

EDICIÓN
ESPECIAL

www.gaceta3.com

Gaceta3

Gaceta del Agente de Viajes y el asesor turístico



GRAN CANARIA
ACOGUE LAS

III JORNADAS TÉCNICAS DE CEAV



GRAN CANARIA ACOGE EL III CONGRESO-JORNADAS TÉCNICAS DE CEAV Y SE CONVIERTE EN EL CENTRO NEURÁLGICO DEL FUTURO DE LAS AGENCIAS DE VIAJES



La Confederación Española de Agencias de Viajes ha celebrado sus jornadas técnicas en Gran Canaria, un destino que se ha volcado con la llegada de más de 140 agentes de viajes que han puesto sus cinco sentidos en exprimir la isla y sacar de ella lo mejor para transmitírselo a sus clientes, siempre en un contexto de turismo de calidad.

Se puede afirmar que los 2 días de charlas, ponencias y coloquios se han desarrollado con éxito, ya no sólo por la buena acogida y asistencia, si no por el exquisito trato recibido desde el Cabildo de Gran Canaria y de su Patronato de Turismo.

Las jornadas comenzaron con una presentación del destino por parte de Pablo Llinares, Director gerente del patronato de Turismo de Gran Canaria. Una exposición que a parte de enseñar los encantos de la isla dejó claro que el turismo, el sector rey que mantiene su economía, ya que en el año 2013 batió récords de turistas con la llegada de 3.400.000 visitantes, incrementando un 16% los turistas internacionales y un 12% los nacionales.

Desde el Cabildo de Gran Canaria, su Presidente Juan Miguel Bravo de Laguna, destacó la figura del agente de viajes como "la llave fundamental para asesorar y traer a turistas a la Isla.

Cocktail de Bienvenida del Congreso CEAV

El casco viejo de la ciudad de Las Palmas y uno de sus locales de moda fueron el escenario de el cóctel de inauguración del ultimo Congreso de Ceav, celebrado hace unas semanas en el Hotel Santa Catalina de Gran Canaria.

Nuestras imágenes muestran algunas de los asistentes a este importante evento que congrego a muchos protagonistas de primer nivel del sector turístico español





Ignacio Soler, Director General de Viajes Carrefour destacó que el reto del Sector es recuperar la rentabilidad y al cliente y apostar por la tecnología



Juan Carlos Iglesias, Director Comercial de Amadeus España demostró sus dotes de moderador lidiando con una de las mesas con un tema de siempre rabiosa actualidad: "El Futuro de las Agencias de Viaje"



Fina Muñoz, Consejera Delegada de IAG7 se propuso el modelo de Integración de Agencias, una figura que nace en pro de mantener un estatus y hacerse más fuerte en el sector



Antonio García, Director General de AVASA, destacó el modelo de especialización de las agencias como un camino hacia la mejora. El cliente buscará un agente muy especializado y por ello hay que darle un nivel muy alto a la atención y el business.

Tras poder analizar teórica y presencialmente las novedades que ofrece la Isla de Gran Canaria a sus visitantes, CEAV concluye que es un destino turístico preferente y renovado, fácilmente comercializable por las agencias de viajes y que esta comercialización ayudará, sin duda, a incrementar las pernoctaciones y a incrementar la estacionalidad.

Por ello CEAV, recomienda, de manera muy calurosa, La Isla, como destino preferente para el mercado español, lo que, sin duda, añadirá, en un futuro inmediato, un incremento sustancial en el tráfico turístico.

Tras la presentación del destino, dieron comienzo las charlas y coloquios que profundizaron en la situación actual de las agencias.

Ponencias de diferentes expertos que sacaron a relucir un posible mejor camino a seguir por las

Agencias de viajes; su presente y su futuro y cuál debe ser la guía una vez superado el miedo escénico al gigante Internet.

La primera mesa de debate trató de los modelos de negocio de los agentes de viaje y el futuro de la distribución. Es evidente que se resaltó que el cliente que ahora se acerca a la agencia es un cliente mucho más informado, un consumidor que exige mucho más, es un cliente "multicanal" que se suma a los dos duros golpes fundamentales sufridos por las agencias;

La crisis y la evolución de Internet. De la debacle que la llegada de estos gigantes supuso a las agencias, desde IAG7 y en nombre de Fina Muñoz su Consejera Delegada, se propuso el modelo de Integración de Agencias, una figura que nace en pro de mantener un estatus y hacerse más fuerte en el sector, y que ha llevado a buscar alternativas solventes a agencias pequeñas.

Se hizo mucho hincapié en la importancia de recuperar la confianza perdida del cliente, ya que las agencias, al ser en tiempos pasados y al comienzo de la llegada de internet, menos competitivas en precios que sus competidores, sean proveedores con venta directa o agencias on line, perdieron la capacidad de competir a ese nivel y los precios subieron, alejando al cliente de la agencia.

Ese es, según Antonio García, Director General de AVASA, uno de los mayores retos en el panorama del agente. También habló de la especialización de las agencias como un camino hacia la mejora.

El cliente buscará un agente muy especializado y por ello hay que darle un nivel muy alto a la atención y business.

Por lo tanto, hay que buscar la rentabilidad de las agencias adaptándose a este cambio de

cliente multicanal, que recibe mucha información por diferentes vías, y que dependiendo de la edad, reclama una estrategia de marketing diferente y es con ello con lo que hay que llegar hasta el.

Capturar al cliente de 20 años al de 30 y al de 50, ya que entre estos tres perfiles la diferencia es abismal, no puedes hacer una campaña general de captación de clientes si no adaptada; vía redes sociales, y teléfonos móviles, televisión, periódicos.

Así lo afirmó Ignacio Soler, Director General de Viajes Carrefour. Soler también afirmó que el gran reto de las agencias es la rentabilidad, y que hay que volver a cautivar al cliente, además existe para ello un solo camino, la tecnología, pero siempre con una finalidad, redirigir al cliente de Internet a la agencia física.



EL MEJOR PROGRAMA
INFORMÁTICO DE GESTIÓN
COMERCIAL PARA AGENCIAS
DE VIAJES

S€PA
Single Euro Payments Area
Zona Única de Pagos en Euros

Adaptada a la nueva Zona Única de Pagos en Euros (SEPA), incluyendo herramientas para conversión de los Códigos de Cuenta Clientes (CCC) a IBAN, gestión SWIFT, soporte para los nuevos adeudos directos básicos y adeudos directos B2B y todas las utilidades necesarias para adaptar su agencia al nuevo modelo bancario que entra en vigor el 1 de febrero de 2014.



Envío de mensajes a móviles
desde las aplicaciones Orbis



Captura las reservas
de GDS y RENFE

AMADEUS

worldspan

Galileo
in Transport

Sabre
renfe

pipeline
Software
www.pipeline.es

Envío de
documentación
vía e-mail

Facturación
electrónica

Informes a
clientes desde
Internet



Captura datos de los sistemas de
reservas de las mayoristas de viajes

Hotelonline

Hotelplus

transHotel

keytel

HOTUSA

BaA
Bolsa de Aéreo

Rhodassol

G.S.M.
HOTELS

restel

SOLTOUR

MOBIL

BALEARIA

traveltool
agency

AKALIA

obreu

INNOWCE
INNOVATION

Aon taeds

AVV
com

www.aavv.com

Sistema integrado de
venta de seguros con todos los
productos de TAEDS



Concilia automáticamente las
liquidaciones de BSP a partir
del fichero PDF



Genera los ficheros
de integración de
AMEX y Diners Club

AMERICAN EXPRESS

Diners Club
INTERNATIONAL

C/ Estatuto, 6 A bajo - 12004 CASTELLON
Tlf.: (902) 10 19 44 - Fax: (902) 74 73 98 - castellon@pipeline.es
Delegación en Madrid - C/Linares, 14 Locales 2-3 - 28025 MADRID
Tlf.: (91) 542 28 88 - Fax: (91) 547 87 82 - madrid@pipeline.es



Otro de los momentos más esperados de los cuatro días de Jornadas fue la presentación de www.spain.info el canal “donde comienza tu viaje a España”

Un nuevo instrumento (que depende de la Secretaria de Estado de Turismo, en concreto de SEGITTUR) abierto para las agencias, que pueden incluir sus paquetes de actividades en este canal y que directamente un cliente que aún no ha salido de su país de origen, lo pueda comprar On-Line. España es el tercer destino turístico del mundo en visitantes y el segundo en ingresos.

El año pasado 60,7 millones de turistas visitaron nuestro país pernoctando, y casi cien millones nos visitaron pero no durmieron, cantidades que según Antonio López de Ávila, Presidente de Segittur, se deben gestionar desde las agencias de viajes y para cuyo espacio, spain.info ha nacido, aunque la controversia tam-

bién estuvo presente.

Las redes sociales ocuparon un papel importante en la jornada del sábado, uno de los grandes canales donde las agencias deben estar presentes.

Las conclusiones fueron claras; las agencias deben estar en las redes sociales, sí; las agencias van a sacar rentabilidad a esta presencia, probablemente no.

Desde Logitravel, Ovidio Andrés, Consejero Delegado, afirmó que es mucho mejor posicionarse en canales importantes y en el sitio adecuado, ya que una cosa es tener visibilidad que es lo que aportan las redes sociales, pero otra cosa es transnacionalidad.

No son un canal de venta, aunque quede claro que si hay que estar presentes. Afirma Ovidio que no se deben malgastar recursos económicos descabellados en

la presencia en las redes, porque no van a tener el feedback deseado. Hay que tener claro el startup y los fondos se deben dirigir allá donde se va a tener futuro, “Twitter no sirve para hacer negocio”.

La agencia de viajes debe dirigirse según Ovidio, a ofrecer la calidad perdida en las agencias, a mejorar la forma de presentar su producto, y a empezar a pensar en la Realidad Aumentada, para que los clientes visualicen su viaje de una manera que nadie más le pueda ofrecer, y elijan su servicio.

También quiso dejar claro el Consejero Delegado de Logitravel que “el gran enemigo del futuro es sin duda el proveedor que vende directamente sus productos on line, cosa que rompe totalmente las reglas del juego

”Desde el banco Sabadell, su delegado de comercio electrónico José Luis González Casellas, habló del fraude on line que sufren las agencias y comentó a los agentes que la atención y el sentido común a la hora de ver qué tipo de operación se ha hecho ayuda mucho “nadie compra un viaje de tres mil euros en dos minutos”.

La seguridad a la hora de comprar en Internet es el único camino de éxito por el agente que debe preocuparse, ya que los productos de su agencia deben de comercializarse siempre de manera segura en la red. Importante dijo Casellas, comenzar poco a poco y conociendo la tendencia de nuestro cliente. Primero abrirlo solo a clientes de siempre y luego a un público mayor.

Es un sistema delicado que, a su vez, aporta a las agencias ingresos, facilidad y, al final, competitividad.

En el segundo día de trabajo, la Confederación dejó claro que considera un éxito el trabajo realizado por su Grupo de trabajo sobre el IVA, en relación a los cambios que se van a producir en el **Régimen especial de las Agencias de Viajes, tras la sentencia de 26 de septiembre de 2013 del Tribunal de Justicia de la Unión Europea** y ello porque ha conseguido convencer a la Dirección General de Seguros de la necesidad de realizar el cambio normativo correspondiente de la mano del Sector; además, una vez se conozca el modelo definitivo cada empresa deberá realizar una valoración del impacto que tales cambios tendrán el modelo de negocio de la empresa y en sus sistemas de gestión (incluyendo los sistemas informáticos en que se soportan). David Gómez Aragón coordinador del Grupo realizó una brillante exposición al respecto de este tema.

CEAV, por su parte, centrará su atención en participar en el proceso de elaboración por la Comisión Europea de una nueva Propuesta de modernización y aplicación uniforme del REAV en toda la Unión Europea, y en el posterior proceso de su aprobación por el Consejo Europeo y el Parlamento Europeo, y ello a través de ECTAA y del Ministerio de Hacienda de nuestro Gobierno.

Igualmente, en cuanto a los posibles efectos de la **Propuesta de Revisión de la Directiva sobre la Mediación de Seguros en las Agencias de Viajes**, CEAV ha obtenido el apoyo de la Directora General de Seguros, Dña. Flavia Rodríguez Ponga Salamanca, en nuestra petición de excluir al Sector de las Agencias de Viajes de los requisitos que exige la propuesta de Directiva para la intermediación de seguros turísticos. En la misma participó Eva Blasco, Vicepresidenta de ECTAA y varios representantes del sector asegurador.

En la Presentación del informe de Resultado de la Encuesta realizada por Ajax, en colaboración con CEAV y UCAVE sobre la **sobre la implementación de una solución alternativa aseguradora a las garantías bancarias de IATA**, por parte de José Luis Muñoz, en la que han participado 200 Agencias de Viajes, se vio claramente un importante interés por parte de la Industria y se dejaron claras

las ventajas que el mismo puede tener de cara a las Aerolíneas, que tendrían en todo momento su riesgo cubierto, y de cara a las Agencias, tanto en cuanto operativo como en cuanto a responsabilidades. Estando pendiente, únicamente, fijar la prima de la póliza.

Por último, destacar que el carácter global del producto de Spaincares, como señaló su Secretario General, Carlos Rus, ofrece además del tratamiento médico otros muchos servicios turísticos y complementarios, hace esencial la participación de las agencias de viajes para organizar y estructurar las demandas de los pacientes. Además, las agencias pueden crear sus propios paquetes turísticos en colaboración con el resto de miembros de Spaincares.

El programa albergó numerosas horas de debate y coloquio propuestas por grandes conocedores del sector turístico y de las agencias de viajes, de las que los asistentes salen reforzados, con nuevas ideas, energía y aires renovados, uno de los objetivos primordiales de las III Jornadas técnicas de CEAV, que ya piensan en el futuro.

