

GACETA DEL TURISMO

AGENTES DE VIAJES

WWW.GACETADELTURISMO.COM

**EL IV FORO UNAV
APUESTA POR UN MODELO
TURÍSTICO DE CALIDAD,
INCLUSIVO, FUNDADO
EN LA TECNOLOGÍA,
LA FORMACIÓN Y LA
FELICIDAD DE SUS
PROFESIONALES**

**EXPLORA TRAVELER MUESTRA EN
UN VÍDEO LA NORMALIDAD TURÍSTICA
QUE SE VIVE EN EGIPTO**

**RENFE LANZA LA CAMPAÑA “PACK
TREN + MUSICAL” PARA VIAJAR EN AVE
A VER “MAMMA MIA” Y “MATILDA”**

**LA DIPUTACIÓN DE CASTELLÓN PONE
EN VALOR EL TURISMO DE EXPERIENCIA
PARA IMPULSAR EL DESARROLLO
SOSTENIBLE EN LA PROVINCIA**

**EUROPAMUNDO AMPLÍA SUS
DESTINOS UN 30% PARA LOS
ÚLTIMOS MESES DEL AÑO**



El Foro UNAV apuesta por un modelo turístico de calidad, sostenible, fundado en la tecnología, la formación y la felicidad de sus profesionales



Un modelo turístico de calidad, con equipamientos y servicios de altura, inclusivo, sostenible, equilibrado y sin sobrecargas. Apoyado en la innovación y en las oportunidades que brindan las nuevas herramientas tecnológicas, entre ellas la IA. Con profesionales formados y reconocidos salarialmente, como factores clave de su felicidad, que es un ánimo esencial para transmitir pasión e ilusión a los clientes ante los retos que plantean los nuevos tiempos. Estas serían, en conclusión, las ideas principales de las sesiones de trabajo que se han celebrado en Úbeda, en Jaén, enmarcadas dentro del IV Foro UNAV para El Futuro del Turismo, que este año tenía como lema “Nuevos tiempos para un nuevo cliente”, en las que han intervenido una treintena de ponentes, ante un centenar de invitados.

Las agencias de viajes, un eslabón clave e imprescindible

Con anterioridad al comienzo de la charlas profesionales, los diversos portavoces institucionales que estuvieron presentes en la aper-





tura del evento de referencia de UNAV remarcaron el importante papel (“eslabón clave e imprescindible”, dijeron) que tienen las agencias de viajes en la promoción de los destinos, que, en el caso de Andalucía, resultan ser “uno de sus mejores aliados”. UNAV y los agentes de viajes pueden contar con Andalucía como compañero de largo recorrido, indicaron estos representantes, antes de remarcar el liderazgo de esta comunidad en el turismo nacional e internacional, con más de 30,8 millones de visitantes en el año 2022.

Han intervenido:

Antonia Olivares Martínez · Alcaldesa del Ayuntamiento de Úbeda · José Ayala Mendieta · Delegado Territorial de Turismo, Cultura y Deporte en Jaén · Francisco Javier Lozano Blanco · Diputado de Promoción y Turismo de la Diputación Provincial de Jaén · José Luis Méndez · Presidente de UNAV-UMAV Coordinación y presentación del evento: Antonio Caño, Vicepresidente 1º de UNAV / Iván Méndez, Gerente de UNAV

La sostenibilidad, «gran oportunidad» para el sector turístico

El primero de los coloquios sirvió para enfatizar el valor que tiene la sostenibilidad como “gran oportunidad” para el sector, según criterio generalizado de los participantes, quienes también coincidieron en señalar que “no es una moda ni algo pasajero”, un mensaje que ya es un mantra que se repi-

te con insistencia. Porque al entender de los ponentes, “es algo que se va quedar en nuestra industria”, como se quedará del mismo modo en la movilidad, “que será sostenible o no será”, al decir de uno de los portavoces invitados. Se recaló también que hay que tomar medidas para que la sostenibilidad rijga como pilar de desarrollo en los destinos y ayudarán a su venta, “con ideas nuevas, que se adaptan a las nuevas necesidades”.

En este bloque, los participantes andaluces pusieron el acento en uno de los productos turísticos más sostenibles de su territorio, el oleoturismo. Y no únicamente porque Jaén sea el principal productor de aceite de oliva, sino porque marida con otros productos turísticos, señalaron, “y es compatible con otras modalidades turísticas, como el turismo rural o el gastronómico”. Es además —según explicaron— una herramienta más para el mundo rural y para potenciar su arraigo. “Y está favoreciendo la industrialización y la modernización del campo”, adujeron. Amén de ayudar a la desestacionalización, puntualizaron.

Han intervenido:

Ana Fernández Zamora · Directora de Promoción y Turismo · Diputación Jaén · José Ayala Mendieta · Delegado Territorial de Turismo, Cultura y Deporte en Jaén · Miguel Ángel Avendaño · Brand Manager y Patrono de la Fundación Atlantigo Group · San-

tos Nuñez del Campo · Dirección General de Desarrollo y Estrategia I Renfe · Moderador: Manuel López · CEO I Intermundial

La IA, columna vertebral de la transformación digital

La mesa dedicada a la innovación tecnológica desveló un hecho incontestable, a ojos de sus participantes: la IA es una herramienta de futuro, muy presente desde hace tiempo, que ha venido igualmente para quedarse, según la opinión unánime manifestada. El sector turístico, en este sentido, ha sido pionero en el uso de la IA. “No supe al agente. Es una herramienta que ayuda a mejorar su rendimiento y ofrecer inmediatez, en un momento, además, en el que los viajes cada día son más complejos.

“La IA es la columna vertebral de la transformación digital” —se indicó— “porque es la suma de otras tecnologías”. En esta línea, los ponentes recomendaron que los agentes de viajes diesen pequeños pasos. “No hay que abrumarse”, recomendaron.

Es una herramienta, no un competidor, insistieron. La IA va a ayudar, nunca va a sustituir al agente de viajes y mejorará mucho sus servicios, además de optimizar su tiempo. “Es una gran oportunidad que los agentes de viajes no pueden dejar pasar”, sostuvo una de las invitadas.



Han intervenido:

Maite Añorga · Directora General Corporativa · TDCS Travelport · Sara Hernández · CEO MOGU · Ingrid Graells · Directora Comercial · Beroni · José Antonio Flores Montero · CEO Conecta Turismo · Moderador: Marcos > Franco · Socio fundador REINIZIAT & ObservaTUR

La RSC y su impacto positivo en la sociedad

La ponencia reservada a la responsabilidad social corporativa y su papel en la industria del turismo y los viajes, por otra parte, permitió conocer las experiencias más sobresalientes emprendidas por algunas de las compañías del Universo UNAV en torno a este asunto, dando así a conocer su valor como empresas con propósito.

Y mostrarlas, además, desde una triple vertiente (económica, social y ambiental) y en planos diversos, tanto interno (con instalaciones modélicas y políticas de igualdad, por ejemplo), como de puertas afuera, con proyectos de descarbonización en el transporte tanto aéreo como en autobús, acciones de reforestación, supresión de consumibles,

uso inteligente de la energía y el agua y colaboraciones con empresas del tercer sector, como son asociaciones o fundaciones.

Experiencias, en fin, que constatan que la RSC, además de estar en continua evolución, es una apuesta decidida para estas firmas, en la que creen firmemente, “porque generan un impacto positivo en la sociedad”, recordaron.

Han intervenido:

Katia Estace · Chief Commercial IAON · Antonio Linares · Director de Ventas I IBERIA · Olga Villacampa · Responsable de Grandes Cuentas I IRYO · Fernando Sánchez · Director General I ICÁRION – W2M / Christian Pauwels · Director General – MOVELIA · Moderadora: M^a Dolores Serrano · Responsable de la Asesoría Jurídica UNAV Legal/DEIUREM

«Es preciso mejorar la promoción de la profesión»

Entre los asistentes a este Foro se encontraban como invitados también un grupo de estudiantes de Turismo a los que se trató de

“vender” en unas de las charlas (‘Empleo y formación. Tecnología aplicada a las agencias de viajes’) todas las bondades que ofrece esta profesión (“que son muchas y con múltiples oportunidades laborales gracias a su diversidad de campos que abarca”), en un momento en el que el sector está demandado con urgencia la incorporación de nuevo talento, “porque hemos de saber promocionarnos mejor para tratar de hacerlo más atractivo a las nuevas generaciones”, un mensaje en el que todos los ponentes de esta mesa coincidieron.

Pero si la formación especializada es determinante para garantizar el futuro de la industria del turismo y los viajes, también lo es la motivación, según se expuso en la jornada. Una motivación que, a juicio de los oradores de la sesión, ha de hacerse extensiva a todos los empleados, “porque si no tenemos empleados felices e ilusionados, no podremos transmitir pasión a nuestros clientes”. Una felicidad que, en primer término, habrá de pasar primeramente por un reconocimiento salarial en línea con el mercado, porque a menudo el sector es víctima.



Han intervenido:

Rubén Fernández · Director General I AIRMET- CLICK VIAJA · Susana Entrena · Jefa Área Calidad y Formación I CARREFOUR VIAJES · David Hernández · CEO I PANGEA · Irene Alaman · Directora General I GRUPO VDT · Alberto Pérez · Director de Operaciones I GRUPO CDV · Moderador: Jorge Zamora · CEO I SERVICIO VUELO – DIGITAL VIDEO SYSTEMS

Comprometidos con el «paraíso»

En las conclusiones, el Comité Organizador del IV Foro UNAV para El Futuro del

Turismo también destacó el valor de Úbeda y de su provincia —y de Andalucía, en general— como enclave turístico privilegiado, con múltiples oportunidades.

“Las agencias de viajes tenemos un reto muy importante y es proyectar este “paraíso interior” a los millones de clientes que visitan nuestras agencias cada año”, explicó Fernando Sánchez, Director General ICÁRION – W2M, responsable de la lectura de las conclusiones.

Y añadió: que «asumimos el desafío planteado de tratar de acercar esta tierra y su

oferta turística tan diversa”, entre las que destacan como pilares fundamentales el oleoturismo, sí, pero también muchas otras opciones, como es el turismo deportivo, de naturaleza, patrimonial, cultural y gastronómico, comentó Sánchez, minutos antes de que José Luis Méndez, presidente de UNAV, clausurase el IV Foro UNAV para El futuro del Turismo y se procediese a la ceremonia de reconocimientos UNAV a las firmas colaboradoras y patrocinadoras de este evento, que fueron entregados por los consejeros de esta asociación presentes.



