el convencimiento de que es necesaria la presencia en la red. Por ello, mantiene su página institucional y su weblog de noticias del sector, incorporando también un sitio en Facebook. Toda la información asociativa se encuentra en la web en alojamiento accesible mediante clave para los socios, incluyendo los resultados económicos. Éste es el compromiso de trabajo y transparencia adquirido en la Asamblea General.

Se pretende que el noticiario sea relevante para la dinamización comercial de las agencias.

Campaña contra el intrusismo profesional

Tras la primera campaña conjunta con la Dirección General de Turismo sobre el intrusismo profesional se siguen detectando incumplimientos de la



normativa. Por ello, se vuelve a realizar una campaña de cartelería y pegatinas, que en esta ocasión se hacen llegar desde cada agencia a los lugares que cada uno en su zona entiende más conflictivos. En todas las agencias, en el escaparate o zona destacada, se colocará el cartel disuasorio. También en la zona privada de la web existe un espacio donde cada agencia pueda aportar las fotos o datos conocidos sobre la acción de intrusis-

mo para que la Asociación pueda realizar la denuncia ante la Dirección General de Turismo. Participamos activamente con la Mesa de Intrusismo de la CEOE donde la Federación de Comercio canaliza el debate y las denuncias del problema, que es común a otros sectores.

Sello aavot /confianza

Una vez creada la señalética de agencia de confianza AAVOT, en estas se-

manas se empezarán a distribuir los soportes y se crea en la web un acceso para denuncias y sugerencias sobre aquellas agencias que disponen de la acreditación. De esta forma, el usuario tiene la certeza de que la Asociación también vela por la buena práctica recogida en el compromiso firmado en el momento de ser asociado AAVOT.

Foro de pensamiento turístico

Se crea el Foro de Pensamiento. Esta iniciativa, muy popular en el mundo anglosajón, nace con la intención de reunir a los agentes de viajes bajo guiones establecidos sobre temas únicos y puntuales, y tratar de sacar ideas para poner en práctica, que mejoren la gestión y comercialización de los productos turísticos: turismo responsable, facility services, gestión cultural del turismo, atención al viajero...

Bienvenido a nuestra nueva zona confort



MEJOR COMPAÑÍA AÉREA DEL MUNDO ESPECIALISTA EN VIAJES VACACIONALES.



¡Viajeros como usted nos eligieron como la mejor compañía aérea vacacional del mundo y no podríamos estar más contentos!

Para continuar proporcionándole la mejor experiencia a bordo, estamos orgullosos de presentarle nuestra nueva zona de confort, un diseño nuevo integral de la cabina que se realizará progresivamente a lo largo de los próximos dos años.* Nuestros aviones y nuestros pasajeros se elevan a las alturas en diseño y confort.

Información y reservas: T. 933 188 858 | altransat.es

* La renovación completa de la flota está prevista para finales del 2014.



SISTEMA DE ENTRETENIMIENTO PERSONAL

Pantallas táctiles individuales de 9" con sistema de entretenimiento personal para que pueda disfrutar de sus películas favoritas, programas y música.



CÓMODOS Y ESPACIOSOS ASIENTOS

Asientos ergonómicos de cuero italiano con más espacio vital, reposacabezas diferenciado en 4 puntos y espuma de nueva generación para facilitar los puntos de presión.



SISTEMA DE ILUMINACIÓN AMBIENTAL

Nuevo sistema de iluminación ambiental progresiva simulando la luz natural inundando la cabina en suaves colores para ayudarle en la transición natural día-noche.



ACAV nos informa...

WS ACAV Barcelona: 19 de Abril 2013

El pasado 19 de abril tuvo lugar el Workshop de ACAV en Barcelona en el marco del SITC, contando con la participación de 42 expositores y más de 250 visitantes profesionales acreditados.

En el transcurso del mismo tuvo lugar una ponencia de la psicóloga Patricia Ramírez: "Entrénate para superarte". El acto finalizó con un cocktail – almuerzo para todos los asistentes.



WS ACAV Bilbao: 25 de Abril 2013

El pasado 25 de abril tuvo lugar el Workshop de ACAV en Bilbao, en el Hotel Carlton, contando con la visita de más de 60 visitantes profesionales acreditados. El acto finalizó con un cocktail – cena para todos los asistentes.



WS ACAV Sevilla: 9 de Mayo 2013

El pasado 25 de abril tuvo lugar el Workshop de ACAV en Bilbao, en el Hotel Alfonso XIII, contando con la visita de más de 130 visitantes profesionales acreditados. El acto finalizó con un cocktail-cena para todos los asistentes.



XIII FORO ACAV Mirando hacia el futuro

Este año nuestro Foro ACAV tendrá lugar el próximo 2 de Octubre 2013, en el Gran Teatre del Liceu de Barcelona bajo el título "Mirando hacia el futuro".

En la primera ponencia y bajo el título "Innovar e internacionalizar: claves del crecimiento", participarán destacados empresarios emprendedores e innovadores y que han apostado por la internacionalización de sus empresas.

En una segunda ponencia "La satisfacción del cliente y la gestión de las experiencias" que estará a cargo de Elena Alfaro, profesora de marketing del IE Business School y experta en Customer Satisfaction Management. Y por último, la ponencia sobre "Las PYMES motor de la economía y de la industria turística" en la que contaremos con José María Gay de Liébana, profesor de Economía Financiera de la Universidad de Barcelona y autor de diferentes publicaciones y libros en materia de Economía y con Cristina Garmendia, Ministra de Ciencia e Innovación (2008-2011) y experta en Pymes e innovación empresarial.

VIAJE de ACAV a CANADÁ 27 de abril al 5 de mayo 2013

El pasado 27 de abril un nutrido grupo de agentes de viajes y acompañantes (60 personas) salieron rumbo a Toronto, para comenzar el completo programa por el este canadiense, que permitió conocer las exuberantes Cataratas del Niágara, la cosmopolita ciudad de Toronto, la capital de Canadá, Ottawa, continuando hasta llegar a Montréal, capital canadiense de la cultura y la moda, finalizando el viaje en la encantadora Québec, la única ciudad amurallada de Norteamérica. Para la organización de este viaje, contamos con la inestimable colaboración de AIR TRANSAT en los trasla-

dos y de JONVIEW Canadá como corresponsal en destino.

Durante este viaje hemos conocido de primera mano un destino fascinante, con grandes recursos naturales y turísticos, que sin lugar a dudas tendrán un papel relevante en la programación de nuestros agentes de viajes y tour operadores. Muchas gracias a todas las empresas y entidades colaboradoras y que han hecho posible este viaje, así como a todos los participantes que nos han acompañado.



UCAVE nos informa...

UCAVE - Desayuno Turismo Empresa 2013

Iberia renueva toda su flota de aviones y prescinde de las rutas deficitarias

La compañía explica su plan estratégico en el foro del lobby turístico catalán Barcelona, 5 de junio de 2013. UCAVE, Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas, ha organizado esta mañana un nuevo Desayuno Turismo Empresa, en esta ocasión con la presencia del director de ventas para España de Iberia, Sr. Víctor Moneo. Él ha explicado el plan estratégico de la aerolínea, que comprende tres pilares esencialmente. El primero de ellos atañe a las personas. Según Moneo, Iberia reducirá su plantilla en un 15% en los próximos tres años, eliminando 3.168 puestos de trabajo de los 20.000 actuales. Moneo ha remarcado que "no ha habido ninguna baja traumática; la mayoría de ellas son jubilaciones y una pequeña parte son bajas incentivadas". El segundo punto del plan estratégico tiene que ver con las rutas. Iberia ha decidido apostar por las rutas que le son rentables y dejar las que le

resultaban deficitarias. "Se han quitado rutas históricas que levantan polvareda, pero que no hemos tenido más remedio que abandonar", ha afirmado Moneo. Es el caso de La Habana, Santo Domingo, Montevideo, Ámsterdam o Berlín, entre otras. El último punto se refiere a la mejora de la eficiencia y contempla varios temas. Por un lado, la renovación completa de la flota de la compañía. Según Moneo, "el 35% de los costes que afronta una aerolínea proviene del combustible". Iberia ha encontrado la solución para reducir esta partida en los nuevos aviones 330-300, que sustituirán a los anteriores 340-300. La principal diferencia es que el 330 tiene sólo dos motores en lugar de cuatro, por lo cual consume mucho menos combustible. Por otro lado, aprovechando el cambio de aviones, Iberia ha modificado también la configuración de los interiores, dando especial importancia a la mejora de la clase turista, que ahora cuenta con entretenimiento individual y asientos más ergonómicos.

Por último, Iberia tiene como objetivo mejorar la calidad de la compañía en tres ejes: puntualidad, regularidad y calidad percibida. En cuanto a la puntualidad, la aerolínea llegó casi al 80% en 2012, "teniendo en cuenta que ha sido un año de huelgas", puntualiza Víctor Moneo. Además, la semana pasada consiguió su récord de



puntualidad, llegando al 95,6%, "algo que sólo pueden conseguir las compañías punto a punto". En cuanto a la regularidad, dice Moneo que "si nosotros planificamos volar, volamos; con más o menos pasajeros". Es por ello que Iberia es regular en un 99,2% de las ocasiones. Rafa Serra, presidente de UCAVE, cree que "es muy importante que las aerolíneas se acerquen a los agentes de viajes y compartan sus planes y objetivos con ellos, ya que son sus principales canales de distribución". Serra ha aprovechado la ocasión para lanzar un mensaje de optimismo a los asociados de UCAVE, con la confianza puesta en el crecimiento del sector. La correduría de seguros AON TAEDS ha colaborado en la dinamización del encuentro.



20 años al servicio de las agencias de viajes especializadas

UCAVE es la asociación catalana que representa y defiende los derechos e intereses de las agencias especializadas, aquellas encargadas de la gestión y organización de viajes a zonas diferentes de las que se encuentran. Como lobby empresarial y asociativo, UCAVE se encarga de defender legal y económicamente las agencias a las que representa y ofrecer información de los cambios y novedades del sector además de formación permanente y especializada.

Por otro lado, UCAVE, tiene como objetivo difundir el valor que aporta al usuario la agencia de viajes en información, seguridad y asesoría. Creada en el año 1993, cuenta con más de 160 agencias asociadas que facturan un estimado de 600 millones de euros y dan empleo a más de 1.000 personas de forma directa.

La fidelidad es una muestra de la confianza en UCAVE ya que la mitad de los asociados lo son desde hace más de diez años y la media de permanencia que es también, es de 10 años.

UCAVE – WORKSHOP BARCELONA

UCAVE reúne a 85 agentes turísticos en su workshop de verano. Oficinas de turismo, cadenas hoteleras, compañías aéreas y hasta parques temáticos se han dado cita en la capital catalana

Barcelona, 24 de mayo de 2013. UCAVE, la Unión Catalana de Agencias de Viajes Especializadas, celebró ayer su undécimo workshop turístico en Barcelona con récord de participación: 85 agentes turísticos se acercaron al Hotel Barcelona Center para conocer la oferta y novedades de los 49 expositores participantes. Rafa Serra, presidente de UCAVE, destacó la importancia de seguir con un modelo turístico basado en la especialización y la atención personalizada al viajero. "Con la caída de grandes operadores turísticos, que controlaban hasta



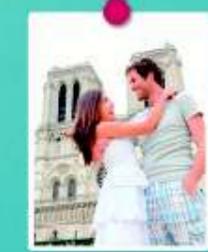
el 60% del volumen de mercado, ahora la tendencia se ha invertido y los pequeños agentes son imprescindibles en el buen funcionamiento del nuevo modelo". UCAVE, que este año celebra su 20 aniversario, acumula más de 10 años de experiencia en la organización de eventos y networking por lo que es un partner fundamental en la promoción de destinos de calidad. Qatar Airways, Hungría, La Champagne, Gales o México fueron algunos de los expositores participantes. Qatar Airways, colaborador especial en esta jornada profesional y encargado de ofrecer uno de los talleres de formación.

La compañía aérea presentó su oferta, que cuenta con 10 vuelos semanales desde Barcelona, y con la que ha incrementado su presencia y conectividad con la India, Malvinas y Nepal. Hungría participó por primera vez con József Németh, director de la Oficina Nacional de Turismo de Hungría, quien se encargó de presentar las calidades de este país. Németh destacó la oferta de su país como el hecho de que "su capital, Budapest, a tan sólo 2 horas de avión de Barcelona, es ideal para un city break y ofrece un amplio abanico de turismo saludable gracias a sus aguas termales que ocupan el 70% del subsuelo húngaro".



PARA LOS VIAJES DE TUS CLIENTES, CONFÍA EN RACE.

En RACE tenemos los seguros que se adaptan a los viajes de cada cliente. Una preocupación menos para ellos, y una comisión más para ti.



Entra en turismo.race.es y descubre nuestros productos y precios para el 2013.

RACE 1º miembro adherido a **ceav** Confederación Española de Agencias de Viajes

