

ACTUALIDAD SEMANAL DE LA INDUSTRIA DEL VIAJE

GACETA DEL TURISMO

AGENTES DE VIAJES

WWW.GACETADELTURISMO.COM

**GRUPO AIRMET
CELEBRA SU CONVENCIÓN
ANUAL EN EL HOTEL
MELIÁ BENIDORM**

RUBÉN FERNÁNDEZ:
**“GRACIAS A LAS AGENCIAS
DE VIAJES Y PROVEEDORES
POR LA CONFIANZA QUE HAN
DEMOSTRADO EN AIRMET”**



Airmet desborda las expectativas en su 9^a Convención para celebrar un gran 2023



Satisfacción plena de los casi 600 profesionales que han asistido a la Convención Airmet celebrada este pasado fin de semana en la ciudad alicantina de Benidorm. Esta 9^a Convención de Airmet ha girado en torno al lema "Confianza en cada paso". Todo el equipo de Airmet ha querido celebrar junto a agencias independientes y proveedores la confianza depositada en el grupo comercial en sus casi 25 años de trayectoria.

La convención comenzó el viernes con talleres formativos en gestión del tiempo, transporte aéreo y en la actualidad tanto legal como fiscal. Además, ha servido como marco para lanzar al mercado varias novedades. Entre ellas, la presentación del nuevo plan Airmet Gestión que incluye, entre otros, los servicios de asistencia fis-

cal y un nuevo back office desarrollado en especial para las agencias independientes llamado Airmet Gestión by Giav. Además, han contado con la presencia del equipo MOGU que ha presentado su avanzada plataforma de comunicación con el viajero y el acuerdo de colaboración que Airmet y MOGU han firmado para que las agencias Airmet puedan utilizar dicha plataforma. Esta convención ha tenido como protagonistas a los socios proveedores que han podido realizar un workshop con las agencias dentro de una novedosa puesta en escena. Por su parte, los partner Diamond han tenido la oportunidad de comentar novedades y situación del mercado en una ronda de entrevistas. En palabras de su director general, Rubén Fernández "En esta convención hemos querido dar las gracias a las agencias de

viaje independientes y, por supuesto, a los proveedores por la confianza que han depositado en Airmet. A su vez, hemos querido analizar cómo la confianza que han tenido las agencias de viaje independientes en sus negocios, apoyada en el trabajo diario ha dado como resultado que hoy puedan seguir creciendo" como indica Fernández "Después de unos años terribles, este 2023 ha sido un gran año para todos y esta convención es el colofón ideal para celebrarlo"

Además, esta edición ha contado con la inestimable presencia de las agencias independientes que se engloban dentro de la marca Clickviaja y que ya disfrutan de los servicios, acuerdos y herramientas que cuentan el resto de las agencias Airmet.

ENTREVISTA | RUBÉN FERNÁNDEZ
DIRECTOR GENERAL DE AIRMET

«Gracias a las agencias de viajes y proveedores por la confianza que han demostrado en Airmet»



Después de la novena Convención de agencias de viaje del Grupo Airmet, que se ha celebrado este fin de semana en Benidorm, ¿estáis pensando ya en la décima?

Pues sí, si te soy sincero, ya estamos pensando en esa décima convención porque, además, el año que viene cumpliremos 25 años y ya estamos en ello. Todavía, obviamente, no tenemos decidido el lugar donde se celebrará, pero sí más o menos tenemos decidida una fecha y esperamos que esté a la altura de los 25 años que vamos a cumplir.

En el momento de esta entrevista han pasado pocas horas desde el cierre de la novena Convención. No sé si en este momento hay perspectiva suficiente como para decir si habéis salido satisfechos, agotados, preocupados, ...

A ver, sí, salimos agotados porque ha sido mucho tiempo de preparación. El último mes ha sido agotador porque organizar una convención es tremadamente laborioso, pero si hay una palabra que pueda definirnos es, satisfechos.

El feedback que he recibido tanto de las agencias como de los proveedores ha sido bastante positivo. La gente ha salido contenta porque, como decíamos, han aprendido mucho, han trabajado mucho y también se han reído, se han divertido y el balance ha sido tremadamente bueno.

El concepto que hemos diseñado de convención ha encajado mucho, tanto en las agencias como en los proveedores y estamos satisfechos, la verdad.

En ese sentido, lo acabas de apuntar, a una convención se viene a trabajar, a divertirse, a estudiar, a formarse, un poco de

todo. Siempre hay tiempo para todo.

Nuestro objetivo es que las agencias crezcan. Nosotros creemos que los negocios tienen que crecer para generar ingresos y para generar beneficio y la única forma de crecer es formarse y trabajar mucho, pero siempre hay tiempo para todo. Siempre podemos encontrar momentos de descanso y momentos de relax. También se puede trabajar con una sonrisa.

El objetivo de la convención es que haya un momento para todo y eso es lo que hemos hecho, hemos dado unas formaciones que han excedido nuestras expectativas, porque hemos impartido varias sesiones y ha habido overbooking en todas ellas. Eso quiere decir que a las agencias les ha interesado mucho. De hecho, ha habido muchos proveedores que también han asistido a estas formaciones porque eran muy interesantes.

También hemos explicado las novedades que traía Airmet este año en cuanto a nuestra relación con la agencia, de la agencia con el cliente y la relación de la agencia con la administración y con el back office, que es también importante. Hemos dado voz a los proveedores para escuchar sus novedades. Todo esto ha sido trabajo, obviamente, pero lo hemos hecho de una forma muy amena y, al final, hemos tenido una cena de gala, que fue el momento de celebrar en esta convención.

Todas y cada una de las más de 500 personas que hemos estado en la convención, en algún momento hemos tenido un dron sobrevolando sobre nuestras cabezas; ¿era un poco el símbolo de que las nuevas tecnologías, ya no son nuevas, es decir, ya están ahí y están integradas en nuestro día a día? En Airmet apostáis fuerte en este sentido.

Lo has dicho muy bien, parece que la tecnología es algo ajeno que, de repente, aterriza entre nosotros, como el dron, y lo miramos con ojos extraños. La tecnología es algo que está en nuestro día a día. Lo sustancial es cómo la afrontamos nosotros.

Algunos grupos de gestión, nosotros entre ellos, nos hemos vuelto locos pensando que éramos capaces de crear tecnología. Eso es como pensar que el hotel donde estamos es también una empresa de construcción. Y esto, claramente, no es así. Los hoteles contratan empresas de construcción para que lo hagan de la mejor manera y esto es lo que yo creo que tenemos que hacer nosotros y es por el camino que va a ir Airmet.

Contamos con unas tecnologías que cubren las necesidades básicas de la agencia de viajes, un gran sistema de vuelos, de hoteles, una intranet y estos son los básicos que tenemos que tener. Y sobre esos básicos hay que construir, obviamente, y tiene que ser una muy buena plataforma de vuelos, una muy buena plataforma de hoteles y una buena intranet. Pero para completar todo esto creo que tenemos que buscar a los mejores proveedores, a los mejores socios allí fuera. Pensar que nosotros vamos a hacer un sistema de back office o una herramienta de contacto con el cliente solos no tiene ningún sentido. Hay gente que sabe mucho más de esto y nuestra tarea es conocer las propuestas que ofrece el mercado y trabajar con la mejor opción. Conseguir una buena negociación para nuestras agencias de viaje y que puedan acceder a esta tecnología.

En la convención hemos oído poco las expresiones "años difíciles", "lo hemos pasado mal", "tenemos que superar el bache", se ha hablado más de futuro, de esperanza y de que este año 2023, no sé si brindar con cava, pero se puede celebrar; ¿no?

Hasta el último día hay que intentar venderlo todo, pero es verdad que si miramos hacia atrás, al menos las agencias independientes de Airmet, tenemos que estar tremadamente contentas. Y la verdad es que no he oído a nadie que diga "me ha ido mal este año" o "no me ha ido todo lo bien que yo creía". De hecho, existe una especie de sentimiento extraño que dice, esto ¿cuánto va a durar, no? Por lo tanto, este año 2023 ha sido un año muy bueno y el año 2024 parece que viene bien y continúa la tendencia, porque ya hay muchas agencias que me están diciendo que están recibiendo reservas para verano del año que viene. Bueno, pues entonces, ¿por qué no vamos a tener confianza en el futuro? Eso sí, siempre atentos y sabiendo dónde nos metemos. Esta es una industria muy sensible a muchas cosas, y hay que estar muy pendientes de los precios y que también los proveedores lo estén, en cómo esos precios se están comportando. Por ahora, desde luego, creo que sí que tenemos que alegrarnos por este año 2023 y tener confianza en 2024.

Tanto a usted como a su equipo le he oido decir a las agencias "no esperéis que nosotros os ofrecamos cosas, pedidnos, exigidnos".

Claro, es decir, esto es un diálogo, no es un monólogo. Un diálogo con el cliente agencia y con el cliente proveedor. Nosotros tenemos que tener los oídos abiertos, practicamos la escucha activa, porque sí que necesitamos saber qué es lo que pasa ahí fuera. Necesitamos saber cuáles son las inquietudes de las agencias de viaje y de los proveedores. Y habrá inquietudes que sean muy locales y otras que sean más generales. Bueno, pues cuando detectemos una necesidad general se abordará con una solución general y cuando sea una necesidad más local, lo abordaremos de otra manera, pero es importante que la agencia pierda el miedo a hablar y a decir qué le pasa o qué necesita, eso es algo muy importante para nosotros, tener ese diálogo.

Ese dron que habíamos dejado volando por ahí se convirtió en un pajarito en un momento dado y nos iluminó desvelando que eras aficionado del Atleti, con lo cual la pregunta procede. Si Airmet fuera el

Atleti, que bajó a segunda división, subió, ... es decir, ¿qué es más difícil llegar o mantenerse?

Mantenerse cuesta muchísimo esfuerzo y, a veces, no importa tanto crecer mucho, si no ser estable. Fíjate, voy a utilizar otro lugar común del Cholo que nos guía en este camino, que es el "partido a partido". Y es así, es el paso a paso y trabajar día a día, lo que te mantiene y la ambición es seguir trabajando para las agencias de viaje. Creo que estamos en el sitio donde queremos estar y que estamos yendo hacia el sitio donde queremos estar. Las comparaciones a mí me dan igual, es decir, yo no tengo ninguna ambición de ser como unos o como otros, yo tengo la ambición de ser como nosotros queremos ser.

Y lo que tenemos que pensar es ¿qué es lo siguiente? Pues lo siguiente es que tenemos que trabajar FITUR, ya está, este es el siguiente partido sobre el que tenemos que trabajar, en cómo abordamos los siguientes acuerdos que ya tenemos que firmar para el año que viene con los proveedores y en cómo seguimos aportando ese valor a las agencias de viaje y a los proveedores, en eso es en lo que trabajamos. Creo que todos los grupos de gestión hacemos una labor fantástica y que aportamos mucho valor a la industria y tenemos que seguir trabajando y colaborando todos por el bien de la industria, porque si colaboramos todos, a todos nos irá mejor.

Capítulo de agradecimientos, a veces se ponen al principio del libro, otras veces al final, en este caso lo hemos dejado para el final; ¿a quién te gustaría agradecerle su trabajo y confianza?

Gracias, en primer lugar, tanto a las agencias de viaje como a los proveedores, de verdad, por su confianza, porque esto es un círculo virtuoso que sin unos no funcionan los otros y sin los otros no funcionan los unos y, de verdad, agradezco a los dos en la misma medida.

También quiero agradecer a la prensa, que siempre nos trata muy bien y siempre está con nosotros. Quiero dar también un reconocimiento a todo nuestro equipo porque se lo ha currado una barbaridad y bueno, gracias a este 2023 que nos ha traído un gran año. Y el último, a Benidorm en general y al Hotel Villaitana en particular y por estos días de sol maravillosos que hemos tenido durante la Convención.

GRUPO AIRMET CELEBRA SU CONVENCIÓN ANUAL EN EL HOTEL MELIÁ BENIDORM



