

GACETA DEL TURISMO

AGENTES DE VIAJES

WWW.GACETADELTURISMO.COM

LANDER ARRIAGA (DIT GESTIÓN):

«LAS CONVENCIONES SON UNA OPORTUNIDAD PERFECTA PARA REALIZAR SINERGIAS Y FAVORECER COHESIONES ENTRE AGENCIAS Y PROVEEDORES»



Las agencias participantes en la IV Convención de DIT Gestión celebrada en Cádiz destacan su seguridad, confianza y asesoramiento para conseguir que el turismo mejore su futuro



DIT GESTIÓN, «una gran familia perfectamente imperfecta», ha finalizado este sábado en Cádiz su IV Convención, un evento bianual en el que han participado más de mil personas en representación de agencias de viajes y turoperadores procedentes de España y Portugal y que se ha desarrollado del 2 al 5 de noviembre.

El Grupo DIT Gestión está integrado por más de 1.000 agencias de viajes independientes. La Convención, desde sus primeras ediciones, se ha convertido en un espacio «donde conectar, trabajar, reír, conversar cara a cara, demostrar





que estás ahí y sobre todo romper barreras con aquellas personas que contactas a diario». Es, además, «una oportunidad perfecta para realizar sinergias y favorecer cohesiones entre agencias y proveedores», ha destacado a Gaceta del Turismo Lander Arriaga, director general de DIT Gestión.

La empresa pública para la Gestión del Turismo y Deporte de Andalucía junto con el Patronato Provincial de Turismo de la Provincia de Cádiz han patrocinado y participado en esta IV Convención que se ha desarrollado en el HOTEL VALENTÍN SANCTI PETRI, situado en la Urbanización Novo

Sancti Petri de Chiclana de la Frontera (Cádiz).

El jueves, 2 de noviembre, estuvo dedicado íntegramente a visitar la ciudad de Cádiz y otras doce localidades de la provincia (Rota, Olvera, Chiclana de la Frontera, Jerez de la Frontera, Vejer de la Frontera, Medina Sidonia, Chipiona, Trebujena, Sanlúcar de Barrameda, Puerto de Santa María y Castellar de la Frontera). Así, los asistentes a la convención pudieron conocer «in situ» las maravillas turísticas que ofrece la provincia gaditana.

En la jornada del viernes, 3 de noviembre, por la mañana se presentaron las ponencias sobre diferentes aspectos del sector turístico y se celebró una recepción oficial en el Ayuntamiento de Chiclana. Por la tarde, se llevó a cabo la presentación general de Andalucía a cargo de la Junta de Andalucía y la Diputación de Cádiz.

La jornada de trabajo del viernes se cerró con un workshop entre proveedores de Andalucía y las agencias que asisten a la convención.





El programa del sábado incluía la inauguración oficial de la convención, la entrega de reconocimientos a las agencias que cumplen diez años con DIT Gestión y un workshop con los proveedores del sector (mayoristas, receptivos, navieras, ferries, aerolíneas, hoteleros, etc.). Han participado proveedores aéreos, vacacionales, cruceristas, etc., con empresas tales como: Iberia, Iryo, American Airlines, Sixt, Costa Cruceros, MSC Cruceros, CN Travel, Royal Caribbean, Ávoris o TUI, entre otras.

El «plato fuerte» de la jornada ha sido la Mesa Redonda, moderada por Manuel

López (director general de Atlantigo), sobre la «Evolución del turismo: ¿Hacia dónde vamos?» con la presencia de Juan Carlos González (CEO de Ávoris), Juan Molás (presidente de la Mesa del Turismo de España), Fernando Pacheco (director general de MSC Cruceros en España), Elisa Molina (Agencia de Viajes Mundo Actur) y Yelemi Medina, (viceministra de Turismo de Cuba).

Como principales conclusiones de la Mesa cabe destacar que, a pesar de la covid, las guerras y la incertidumbre mundial, el turismo tiene futuro. También se ha destaca-

cado que las agencias de viajes, con su trabajo, han conseguido que el sector de los cruceros esté avanzando y que, pesar de que se están cerrando agencias físicas, se está avanzando en la digitalización. El modelo a seguir para ganar el futuro pasa por dar seguridad, confianza y asesoramiento a los clientes.

La jornada del sábado se cerró con un amplio abanico de fiestas populares, la entrega de txapelas a los proveedores, la actuación de la banda de música de Chiclana y una cena de clausura ambientada en una feria andaluza.





ENTREVISTA | LANDER ARRIAGA
DIRECTOR GENERAL DE DIT GESTION

«Las convenciones son una oportunidad perfecta para realizar sinergias y favorecer cohesiones entre agencias y proveedores»

Gaceta del Turismo ha participado como medio invitado en la IV Convención de DIT Gestión que se ha celebrado del 2 al 5 de noviembre en Cádiz y a la que han asistido más de mil profesionales en representación de agencias de viajes y turoperadores de España y Portugal. Durante la celebración del evento, Lander Arriaga, director general del grupo, nos concedió amablemente esta entrevista en la que destaca que este tipo de convenciones son lugares «donde conectar, trabajar, reír, conversar cara a cara, demostrar que estás ahí y, sobre todo, romper barreras con aquellas personas que contactas a diario». Es, además, «una oportunidad perfecta para realizar sinergias y favorecer cohesiones entre agencias y proveedores».

Estamos en plena celebración de la IV Convención de DIT Gestión. Cuando estabais organizando la primera en 2017, ¿Os imaginabais cómo sería la segunda, la tercera y hasta la cuarta en este caso? ¿Esperabais estos éxitos?

Aunque debería contestar con humildad, te diré que sí, sí lo esperábamos. La verdad es que la evolución del grupo estaba siendo muy importante y estábamos creciendo mucho, sobre todo en número de agencias asociadas y en la aceptación que tenían este tipo de eventos; de los cuales, por cierto, nosotros al principio no éramos muy partidarios. Estamos ahora celebrando nuestra cuarta convención, cuando DIT Gestión este año cumple 15 años, pero realmente las convenciones se han empezado a hacer desde hace poquito.

A pesar de ser un grupo con tan solo tres convenciones, cuatro con esta, a nuestras espaldas, podemos decir que somos el grupo líder, con las convenciones que mayor número de agencias de viajes y proveedores han reunido en un mismo evento, con cerca del millar de asistentes en nuestra última convención del 2019.

La primera convención la realizamos en 2017 en Benalmádena y superó todas nues-



tras expectativas, al conseguir más de 500 agentes asistentes, y un éxito total en el workshop de los proveedores. La segunda convención la llevamos a cabo en el año 2019 en Peñíscola, y la tercera convención se realizó en 2021 en Punta Umbría (Huelva).

La aceptación de todas las convenciones fue muy, muy buena. Y, efectivamente, vimos que en cada ocasión íbamos creciendo en el número de asociadas y de agencias asistentes. O sea que sí, realmente hemos llegado al máximo. Pero, volviendo a la pregunta, te diré que sí, sabíamos que en la primera convención teníamos unas 500 agencias de viajes y que íbamos a aumentarlo, no a duplicarlo, como en realidad pasó, pero sí a aumentarlo.

¿Qué esperáis de esta cuarta convención?
La verdad es que esperábamos un apoyo muy fuerte, tanto por parte de nuestras agencias como por parte de los proveedores turísticos, que hacen esto posible y de las instituciones de Cádiz y Andalucía, porque

ya teníamos un histórico y sabían lo que era esta convención. No había que convencerles de nada porque ya eran conocedores de la magnitud que tiene el evento. Entonces, esperábamos mucho apoyo, y realmente hemos tenido todavía más apoyo de lo que esperábamos, tanto por parte de proveedores como por parte de Andalucía y Cádiz y, respecto a la participación de las agencias de viajes, ha sido una vez más increíble.

¿Por qué habéis elegido Cádiz para celebrar esta Convención?

En primer lugar, somos, como muchos vascos, unos enamorados de Andalucía. El destino nos encanta, es un destino que nos apasiona. Su gente, su cultura y su gastronomía. Y, por otra parte, también es muy importante la estructura del hotel o de los hoteles que podemos encontrarnos en Andalucía. Es muy difícil encontrar hoteles de estas características en el resto de España, sobre todo en la península. Tienes opciones en Canarias y en Mallorca, pero necesitas avión. Tenemos que celebrar este tipo

de convenciones en hoteles muy grandes, donde tengamos muchas salas de conferencia y donde podamos estar trabajando a la vez. Además, lógicamente, siempre se hace en temporada baja y en ciudades como Madrid o Barcelona es más complicado encontrar esa temporada baja.

Estas convenciones sirven como punto de encuentro en un sitio donde hacer negocios. Es decir, ponerse caras, hablar, conversar, y conocer a personas con las que contactas en tu día a día.

Sí, es verdad. Son en total cuatro días y el workshop lo hemos dividido en dos. Hemos tenido un workshop de 2 horas para todos los proveedores de Andalucía, y la verdad que ha sido un éxito, y luego, otras 2 horas para el resto de los proveedores a nivel nacional e internacional: navieras, aerolíneas, etc. Realmente, damos dos o tres horas al workshop y todo lo demás son eventos. Muchos juegos, tenemos el carnaval por la noche, el sábado tenemos todo lo que son las cestas y algo parecido a una feria de abril. Y todo esto no solo tiene un objetivo de pasarlo bien, sino que tiene un objetivo importante donde las agencias y los proveedores se van conociendo y van haciendo el famoso team building, y vayan haciendo mucho negocio, no solamente en el workshop, sino durante los cuatro días, a través de todas las actividades programadas, que al final, es lo que conseguimos.

¿Qué expectativas tenéis para la próxima campaña, el próximo verano?

Creemos que va a ser un verano potente. Un verano con mucha incertidumbre, sí, con todo lo que nos está pasando, veníamnos arrastrando la guerra en Ucrania y ahora se nos está viiendo otra con todo lo que está pasando en Israel y Gaza. El precio del gasóleo sigue estando por las nubes y todo el mundo habla de una crisis que se acerca. Nosotros creemos que, respecto a los viajes, aunque se vean afectados, va a ser un verano bastante potente en ventas.

Se habla mucho del futuro del turismo, del turista. Antes queríamos que vinieran muchos millones de personas, ahora queremos que vengan menos y que gasten más. ¿Va por ahí el futuro? ¿con productos más elaborados, más personalizados?

Efectivamente, creo que España en general, está intentando evitar tener una fama de país barato de cara al extranjero. Queremos que sea un país económico, pero que sea un país económico respecto a la calidad de los servicios que puedes encontrar. Creo que eso es un poco lo que estamos buscando, y de cara a la agencia

de viajes, lo mismo, y es que no queremos vender más, sino que queremos vender mejor, vender productos más rentables. Y para conseguir eso es muy importante el trabajo de los proveedores.

¿Hay alguna fórmula para conseguir el éxito? ¿Alguna fórmula que se pueda contar para tener más de mil asociados y que la gente siga confiando, cada vez más, en vosotros?

No sé si se trata de una fórmula o es, simplemente, trabajo. Es muchísimo trabajo y, sobre todo, estar muy atentos a las agencias de viajes y entender sus necesidades reales. No las que creemos que puede tener, sino encerrándonos en un despacho y estar con ellos y acompañarles en todas las formaciones y en las visitas, almorzar con ellos y ver realmente lo que necesitan. Y lo mismo con los proveedores, entender realmente lo que necesita cada uno. Y de esta manera consigues que el grupo de agencias que tengas sean agencias que se sientan cómodas y se sientan escuchadas y vean que en cada necesidad que ellos tienen, su grupo les apoya y esa es nuestra fórmula. Hemos estado siempre al lado del agente de viajes y buscando en todo momento su comodidad y, lógicamente, su rentabilidad.

Volviendo a la convención hemos escuchado a agentes hablando en portugués y que había una convivencia total y perfecta. ¿Cómo fue esa idea de integrar en el grupo a agencias de Portugal y cómo está funcionando?

Llevamos ya bastantes años en Portugal, en torno a unos 8 años de los 15 que llevamos en España y ha sido un destino donde, al principio, nos ha costado bastante abrir mercado. Es otra mentalidad, estamos hablando de otro tipo de proveedores muy diferentes, algunos que los compartimos con España, pero hay otros muchos que no. La mentalidad del empresario portugués es muy diferente también. Al principio contábamos con unas 70-80 agencias y es un grupo que ha sido muy rentable y muy potente en Portugal, pero donde siempre habíamos destacado con estas 80 agencias. Ahora hemos dado una vuelta importante, tanto a la dirección del grupo que ha sido modificada, como a la dirección comercial, etc. y ahora mismo estamos en unas 170-180 agencias de viajes ya en Portugal. Este incremento se ha dado en este último año y, al igual que en España, estamos ya en un punto donde tenemos un crecimiento muy seleccionado de agencias de viajes, donde ya no queremos seguir creciendo por crecer, si-

no como hemos comentado antes, crecer mejor y con una selección de agencias importante. En Portugal, además, los resultados están siendo realmente muy, muy positivos.

Como mucha gente sabe eres aficionado al fútbol y en concreto de la Real Sociedad. ¿Te acuerdas? Hace una temporada de los denominados equipos ascensor que subían, subían y bajaban subían y bajaban. En ese sentido, con la situación actual de DIT Gestión y pensando en el futuro, ¿es más difícil mantenerse que seguir creciendo?

Sí, sí, sin duda. Creo que crecer al final, bueno, es una campaña fuerte de captación, una campaña fuerte de eventos y una campaña comercial muy importante, pero mantenerse es complicado. No tenemos agencias muy, muy grandes, nuestras agencias son pequeñas o medianas y estas agencias, digamos que lo difícil no es captarlas, lo difícil es mantenerlas. Las necesidades que tienen son diferentes, las negociaciones que te exigen son diferentes y la tecnología que te exigen es diferente. Entonces, a día de hoy, sí cuesta más mantener una agencia de viajes que el hecho de captarla. Pero, en nuestro caso, afortunadamente, contamos con sistemas contables propios, internet y producto nuestro y esto es una gran suerte, puesto que cuando una agencia de viajes se acostumbra a trabajar con nosotros, realmente cuesta mucho el cambio. Es algo que se tiene que pensar muy mucho, y creo que dando un servicio correcto y bueno, y creo que lo damos, la mayoría de agencias permanecen con nosotros y tenemos una tasa de bajas muy, muy bajita.

Pregunta tópica para terminar. Queda abierta por si quieres añadir algo más. ¿Algún deseo? ¿Algún mensaje a destacar?

Bueno sí me gustaría agradecer a los proveedores, porque yo entiendo que para ellos y, después de todo lo que hemos pasado, es muy difícil participar en eventos de este tipo. Más que nada, porque sin su colaboración no podríamos hacer esto. Tenemos una relación excelente con todos ellos, a la hora de trabajar y de poder colaborar en diferentes problemas, tanto suyos como nuestros, y solo puedo agradecérselo. Bueno, llevo doce años agradeciendo siempre su colaboración a las agencias de viajes y creo que ahora me toca agradecer también a los proveedores, porque sin ellos, no podríamos hacer absolutamente nada de esto. O sea que muchas gracias por apoyar a DIT Gestión.