



ENTREVISTA A PEDRO FIOL

CEAV NEWS

**MUNDO
IMÉDIO**

ENTREVISTA A

PEDRO FIOL

PRESIDENTE DE AVIBA

Creció en los almacenes de la agencia de viajes de su padre. Disfrutaba de hacer volar las maquetas de avión y de recortar y pintar los folletos. Fue un buen estudiante y le gustaban mucho las artes escénicas, estudiar piano y, ya más de adolescente, se aficionó al gimnasio. Cuando marchó a Barcelona para estudiar fisioterapia, empezó a trabajar como formador y gestor de centros deportivos. Por una cuestión profesional, acabó en Madrid haciendo aperturas de gimnasios para una multinacional.



El destino quiso que un verano regresara a Mallorca de vacaciones y se quedara. Fue allí donde recibió la noticia de que su padre quería jubilarse y algo le impulsó desde dentro para seguir con el relevo familiar. No tenía ni idea de nada, pero su principal prioridad en aquel entonces era saber utilizar Amadeus; y así lo hizo: no salía ni para comer. Al poco tiempo pensó en ampliar el negocio y empezó a abrir sucursales. Actualmente cuenta con cuatro puntos de venta.

Un día leyó en el periódico que AVIBA estaba luchando por algo relacionado con el descuento de residente. En ese momento pensó que debía aportar su granito de arena y asociarse. Al poco tiempo pasó a ser el secretario de la asociación y, gracias al apoyo de la junta directiva, dio un paso al frente hasta la presidencia.

ENTREVISTA A

PEDRO FIOL

PRESIDENTE DE AVIBA

1 ¿En qué situación se encuentra el sector de las agencias de viajes baleares en este momento?

Ahora mismo hemos pasado la pandemia totalmente y lo peor de la guerra de Ucrania, aunque en Baleares en cuanto a cifras todavía no estamos como en el 2019, esperamos y deseamos que este año sea mejor que el anterior y nos acerquemos a cifras prepandemia. Actualmente, estamos con la mirada puesta en los problemas tan graves en Oriente Medio, aunque estos, por desgracia, influirán posiblemente en un crecimiento para las zonas seguras como Baleares.

2 ¿A qué retos y desafíos se enfrentan las agencias?

El modelo de negocio ha cambiado y las agencias se han adaptado a las nuevas tecnologías, el 90% ya cuentan con web propia y esto también ha servido para fidelizar a los clientes. Pero nunca es suficiente, hay que poner en valor el trabajo de los agentes de viajes, como consejeros expertos en todo lo que es el paquete turístico, hay que hacer publicidad para que todo aquel que nunca ha entrado en una agencia y quiera hacerlo.

En cuanto al receptivo cada vez el turista da más importancia a comprar en agencias que den importancia a la sostenibilidad, a la economía circular y a todo lo que tenga que ver con la protección del medio ambiente, del mismo modo valoran que nuestras agencias sean competitivas no solo a precio y producto sino a estos mismos aspectos.

ENTREVISTA A

PEDRO FIOL

PRESIDENTE DE AVIBA

3 ¿Qué balance haces de 2023?

En cuanto a emisión podemos decir que ha sido un año de crecimiento, hemos recuperado un flujo constante de clientes y estamos llegando ya a niveles prepandemia. Para el receptivo hay que destacar el crecimiento en los dos mercados principales, alemán y británico, sin olvidar que el mercado polaco y francés también han destacado este año. Igualmente confirmar que en el MICE se espera llegar a niveles prepandemia puesto que desde octubre ha empezado muy bien.

4 Has sido elegido como presidente de AVIBA. ¿Qué objetivos te has marcado para esta nueva etapa?

Que seamos una asociación transversal y dual, que podamos acoger a emisores y receptivos, como así ya ha quedado reflejado en las últimas reuniones mantenidas al respecto. Actualmente somos unos 160 puntos de venta y ya estamos casi en la situación de prepandemia. Y por supuesto queremos darnos a conocer a todas aquellas agencias que no conocen de primera mano la importancia del asociacionismo.

5 ¿Crees que el asociacionismo juega un papel importante en el sector? ¿Por qué?

Por supuesto que juega un papel primordial, siempre es mejor ante entidades públicas y privadas presentarte con el respaldo de “iguales” en tu misma situación que ir como una empresa sola. Da igual si eres receptivo u emisor o si tienes una o varias oficinas, es muy importante la “sensación” de pertenencia a un grupo de piensa como tú que lo más importante es luchar por el sector, en nuestro caso las agencias de viajes.