

■ CLAVES

Las personas son el futuro

EL AGENTE DE viajes necesita herramientas que le permitan ofrecer al viajero una experiencia completamente satisfactoria. Me llamarán loco, pero soy de los que pienso que las personas son el futuro. ¿En quién voy a confiar?

El agente hoy tiene que posicionarse como un compañero de viaje frente al DIY que se ha convertido Internet, tiene que saber entender las necesidades de su cliente y seleccionar entre un millón de posibilidades las mejores alternativas para hacer un viaje perfecto.



☞ DANIEL ORDAX

El agente de viajes debe ser una persona capaz de entender e interpretar lo que cada cliente necesita, hay que darle soluciones para que pueda gestionarlo de forma rápida y cómoda.

En este sentido, considero que los cortos desplazamientos son una clave fundamental para el éxito del viaje, por eso es fundamental poder gestionar correctamente como nuestro cliente va a desplazarse desde su casa u oficina hasta el aeropuerto (estación o puerto), como va a desplazarse hasta el hotel y como va a hacer la misma operación de regreso, ojo teniendo en cuenta que mi destino es volver a mi casa.

En la actualidad, tan solo algunos agentes se están preocupando de esos cortos desplazamientos que son el inicio y final real del viaje.

Soluciones como Icarous ofrecen al agente herramientas para resolver este problema del viajero, aportando un valor añadido al servicio de la agencia.

En Icarous consideramos que la mejor forma de ir a la terminal de partida del viaje es en el propio vehículo (en tu espacio, a tu ritmo, con tu música...) ofreciéndole a la agencia todas las opciones de aparcamiento, desde el parking oficial de Aena o los servicios de parking privados low cost, hasta los servicios de aparcacoches y parking Vip, todo supervisado y evaluado de forma continua para ofrecerle a la agencia el mejor producto para sus clientes. Actualmente trabajamos con más de 9.000 agencias de viajes, con todas las principales empresas de viajes, los grupos de gestión y muchísimas agencias independientes ayudando a que el viaje empiece y termine en casa.

☞ Daniel Ordax es director de Desarrollo de Negocio de Icarous.

Los gobiernos, las organizaciones internacionales y financieras y el sector privado deben dar prioridad al crecimiento inclusivo y ecológico en el Turismo y apoyar las inversiones', explica el director Regional para Europa continental de la Oficina de Turismo de Jamaica

TRIBUNA



☞ GREGORY SHERINGTON

Trabajando para un Turismo mejor

QUÉ SIGNIFICA LA sostenibilidad en el Turismo? ¿Es solo una forma de hablar del medio ambiente que debemos proteger y preservar? ¿De una forma de vida? ¿De cómo respetar otras culturas y gentes?

Hay pocas dudas acerca del gran potencial que tiene el Turismo como un importante propulsor de la creación de empleo y fuerza motora del crecimiento económico y el desarrollo. De hecho, esto es especialmente cierto para aquellos países que dependen del Turismo, tales como Jamaica y el resto de las naciones del Caribe. Durante los primeros ocho meses de 2017, es decir, desde enero hasta agosto, hubo un aumento del 6,9% de llegadas a Jamaica en comparación con el mismo período de 2016.

La sostenibilidad trata de tantas cosas más aparte de la ecología, aunque también la incluye, que toda una conferencia de la OMT, que tuvo lugar en Montego Bay, Jamaica, a finales de noviembre, debatió la necesidad de que el Turismo sea justo en el entorno laboral bajo el título 'Trabajo y crecimiento inclusivo: asociaciones para un Turismo sostenible'.

Globalmente, uno de cada diez trabajos está generado por el Sector Turístico, lo que hizo un total de 292 millones en 2016. En Jamaica, los viajes y el Turismo han contribuido con 4,5 mil millones de dólares al PIB del año pasado, lo que se traduce en un 30%, mucho más que el impacto de cualquier otro de los sectores del país. Eso significa que el empleo es clave para cualquier involucrado en el ciclo turístico, desde el destino que vende sus productos al turista que disfruta de ellos. El empleado de las industrias adjuntas al Turismo no sólo trabaja para uno de los sectores más productivos del mundo sino que también es responsable de la imagen de dicho sector. Es el primer representante del destino con el que se va a encontrar el viajero, y eso hace que sobre él recaiga mucha responsabilidad.

Igualmente, el Sector Turístico ha de ser responsable con su trabajador, respetuoso hacia él o ella, y hacia el entorno, protegiendo sus empleos y estilo de vida, siempre intentando formar parte del desarrollo y de las buenas elecciones de los destinos sin destrozar o arriesgar ningún estilo de vida.

El Director Senior de Servicios Técnicos en el Ministerio de Turismo, David Dobson, declaró en una

conferencia sobre el Diálogo por el Desarrollo organizada por el Planning Institute de Jamaica (PIOJ) que el 'Turismo responsable', es decir, el Turismo que evalúa su impacto global en la economía, el medio ambiente y la sociedad para asegurarse de

dan importancia a viajar por el mundo para adquirir experiencias y están más predispuestos que las anteriores generaciones a tener trabajos en los que haya que desplazarse constantemente. Las fronteras no son tan importantes como el hecho de cuidar de los

llo turístico a través de mecanismos financieros internacionales.

— Los gobiernos, las organizaciones internacionales y financieras y el sector privado deben dar prioridad al crecimiento inclusivo y ecológico en el Turismo y apoyar las inversiones en infraestructuras y tecnologías que ayuden a mejorar la eficiencia de los recursos. Deben cooperar en la preparación de posibles crisis, gestionando capacidades a la vez que integran el Turismo en las estructuras que se ponen en marcha en casos de emergencias. Es clave promocionar el desarrollo de modelos innovadores que integren a las comunidades, creando trabajos decentes y eliminando barreras entre comunidades y desarrolladores turísticos, y avanzar en la recolección y análisis de datos para medir el impacto completo a nivel nacional y local, en línea con la Iniciativa de Medición del Turismo Sostenible de la OMT y el trabajo de su observatorio.

— El sector educativo debe unirse a los grupos anteriores en la investigación en Turismo y los Objetivos del Desarrollo Sostenible, creando recomendaciones sobre las mejores estrategias, incluyendo la consecución de la financiación necesaria. Se deben apoyar programas que promuevan la educación, la construcción de capacidades y el desarrollo de habilidades relacionadas con la innovación y la tecnología que creen trabajos decentes y oportunidades de emprender.

— Los gobiernos de los estados del Caribe deben apoyar el desarrollo de una "economía azul" que considere las especificaciones y vulnerabilidades de los estados insulares en términos de recursos naturales. Se trabajará de forma conjunta para avanzar la integración regional a través del Turismo multidesestino y se apoyará la creación de un Centro Global de Recuperación Turística en el Caribe, para asistir a las regiones en caso de crisis que impacten directamente en el Turismo y sus economías.

De acuerdo con la presidenta del World Travel & Tourism Council, Gloria Guevara, y como demuestra la masiva conferencia de Montego Bay, cuidar de los destinos debería ser fundamental, ya que sin todas estas cosas no habría nada que visitar.

Lo que quiere decir que la sostenibilidad no es una opción en esta industria, sino un paso esencial a dar para seguir teniendo Turismo.

☞ Gregory Sherington es director Regional para Europa continental de la Oficina de Turismo de Jamaica.



que el sector sigue siendo sostenible y relevante, serviría para minimizar las marcas negativas en el medio ambiente a la que vez que crearía un mayor beneficio económico para los

habitantes locales, mejorando el bienestar de las comunidades que acojan al sector. También mencionó a los mileniales como esa generación joven a la que hay que atraer con experiencias y aventuras.

Precisamente, Realty Mogul publicó

en septiembre los resultados de una encuesta en la que el 47% de las personas de entre 18 y 34 años declaraban preferir gastar su dinero en viajes antes que hacerlo en comprar una casa, algo considerado como una necesidad básica no hace tanto tiempo.

En 10 años, esa generación también constituirá un 75% de la mano de obra global. De acuerdo con la Encuesta Deloitte Millennial 2017, sienten que en y a través del trabajo serán capaces de tener un buen impacto en la gente. Las oportunidades de involucrarse en "buenas causas" a nivel local, y en compañías, le proporcionan a dicha generación un mayor sentimiento de influencia. Eso se extiende al Turismo, un gran mercado para los millennials como consumidores pero también como empleados. Le

La sostenibilidad no es una opción en esta industria, sino un paso esencial a dar para seguir teniendo Turismo

Cuidar los destinos debería ser fundamental, ya que sin todas estas cosas no habría nada que visitar