



CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

CEAV NEWS

**MUNDO
INEDITO**

CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES



CEAV organizó del 8 al 10 de noviembre de 2023 la 7ª Cumbre Mundial de Asociaciones de Agencias de Viajes en Granada. El evento reunió a casi 200 participantes de los cinco continentes, que llevaron a cabo ponencias y debates sobre la situación actual del sector y las perspectivas de futuro.

El día 8 tuvo lugar la inauguración oficial en el auditorio de La Chumbera con La Alhambra de fondo. En el acto intervinieron Carlos Garrido y José Manuel Lastra, presidente y vicepresidente de CEAV, la alcaldesa de Granada, María Francisca Carazo, el presidente de la Diputación de Granada, Francisco Rodríguez Guerrero, el consejero Turismo, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, Víctor Manuel González y el presidente de la Federación Provincial de Empresas de Hostelería y Turismo, Gregorio García. Posteriormente, los asistentes pudieron disfrutar de una actuación a cargo del grupo Clavel y Flamenco.

La primera jornada comenzó con la presentación de los destinos de Granada y Andalucía y continuó con un debate moderado por Dave Keating en el que Juan Antonio Gómez García, Head of Marketing Intelligence de Forward Keys, repasó el comportamiento de los mercados globales destacando la resiliencia de la industria turística y la recuperación, que “continúa a pesar de las incertidumbres”.

CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

Paula Cortés Calle, presidenta de ANATO y vicepresidenta de WTAAA, Pawel Niewiadomski, presidente de PIT y expresidente de ECTAA, Wendy Paradise, presidenta de ACTA y vicepresidenta de WTAAA, Pauline Suharno, presidenta de ASTINDO y FATA y Jean Claude Nzaramba, Vice Chairperson of RATA expusieron la situación actual del turismo en sus respectivas zonas y destacaron un incremento en sus mercados (Colombia +15%, Polonia +40%) haciendo hincapié en el papel asesor del agente de viajes, sobre todo en un contexto geopolítico como el actual, en el que a veces los viajeros tienen miedos “no realistas” a viajar a ciertas zonas porque no conocen la situación real. Ejemplo claro de esto es África. “La mayoría de los países fuera de África están mal informados acerca de nuestro continente. La gente no sabe, por ejemplo, que Ruanda es el quinto país más seguro del mundo” señaló Nzaramba. “Tenemos que hacer una labor intensa de información a los viajeros”.



SOSTENIBILIDAD:

PASAR DE LA TEORÍA A LA PRÁCTICA

Más tarde, Frank Oostdam, presidente de ECTAA y director de ANVR, Tulio Bernal, presidente de ANAV Ajay Prakash, presidente de TAFI y Nicanor Sabula, CEO de AESATA, plantearon cuál es el futuro de un turismo sostenible. Oostdam aportó la visión crítica señalando que el sector de las agencias no está respondiendo de manera adecuada ante los desafíos de la sostenibilidad e hizo un llamamiento a acelerar las acciones. En este sentido, Sabula hizo referencia a la influencia que puede ejercer el agente de viaje sobre los viajeros para que comprendan la huella que dejan sus viajes y cómo pueden mitigar el impacto medioambiental que generan. Por su parte, Bernal indicó que las agencias pueden elegir proveedores que otorgan importancia a la sostenibilidad: “aerolíneas que se preocupa por su huella de carbono, hoteles que tienen una excelente gestión de su huella hídrica...”. Finalmente, Prakash señaló la posibilidad de buscar destinos no masificados, una tendencia que parece haberse acelerado tras la pandemia. Todos concluyeron que hay que “trasladarse de la conversación, que es interesante, a las acciones, que son lo realmente importante”.

CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

LOS NUEVOS VIAJEROS

El siguiente panel versó sobre las nuevas tendencias del consumidor en los viajes. Christian Boutin, Amadeus SVP Customer Success Management EMEA presentó un informe de Amadeus en el que se establecen cuatro tribus de viajeros: experimentalistas, creadores de recuerdos, influencers y pioneros. De todos ellos, el 44% desea llegar lo más rápido al destino, 35% está preocupado por la sostenibilidad y el 34% le da mucha importancia a la tecnología. “Los viajeros actuales esperan que el viaje sea más fácil con la tecnología. Muchos viajeros confían más en la tecnología tras la pandemia”, señaló.

Jean-Philippe Monod de Froideville, Expedia Group Senior Vice-President Government & Corporate Affairs destacó que, según sus estudios, el viajero utiliza una media de cinco horas de búsqueda en Internet para elegir un viaje, que suele reservar además con dos meses de antelación. Asimismo, el 24% de los viajeros realizan sus viajes en torno a un evento, otro 25% repite destino cada año y el 37% está influenciado por familia, mientras que al 17% le pesan más los amigos. Por su parte, Andrés Deyá, presidente de FAEVYT, destacó que en Argentina están constatando cómo se ha descentralizado el turismo de las grandes ciudades, mientras que los espacios naturales ganan terreno.

Por último, Oliver Zahn, Chairman of DRV's Outbound Committee habló de la compleja situación económica de Alemania, donde los viajeros tienden a ahorrar y a elegir destinos más baratos como Europa del Este.



CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

Por la tarde tuvo lugar el panel Time to Share, en el que ECTAA, ABTA, AITO, EU Travel Tech y Perseuss compartieron sus experiencias. Organizando el Indirect Sales Summit en el World Aviation Festival; El poder de las personas: utilizar a nuestros expertos para promover los servicios de ABTA; La industria turística ucraniana en tiempos de guerra; Global Travel Tech, un nuevo socio para las asociaciones de agencias de viajes y Colaborando como industria contra el fraude, fueron las ponencias.

En el primer panel de la segunda jornada se debatió sobre la relación entre las agencias de viajes y las aerolíneas. Otto de Vries, CEO de ASATA, señaló la tensión existente entre ambas durante los dos últimos años y la necesidad de llegar un acuerdo y mirar al futuro considerando las oportunidades más que los obstáculos. Andrew Bowman, presidente de WTAAA y director de TAANZ se mostró de acuerdo en la necesidad de un trabajo conjunto “para ver que necesitan nuestros socios comunes”.

Por su parte, Guillermo Correa Sanfuentes, presidente de FOLATUR y ACHET, se mostró bastante crítico recordando que el aporte de las agencias a las aerolíneas es “gigantesco” y muchas veces “no se valora”.



CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

M^a Jesús López Solás, IBERIA Chief Commercial, Network & Alliances Officer indicó que la mitad de lo que vende Iberia en este momento es “gracias a las agencias de viajes”, a las que calificó como “socios estratégicos”. López Solás coincidió en la necesidad de desarrollar una buena relación para el futuro.

En el panel, en el que también participaron Juan Antonio Rodríguez, Director Operations for FDS de IATA y Guillaume Teissonnière, General Counsel & Company Secretary de ODIGEO, se trató de los sistemas de distribución NDC. Teissonnière reconoció la reticencia de las agencias a cambiar a este sistema porque “no tenemos incentivos”, mientras que Rodríguez abogó por “coger el toro por los cuernos y formar parte de la transformación en los pagos para que sea “beneficiosa para todos”.

INNOVACIÓN

La innovación en los viajes fue el tema del segundo panel. Juan Jesús García, Head of Industry Affairs, EMEA de AMADEUS IT Group, Edu William, CEO de The Wise Dreams CEO, Luis Dupuy, Global Business Travel V.P. Global SME Business development de AMERICAN EXPRESS, Jonathan Gómez, director general de Turismo de Málaga, Anderson Pacchioni, Senior Manager Digital Innovation Engagement de IATA y Nagore Uresandi Espinosa, fundadora y CEO de IN2DESTINATION compartieron sus experiencias e iniciativas: el parque tecnológico de Málaga, garantía de accesibilidad en webs y apps de American Express, medición de capacidad de carga de los destinos o sus flujos y el ámbito regulatorio fueron algunos de los temas que se trataron en el panel.

Para finalizar, Carlos Garrido, presidente de CEAV, José Manuel Lastra, vicepresidente primero, han abierto un debate de clausura con todos los asistentes.



CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

COLABORADORES

LA CUMBRE HA CONTADO CON EL APOYO DE

- ↘ **CONSEJERÍA DE TURISMO, CULTURA Y DEPORTE DE LA JUNTA DE ANDALUCÍA**
- ↘ **AYUNTAMIENTO DE GRANADA**
- ↘ **PATRONATO DE TURISMO DE LA DIPUTACIÓN DE GRANADA**



CEAV entrega un reconocimiento al Ayuntamiento de Granada y a la Junta de Andalucía.

Y DE LOS COLABORADORES HABITUALES DE CEAV:

- ↘ **AMADEUS**
- ↘ **CIVITATIS**
- ↘ **IBERIA CARDS**
- ↘ **RENFE**
- ↘ **AON**
- ↘ **IBERIA**
- ↘ **PIPELINE**
- ↘ **TURESPAÑA**

CEAV CELEBRA EN GRANADA LA 7ª CUMBRE MUNDIAL DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES

DISTINTIVOS TURÍSTICOS

DURANTE LA NOCHE DEL DÍA 9, LOS ASISTENTES DISFRUTARON DE LA CENA DE GALA EN EL CARMEN DE LOS MÁRTIRES, EN LA QUE ADEMÁS CEAV ENTREGÓ SUS DISTINTIVOS TURÍSTICOS.

El XI Distintivo Turístico Matilde Torres recayó sobre Pedro Iriondo, CEO de Viajes Kontiki, por su dilatada y exitosa labor profesional y su amplia experiencia en el sector turístico. Iriondo agradeció el premio con estas palabras: *“He dedicado mi vida entera al turismo en todas sus facetas, desde el receptivo turístico, incentivos y convenciones, al emisor, formando al final un tour operador en Baleares. Ahora, al llegar el final de mi carrera, me siento contento y emocionado de recibir este premio que lleva el nombre de una persona que ha sido un referente en el mundo de los viajes y muy activa en el mundo asociativo de nuestro sector, Matilde Torres.”*



El VII Distintivo Vicente Blasco fue concedido a Clisol Turismo Agrícola por su labor de divulgación relacionada con turismo gastronómico y científico. Lola Gómez, gerente, hizo referencia a la importancia de las agencias de viajes: *“En Clisol Turismo Agrícola llevamos 23 años compaginando agricultura protegida y turismo y no podríamos haber llegado a donde estamos sin una figura como la de las agencias de viajes. Cuando nadie nos conocía, fueron ellas las que se interesaron por nuestro producto turístico y canalizaron nuestras actividades para conseguir que nuestros clientes disfrutaran, experimentaran y conocieran no solo el sol y playa de Almería, sino también una actividad turística basada en dos historias de vida, la humana y la vegetal”*.

