

# XXII Congreso de la FEAAV

*El futuro de las agencias de viajes y su capacidad para adaptarse al futuro y en especial como receptoras de turismo cultural, creando paquetes turísticos*



*Inauguración Oficial del Congreso*

**F**EAAV celebró del 15 al 19 del pasado noviembre en la ciudad tunecina de Tozeur, su XXII Congreso con un amplio programa y al que asistieron más de 260 agentes, desplazados hasta esta ciudad en dos aviones de la compañía Tunisair, que como transportista oficial fletó dos vuelos charter desde Madrid.

Uno de los objetivos de este congreso y con la colaboración del turismo tunecino y la compañía aérea Tunisair era facilitar a los agentes, el conocimiento de nuevo destinos, diferentes

formas de enfocarlos y las nuevas tendencias emergentes en el mercado.

Para ello el congreso ha servido para descubrir por los congresistas Tozeur, mágica región de oasis, desiertos y espejismos, y sus enclaves idóneos para adentrarse en el Gran Sur, lleno de posibilidades y excitantes emociones.

En el acto inaugural del congreso el ministro de Turismo de Túnez, **Khelil Lajfmi**, destacó que su país se está convirtiendo en un destino cada vez más apreciado por los españoles y

señaló el esfuerzo que Túnez está realizando para conseguir que la cifra de españoles que les visitan siga creciendo en el futuro. Hizo hincapié en la formación profesional y la mejora de las instalaciones hoteleras destacando que se están llevando a cabo un sistema de clasificación hotelero, en busca de un aumento del nivel de las instalaciones y una homogeneización con los sistemas internacionales.

**Jesús Martínez Millán**, agradeció al ministro la hospitalidad de las instituciones tunecinas y el total apoyo y colaboración para celebrar el congreso por segunda vez en Túnez.

*De izda. a dcha.: Carlos Abella, Matilde Torres, Carmen Barroso y Jesús Martínez Millán, durante las ponencias*



## Sesiones de trabajo

Comenzaron las sesiones con la presentación de Túnez, de la región de Tozeur y de Tunisair. **Ferid Fetni**, director de Marketing del Turismo de Túnez (fue durante varios años director de la Oficina de Turismo de su país en Madrid) hizo una sucinta relación de la oferta turística tunecina, sus infraestructuras, las actividades de la región y su capacidad hotelera. Indicó que de los 1.300.000 visitantes llegados a la región solo 140.000 han sido españoles, lo que hace que España sea el quinto país en llegadas y el propósito en que esta cifra alcance los 400.000 españoles. También destacó **Ferid Fetni**, la expansión hotelera, sobre todo la incorporación de los hoteles con encanto y el desarrollo de la talasoterapia y, especialmente la formación pro-



**Jesús Martínez Millán, presidente de FEAAV**



**Arriba: Khelil Lajfmi, ministro de Turismo de Túnez**



**Abajo: Hassine Zonaghaj, director para España de Tunisair**



**Matilde Torres, vicepresidenta de FEAAV, durante su intervención**

fesional del sector. Desarrollar el turismo de congresos y convenciones, y una preocupación por los servicios anejos.

El director de Tunisair en España, Hassine Zonaghaj, hizo un resumen de los principales hitos de la compañía, desde su fundación en 1948 y destacó que España es el cuarto mercado para la compañía, después de Francia, Alemania e Italia. En 2006 transportó cerca de 190.000 pasajeros entre España y Túnez. Un 70% de la actividad en el mercado español es turístico, y su cuota de mercado está por encima del 60%, la compañía tiene código compartido con Air Europa. Tunisair está presente en 36 países, operando en más de 100 aeropuertos internacionales. Actualmente están desarrollando la red de Oriente Medio y África y la generalización del billete electrónico. -TAT publicará próximamente un amplio reportaje sobre la evolución de la compañía.-

El presidente de FEAAV, **Jesús Martínez Millán** antes de comenzar la ponencia "*Creación de Nuevos Productos Turísticos*" tomó la palabra para aconsejar que "el turismo emisor español tienen que aprovechar las excelentes condiciones del turismo tunecino" y así mismo reclamó que se respete la exclusividad de los agentes de viajes en la venta de paquetes turísticos ya que constituye una garantía para los clientes.

**Matilde Torres**, vicepresidenta de FEAAV, en su ponencia "*Mirando al futuro*" explicó que el turismo tiene que afrontar su evolución con nuevas pers-

pectivas y hallar la fórmula de convertir las agencias emisoras en receptoras, aprovechando la oportunidad de comercializar productos en destinos de interior entre los turistas que llegan a las grandes ciudades. España es una gran potencia en recursos culturales y artísticos, pero carece en buena medida de paquetes organizados que pongan estas opciones al alcance del visitante.

La ponencia "*Creación de productos y paquetes turísticos del modelo turístico español: su mejora en calidad y variedad*", fue presentada por **Carmen Barroso**, jefa de Dinamización del producto Turístico de Turespaña, ya que Gloria Barba, subdirectora general de Calidad e Innovación Turística, no pudo asistir por compromisos de su cargo.

**Carmen Barroso** trató sobre "*Políticas públicas de apoyo a la creación del producto turístico*". Presentó el organigrama de Turespaña y de la Subdirección general de Calidad e Innovación Turística, y habló de los nuevos productos: Turismo Activo, Planes de Dinamización, Rutas de Vinos y otros. Dijo que los Planes de Dinamización se dirijan así mismo hacia un producto

turístico (unir destino con producto concreto) en el que intervienen, el producto, bienes y servicios e infraestructuras. Se han aprobado 333 planes con una inversión de más de 686 millones de euros.

Otro tema tratado por Barroso fue las Estaciones Náuticas, que están integradas por 22 estaciones, siendo un producto diferenciado del de sol y playa. El turismo activo y de naturaleza se ha incrementado últimamente, con paquetes de ecoturismo. Terminó refiriéndose al plan 2020, recientemente aprobado.

**Carlos Abella**, director general de Segitur, trató de las cifras conseguidas por la plataforma de apoyo a la comercialización de paquetes turísticos propios de las agencias de viaje, a través del portal [www.spain.info.es](http://www.spain.info.es) que ha conseguido más de 21 millones de visitas recibidos de enero a septiembre del pasado año.

Segitur ofrece su portal a las agencias de viaje para que en sus páginas puedan ofrecer sus ofertas o paquetes, que pueden ser incluidas en las páginas que crean que son de interés la oferta de sus productos. Existen 14 portales en producción en el mundo, que son páginas diferentes para cada mercado en relación a sus necesidades. Indico, que se han puesto en marcha varias formas de ayudar al sector a comercializar: circuitos culturales y visitas guiadas, así como "Conocer España a través de rutas gastronómicas" y anunció un nuevo programa denominado "Privilege Spain", que el próximo año será operativo.

Tanto la ponencia de Carmen Barroso como la de Carlos Abella, no fueron bien acogidas por los agentes asistentes ya que estos consideraban que tanto Turespaña como Segitur están ejerciendo una competencia desleal hacia el sector. Ambos ponentes explicaron la gran ventaja para los agentes que supone poder utilizar la información ofrecida y valoraron sobre todo la magnífica herramienta puesta disposición de ellos.

El debate fue apasionado y los agentes no quedaron conforme con las explicaciones pues creen que puede ser negativo si es utilizado directamente por el público, para realizar su desplazamientos directamente.

Para finalizar las sesiones de trabajo se realizó una mesa redonda, comenzando con el debate "Mirando hacia el futuro" presentado por **Eugenio de Quesada**, presidente del Grupo Nexo,



Mesa redonda

que comenzó con una ponencia con el título "56 preguntas sobre internet" y contestándolas con los datos pertinentes como saber que parte de las ventas se hacen por internet; quienes intervienen; que debe de ofrecer el buscador al agente de viajes...

La mesa contó con **Jesús Martínez Millán** y **Matilde Torres** (FEAAV); **Carmen Barroso** (Sec. Gral. De Turismo); **Carlos Abella** (Segitur), **Javier Gallego** (IATA); **Javier Alonso** (Iberia); **Ramón Sánchez** (Amadeus España); **Ivan Sempere** (Galileo by Travelport), **Hassine Zonaghai** (Tunisair) y como moderador **Eugenio de Quesada** (Grupo Nexo).

**Javier Alonso** indicó que su compañía está planteándose la devolución de los avales exigidos a las agencias porque ya no tienen razón de ser. Así mismo dijo que el 24% de los billetes que se venden por Internet es a través de las dos agencias virtuales, líderes en el sector.

**Ramón Sánchez** aclaró que los costes han bajado en los últimos años y que las ventas en el mercado español son más baratas que en el resto de Europa. Creo que el incre-



Los congresista volaron con Tunisair

mento en las ventas on-line no ha sido tan rápido como se esperaba. **Ivan Sempere** opinó que internet es una revolución y señaló que en España no lo es debidamente porque las comunicaciones no son buenas.

**Matilde Torres** cree que los valores añadidos que ofrecía IATA están desapareciendo y se preguntó por qué, al existir el e-ticket, no se ofrece la tarjeta de crédito del cliente para efectuar el pago. Opina que IATA debe ofrecer otros valores y se pregunta también qué valores añadidos van a dar los GDS.

Se clausuró oficialmente el congreso con un coctel seguido de cena de gala en la "Jaima Caidal" del Hotel Sofitel Palm Beach, ofrecida por Tunisair...

**Antonio Florez**

## Conclusiones del XXII de la FEAAV

**1** Recomendar, de manera muy calurosa, Túnez, y especialmente Tozeur, como destino preferente para el mercado español lo que, sin duda, añadirá, en un futuro inmediato, un incremento sustancial en el tráfico turístico entre ambos Países.

**2** Hemos planteado como arma imprescindible para impulsar definitivamente el mercado español hacia Tozeur la implantación de vuelos directos Madrid Tozeur.

**3** También se han puesto de manifiesto las posibilidades que tienen las Agencias de Viajes Españolas para posicionarse como creadoras y comercializadoras de paquetes turísticos, de manera que la mayor parte de ellas puedan ejercer no sólo como Agencias emisoras sino también receptoras de turismo.

FEAAV, de manera inmediata, iniciara conversaciones con la Secretaria General de Turismo con el fin de incorporar esos productos propios de las Agencias de Viajes a los planes de Dinamización y Marketing de la

Secretaría, así como con Spain.info, a través de SEGITUR con el fin de divulgar los indudables beneficios que esta plataforma puede aportar a nuestras Agencias a través del desarrollo del importante Acuerdo firmado entre FEAAV y SEGITUR.

Al mismo tiempo esta Federación y sus Asociaciones en su correspondiente ámbito territorial vigilarán que en ningún caso se dé cabida a la competencia desleal para las Agencias de Viajes, respetando, por tanto su exclusividad legal en la comercialización de paquetes.

**4** FEAAV, en nombre de las Agencias de Viajes Españolas, en tanto "partners" imprescindibles, requieren a los GDS, para que incluyan toda la oferta aérea existente y que aporten valor adicional respecto a los buscadores de Internet, además de la optimización de sus utilidades que los nuevos desarrollos posibilitan.

**5** FEMV propiciara con rigor vías alternativas al sistema BSP con el fin de eliminar la rigidez, los costes e incluso perjuicios que esta entidad conlleva.

**6** FEMV exige a IBERIA y a las demás compañías aéreas, la reducción al máximo o eliminación total del coste añadido que tienen las reservas en sus web cuando se realizan a través de GDS.

También les exigimos percibir comisiones por cualquier concepto que no sean tasas, salvaguardando las peculiaridades del tráfico aéreo entre la Península y las Islas Canarias y las Islas Baleares y las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

**7** FEAAV profundizará el estudio de los pros y contras de los buscadores y metabuscadores en internet, con el fin de su optimización a favor de las Agencias de Viajes.