

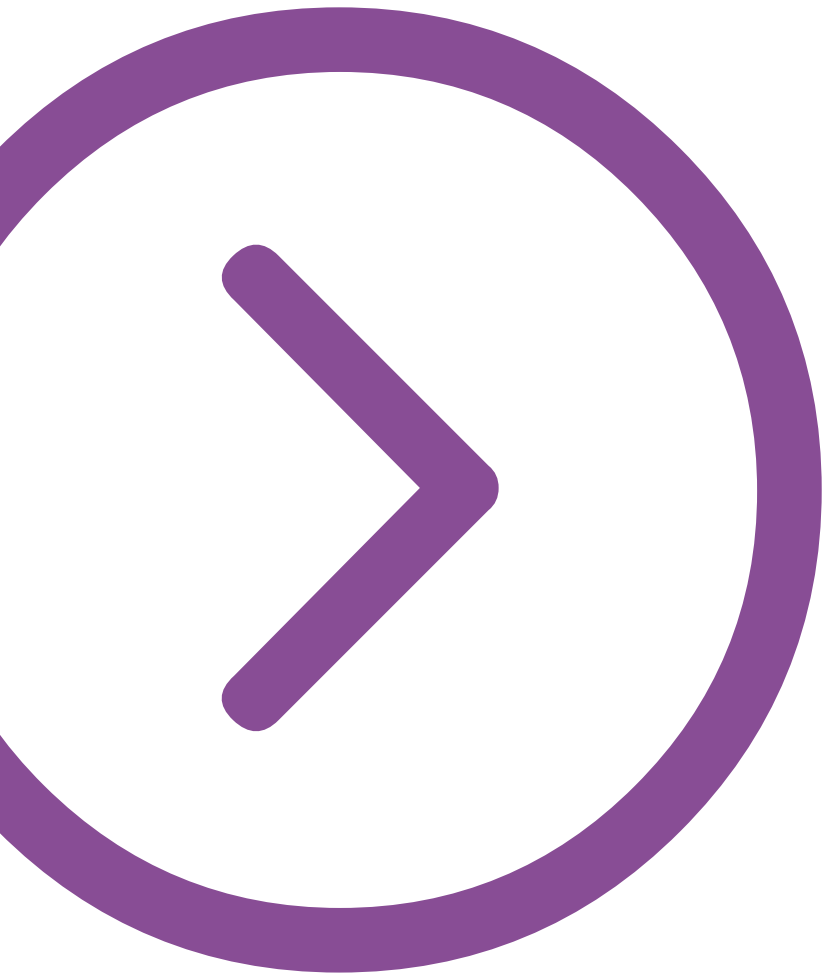
TOURISM NOW



**CONGRESO
MUNDIAL DE SKÅL
INTERNATIONAL
2022**

**CROACIA
TOTALMENTE
PREPARADA**

 **SKÅL**
INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally



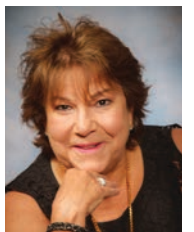
EDITORA

Annette Cardenas

Directora de Skål International
Relaciones Públicas, Comunicaciones, Redes Sociales
annettecardenas55@yahoo.com

Skål International

Edificio España | Avda. Palma de Mallorca 15, 1º
29620 Torremolinos | Málaga, Spain
+34 952 389 111 | communication@skal.org



#TOURISMNOW287 CONTENIDOS

EDITORIAL

MENSAJE DE LA EDITORA DE
#TOURISMNOW.

➤ Página 4.

CONOCE SKÅL INTERNATIONAL

FLORIN TANCU: SKÅLEGA EJEMPLAR. EL
MES DEL TURISMO, UN IMPULSO PARA EL
CAMBIO.

➤ Página 6.

CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL 2022

TEMÁTICA #TOURISMNOW287

RIJEKA Y OPATIJA, EN LA REGIÓN CROATA DE
KVARNER, ESTÁN PREPARADOS PARA ACOGER EL
CONGRESO ANUAL DE SKÅL INTERNATIONAL.

➤ Página 11.

CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR

ROGER DOW, EX PRESIDENTE Y CEO DE U.S.
TRAVEL ASSOCIATION.

➤ Página 15.

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL DE TURISMO
SOSTENIBLE 2022. ARTÍCULO DE BIOSPHERE
SOBRE INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD PARA
EL TURISMO.

➤ Página 20.

EVENTOS DEL SECTOR

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO, CONCURSO
DE FOTOGRAFÍA Y ÚLTIMAS NOTICIAS
SOBRE FERIAS DEL SECTOR.

➤ Página 25.





ANNETTE CARDENAS
Directora de Skål International

EDI TOR IAL

DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

La definición de turismo es: “*Las actividades de las personas que viajan y permanecen en lugares fuera de su entorno habitual con fines de ocio, negocios u otros fines durante no más de un año consecutivo*”.

Al celebrar este mes el **Día Mundial del Turismo** es importante reflexionar sobre el alcance y el impacto que esta industria tiene en las economías, la cultura, la educación, la amistad y muchas otras actividades, y cómo éstas mejoran el estilo de vida y las economías de muchas personas y empresas.

Me gustaría extender un brindis Skål a todos nuestros compañeros Skålegas de todo el mundo que día tras día trabajan duro para hacer que nuestra industria sea más grande, más fuerte y un pilar de sus comunidades generando empleo, ofreciendo opciones innovadoras a los viajeros de hoy y promoviendo el intercambio de culturas entre viajeros y locales.

Es un orgullo ser miembro de Skål International, la mayor organización de turismo fundada en 1934 que reúne a todos los sectores de la industria del turismo representados en 84 países con más de 12.500 miembros.

Skål!



ANNETTE CARDENAS
Directora de Skål International

FELIZ DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Es un honor conmemorar un día en el que todos nuestros miembros y colegas puedan celebrar juntos nuestra dinámica industria.

El tema del Día Mundial del Turismo de este año de Repensar el Turismo permite y recomienda que replanteemos nuestra forma de pensar en relación con la forma en que hemos operado en los últimos años.

También combina perfectamente con nuestro tema 2022 de **Rememorar. Renovar. Reunir**, del que hablé en muchas ocasiones este año. También enfatiza que, como la organización de viajes y turismo más grande del mundo, hemos identificado y reconocido que no hay otro camino hacia el éxito que repensar y reajustar nuestra estrategia y cómo observamos nuestra industria y nuestra organización para las generaciones futuras.

Skål International, con 88 años potenciando nuestra red de contactos para la promoción de viajes y turismo en todo el mundo, se encuentra en una

posición de poder cuando se trata de ideas innovadoras, el conocimiento experto de la industria y ser un activador del cambio y la acción en nuestra industria.

Irónicamente, las palabras en ambos temas incorporan las letras RE en cada palabra y todas son verbos o 'palabras de acción'. Repensar es un verbo transitivo que simboliza que todos estamos en tránsito de una mentalidad a otra.

Aunque tenemos un día oficial al año para crear conciencia sobre el papel del turismo dentro de la comunidad internacional y demostrar cómo afecta los valores sociales, culturales, políticos y económicos en todo el mundo; este día también nos permite ver el día como un catalizador para el cambio a largo plazo y 'Repensar' con intención y propósito.

El Mes del Turismo en septiembre también permite a nuestros miembros de Skål International comenzar a plantar 'nuevos brotes de pensamiento' y cultivarlos en las próximas semanas para ser polinizados y compartidos con nuestros

compañeros miembros cuando nos reunamos en Croacia en octubre.

Ya estaremos haciendo algo diferente este año cuando nos reunamos en persona en nuestro Congreso Mundial en Croacia después de un paréntesis de 2 años, así que **permitamos que nuestros pensamientos se RE-energicen, las relaciones se REafirmen, y nos daremos cuenta de la organización extraordinaria a la que pertenecemos.**

Ahora déjame preguntarte; ¿Estás listo para Repensar?

¡Feliz Día Mundial Del Turismo, y espero veros a todos/as en Opatija , Croacia!



BURCIN TURKKAN

Presidenta de Skål International

VÍDEO DEL MENSAJE DE BURCIN TURKKAN, PRESIDENTA DE SKÅL INTERNATIONAL, POR EL DÍA MUNDIAL DEL TURISMO



Happy
#WORLD
TOURISM
DAY

*Feliz día Mundial del turismo
Bonne Journée Mondiale du tourisme*

SKÅL
INTERNATIONAL
Connecting Tourism Globally



CONOCE O
SKÅL
INTERNATIONAL

SKÅLEGA EJEMPLAR

**FLORIN TANCU**

Presidente de Skål International Bucharest
(Rumanía)

COMO MIEMBRO FUNDADOR DE SKÅL INTERNATIONAL BUCHAREST, COMPRENDÍ DESDE EL PRINCIPIO EL VERDADERO CONCEPTO DE “HACER NEGOCIOS ENTRE AMIGOS” Y ESTO NO ES SÓLO UN LEMA, SINO TAMBIÉN UNA FORMA DE BUSCAR NUEVOS CAMINOS.

En todos estos años, la construcción de una red de confianza entre la red de Skål International se ha convertido en una forma de vida habitual. Y animo a todos los miembros de Skål International a que se pongan en contacto con los miembros de toda su región y más allá. Así podremos ver el verdadero poder de una organización como Skål International.

Mi vida profesional se basa en la construcción, la innovación y el desarrollo. Construir mis propios negocios en la hostelería, y en otras áreas, me ha permitido estar en contacto con gente maravillosa, de la que estoy aprendiendo constantemente.

A nivel local, Skål International Bucharest es una de las organizaciones más activas en el ámbito del turismo, siendo miembro de la Junta de Turismo de Bucarest, APT (Alianza para el Turismo), una de las representaciones locales más prestigiosas. Nuestra iniciativa más importante se llama '**Hospitality Carriage**', un programa en el que todos los miembros locales hablan cada mes con estudiantes, compartiendo con ellos la vida real del sector turístico y sus retos. Skål International Bucharest participa activamente en todos los eventos locales importantes y, sin duda, podemos afirmar que es el lugar perfecto donde todas las iniciativas pueden hacerse realidad.

En cuanto a la interacción internacional, **Skål International ofrece la posibilidad de conectar con muchas iniciativas y amigos**, lo que permite hacer negocios a través de la red. En los últimos dos meses, especialmente en la época de la pandemia, hemos tenido la posibilidad de participar en muchos talleres y reuniones online con un gran impacto en nuestra actividad profesional.

Pero el sentimiento más importante de pertenencia despuntó este año cuando toda la red participó en el esfuerzo común de unirse a nuestro programa de ayuda al pueblo ucraniano que llegó a Bucarest. Junto con nuestros colegas de Skål International Salzburg, así como con



todos los demás que donaron importantes fondos, tanto individuales como procedentes de los clubs, conseguimos aliviar el sufrimiento del pueblo ucraniano. En el marco de los programas, conseguimos asegurar el transporte de las familias ucranianas a Salzburgo, organizamos los traslados de los refugios al aeropuerto y a la estación de tren para estos refugiados, aseguramos las comidas diarias e instalaciones para dormir y conseguimos dotar 12 clases en un instituto dedicado a los jóvenes ucranianos. Además, en colaboración con nuestros colegas de Bucarest, conseguimos acoger durante un fin de semana a 40 estudiantes en la costa del Mar Negro.

Aprovecho esta oportunidad para **agradecer de nuevo a todos los miembros de Skål International la participación en este esfuerzo**, haciéndonos sentir orgullosos de ser miembros.

Gracias, Skål International, por toda la implicación y el compromiso.

SKÅLEGA
 EJEMPLAR

EL MES DEL TURISMO, UN IMPULSO PARA EL CAMBIO



LAVONNE WITTMANN

Presidenta de Skål International 2019

SEPTIEMBRE, NUESTRO ÚNICO MES CONMEMORATIVO DEL AÑO PARA CELEBRAR EL TURISMO, ES IRÓNICAMENTE TAMBIÉN EL MES DEL AÑO EN EL QUE CAMBIAN LAS ESTACIONES, TANTO EN EL HEMISFERIO NORTE COMO EN EL SUR... PARA NOSOTROS, EN EL HEMISFERIO SUR, ES EL COMIENZO DE NUESTRA PRIMAVERA Y PARA LOS MIEMBROS DEL HEMISFERIO NORTE ES EL PERIODO DE TRANSICIÓN, DESPUÉS DE UN EXCITANTE VERANO, A UN ACOGEDOR PERIODO INVERNAL.

Cuando queremos conmemorar un acontecimiento, un día especial, una celebración o una persona especial, siempre se nota un cambio de mentalidad, una apertura a la hora de expresar la gratitud, una disposición a 'ver las cosas de otra manera' y a abrazar una oportunidad de cambio. Tus pensamientos y acciones están enfocados y en alerta máxima. Visualizamos el cambio y nos movemos hacia él.

¿Qué eficacia tendríamos si pudiéramos "embotellar" estos pensamientos y sentimientos durante este periodo de transición y abrir esta botella cada mes del año? Nuestras mentes estarían definitivamente dispuestas a cambiar de acuerdo con nuestro mundo en rápido movimiento y serían capaces de atraer a aquellas personas que quieran seguirnos.

Todos sabemos que **nuestro sector es la encarnación de la resiliencia, la diversidad y la adaptación al cambio constante**, pero seguimos teniendo ese miedo al cambio porque nos asusta perder la historia del pasado y lo que conocemos. Debemos aprender a

prever el éxito que puede traer el cambio y avanzar hacia él con un enfoque intencionado. En otras palabras, vistámonos para el lugar al que vamos y no para el lugar en el que hemos estado, al igual que hacemos un cambio de vestuario entre temporadas.

La captación y retención de socios sólo se producirá si escuchamos a nuestros miembros, que nos dicen hacia dónde ir. Tenemos que saber qué valores busca la membresía y luego crear el valor en el que se sentirán felices y cómodos para operar. El compromiso de los miembros es la clave de nuestro éxito y existe una correlación definitiva entre el compromiso de éstos y el éxito de una organización.

La nueva generación y los nativos de la Industria 4.0, serán nuestro nuevo viajero, nuevo miembro, nuevo propietario turístico, nuevo líder turístico... y tenemos que atender sus necesidades, aunque sean diferentes a las nuestras.

Incluso en la nueva Industria 4.0, la automatización es clave, pero las relaciones beneficiosas serán la

fuerza que nos haga salir adelante y este sería el punto de venta único para que esta nueva generación se una a nuestra organización y, sobre todo, si se satisfacen todas sus demás necesidades.

La Generación Z (los nacidos entre 1996 y 2012) tiene actualmente 25 años o menos, y liderará la recuperación de los viajes en África y en otros lugares, basándose solo en el tamaño de la población, según las cifras de un informe de la Comisión Europea de Viajes 2020.

Todos debemos tener un sentido de urgencia para dar prioridad al planeta, ya que hay una mayor demanda de transparencia. Colin Bell, cofundador de Natural Selection Safaris, declaró que es vital que los proveedores de viajes empiecen a separar los costes de la comunidad y de la conservación de los costes relacionados con la experiencia, como el alojamiento, ya que esto ayuda a los viajeros a entender lo que están pagando por su propia experiencia y cuánto están devolviendo a las comunidades.

Nuestra nueva generación/ viajero exige tecnología punta y una oferta de viajes personalizada y cuidada, más que ninguna otra generación, y muestra un gran interés por temas como la diversidad, la sostenibilidad y el empoderamiento personal, a la vez que es sensible al impacto que tiene en este mundo.

El desarrollo de productos tendría que cambiar y atraer a estos nuevos viajeros que buscan retiros pacíficos y reparadores que beneficien su bienestar mental y físico personal.

No toleran la injusticia social y son menos propensos a reservar con empresas que parecen no compartir su visión del mundo. Con su tendencia a la autenticidad, las campañas de marketing de productos y viajes tendrán que modificarse, ya que exigen experiencias reales.

Aunque la tecnología ocupa un lugar destacado en la agenda del

futuro, no puede acabar con la eficacia de una historia personal, una sonrisa y una relación. Todos somos los diseñadores de nuestro futuro, así que trabajemos desde el futuro hacia el presente y no desde el pasado hacia el presente.



**TODOS DEBEMOS
TENER UN SENTIDO
DE URGENCIA
PARA DAR
PRIORIDAD AL
PLANETA, YA QUE
HAY UNA MAYOR
DEMANDA DE
TRANSPARENCIA.**

Estoy segura de que todos no queremos ver cómo nuestra industria u organización decaen, se vuelven arcaicas o, lo que es peor, no abrazan el cambio.

Debemos considerarnos un elemento activador y catalizador del compromiso con el cambio y la acción.

Este septiembre, el Mes de Turismo, es un momento ideal no sólo para celebrar nuestra increíble industria, sino también para adoptar los cambios que trae consigo una nueva temporada. El cambio no ocurrirá a menos que esa sea tu idea.

Como dice Desmond Tutu, *“Llega un momento en el que tenemos que dejar de sacar a la gente del río, tenemos que ir río arriba y averiguar por qué se está cayendo”*.

¿Estáis preparados para vuestro ‘cambio de estación’?



CONGRESO MUNDIAL SKÅL INTERNATIONAL 2022



CROACIA

CONGRESO

MUNDIAL

2022



RIJEKA Y OPATIJA
Comité Organizador del
Congreso Mundial Skål International

FALTA MENOS DE UN MES PARA EL TAN ESPERADO CONGRESO MUNDIAL 2022, QUE TENDRÁ LUGAR DEL 13 AL 18 DE OCTUBRE DE 2022 EN LA REGIÓN DE KVARNER, CROACIA.

Por primera vez en dos años, los Skålegas se reunirán por fin fuera del mundo virtual.

Croacia está totalmente preparada para acoger el congreso de este año y ya sabemos que será memorable.

Lleno de numerosas sorpresas, excelentes ponentes y hermosos lugares, el Congreso Mundial de Skål International es la oportunidad perfecta para que todos los participantes se familiaricen con las nuevas tendencias del mercado turístico, pero también con los retos que surgen de forma paralela.

Como ya hemos anunciado, **el Subcomité de Sostenibilidad** estará encantado de hablar sobre la **sostenibilidad como uno de los mayores**

retos en el mundo y en el turismo. Las numerosas ventajas de utilizar materiales reciclados, al tiempo que se promueven los productos fabricados localmente y se conoce el verdadero significado del calentamiento global son algunos de los temas que se tratarán durante su presentación.

Por otro lado, **uno de**



FOTO
Rijeka

los guías turísticos más populares de la región de Kvarner, Livio Karavanic, ofrecerá una aportación personal sobre su amplia experiencia en turismo a través de una breve presentación de cuentos, al tiempo que acentuará las características más atractivas y únicas de la región.

Por supuesto, la parte más



importante de este congreso es la Asamblea General, que se celebrará el sábado 15 de octubre en el Salón Real de Opatija. Además de la oportunidad de compartir y aprender sobre los problemas y el potencial de los viajes y el turismo en todo el mundo, la Asamblea General también presentará los candidatos a las elecciones, los informes anuales y las cuentas a los delegados votantes y al resto de los Skålegas.

No olvidemos mencionar que los ganadores de los **Premios de Turismo Sostenible**, así como el **Skål Club del Año**, se anunciarán durante la Ceremonia de Apertura el viernes 14 de octubre en el magnífico Teatro Nacional de Rijeka.

El teatro fue diseñado por los especialistas teatrales, los arquitectos Herman Gottlieb Helmer y Ferdinand Fellner, en 1883. El magnífico edificio se presentó al público como una auténtica maravilla tecnológica de su época, ya que contaba con la primera bombilla eléctrica y el primer teléfono de la ciudad. La última vez que lo comprobaron, ¡la bombilla seguía funcionando hace un

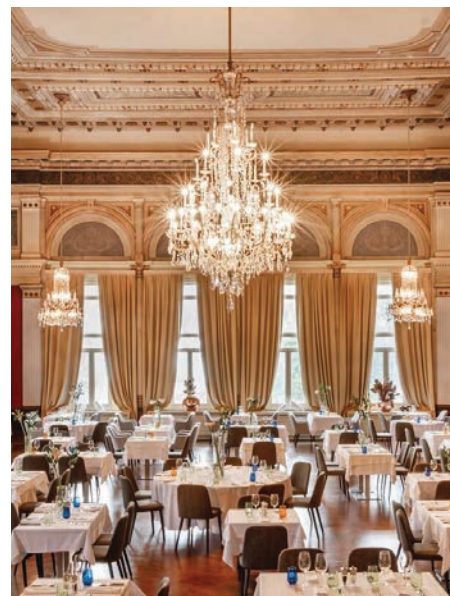
par de años!

La región de Kvarner es un lugar lleno de sorpresas y de escenarios de importancia histórica, entre los que destacan los increíbles salones de baile que acogerán este año el cóctel del Global Market Place o la cena de gala de la Presidenta.

El Golden Ballroom forma parte del Hotel Imperial, construido a finales del siglo XIX. Este salón de baile combina la elegancia del pasado con los más modernos servicios en una ubicación céntrica en el corazón de Opatija. Su nombre se debe a los numerosos detalles dorados de las paredes que podrá ver y admirar en la noche del domingo 16 de octubre.

Fue construido justo después del Crystal Ballroom, del Hotel Kvarner, el salón de baile más antiguo, popular y elegante de Opatija, y famoso por albergar el Viennese Ball que reúne a muchos turistas y amantes de la historia local que se reúnen y bailan al ritmo de vals.

Numerosas e impresionantes lámparas de cristal, paredes ricamente decoradas, finos



FOTO 

Golden Hall. Opatija.

ornamentos en las fachadas y grandes ventanales con vistas a la fantástica terraza del hotel y al mar azul son la razón por la que todos los eventos de prestigio tienen lugar aquí.

Así que, una vez más, aprovechamos esta oportunidad para invitaros a todos a que os unáis a nosotros en el **Congreso Mundial de Skål International en Rijeka y Opatija, del 13 al 18 de octubre**, para celebrar, reunirnos, divertirnos y, lo más importante, **hacer negocios entre amigos**.

FOTO  Teatro Nacional. Rijeka.



¿AÚN NO TE HAS REGISTRADO?

¡Únete a nosotros en Croacia y regístrate ahora!

**RESERVA
ONLINE**





KVARNER REGION TOURIST BOARD
KVARNER
Diversity is beautiful



SIWC
 October
 13 - 18, 2022
Welcome Skalleagues!



© S. Tariba



© F. Heuer



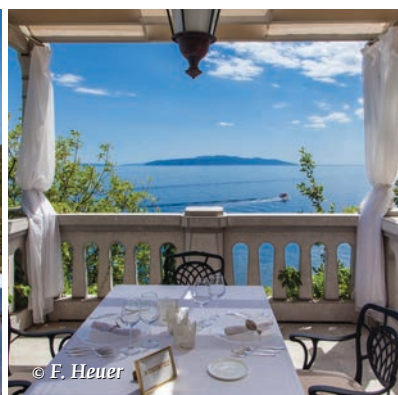
© V. Franolić

Kvarner Region

Each vacation - endless memories



© F. Heuer



© F. Heuer



© F. Heuer

KVARNER REGION TOURIST BOARD
 HR-51410 OPATIJA, NIKOLE TESLE 2
 T +385 (0)51 623 333, 272 988
 E KVARNER@KVARNER.HR
WWW.KVARNER.HR



CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR



ENTREVISTA A

ROGER DOW

Roger Dow es el antiguo Presidente y Director General de la U.S. Travel Association, la organización con sede en Washington D.C. que representa a todos los segmentos de los viajes en Estados Unidos.

Los esfuerzos de Dow se han traducido en importantes victorias legislativas, como la obtención de ayudas para la pandemia, el establecimiento y la renovación de 'Brand USA' y la obtención de fondos para mantener los preciados parques nacionales de Estados Unidos. Dow y U.S. Travel son también líderes de la [Meetings Mean Business Coalition](#), así como de la [Let's Go There Coalition](#).

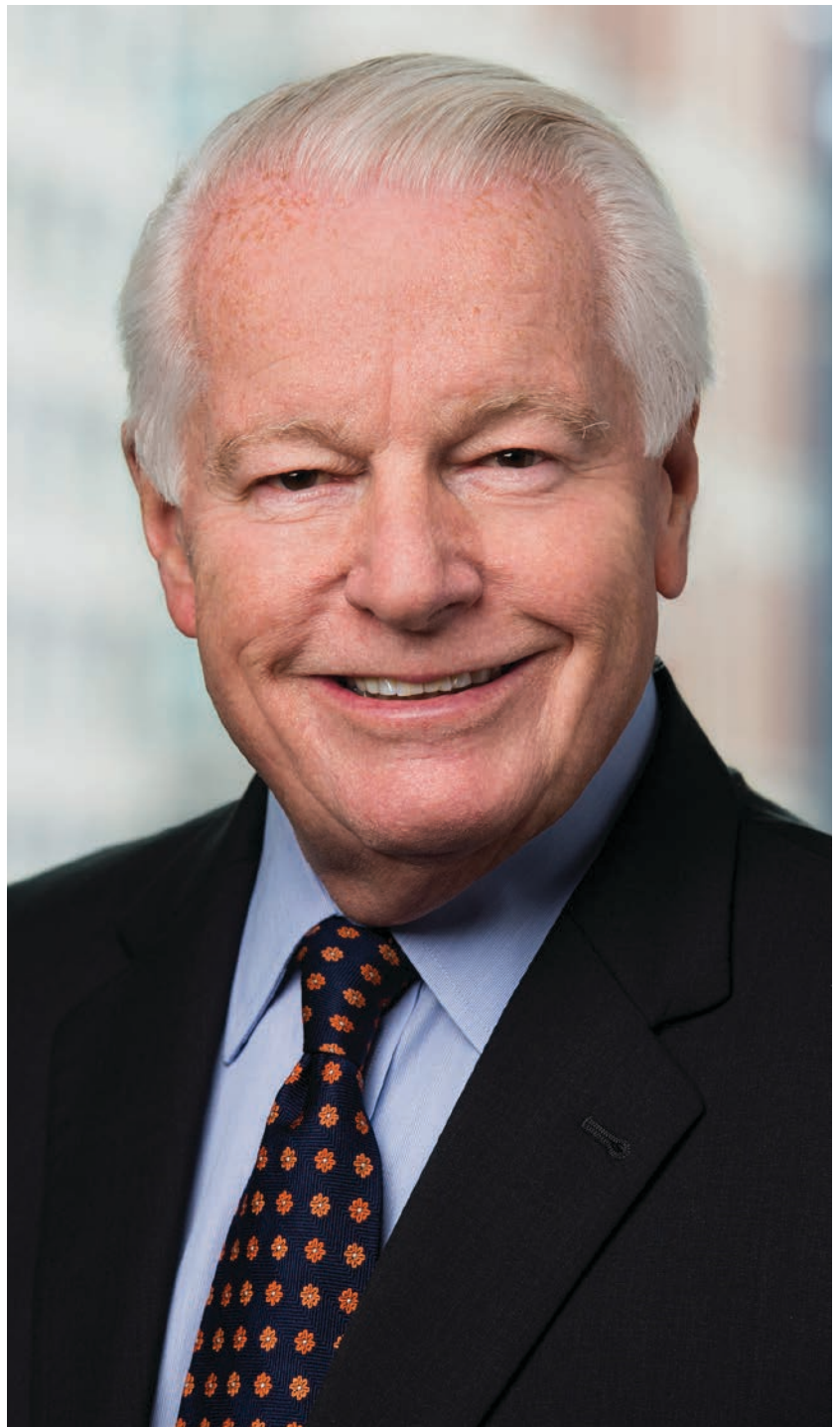
Por sus esfuerzos para unificar al sector de los viajes y aumentar su eficacia en el Capitolio, Dow ha recibido múltiples honores y premios. Dow también ha formado parte de varios consejos, como el de la ASAE, el de la GWSAE, el de la Fundación MPI, el de la PCMA, el de Tourism Diversity Matters, el de RE/MAX International, el del Travel Institute y el del Comité de los 100 de la Cámara de Comercio de EE UU, entre otros.

Antes de incorporarse a U.S. Travel en 2005, Dow pasó 34 años en Marriott International.

Dow sirvió en el Ejército de los Estados Unidos con la 101ª División Aerotransportada en Vietnam, donde recibió la Estrella de Bronce y otras menciones.

Se licenció en Ciencias por la Universidad de Seton Hall y fue distinguido como Alumno Más Distinguido en 2012. Además, tiene un título honorífico de la Universidad Johnson & Wales.

Roger es actualmente miembro de Skål International Washington DC.



¿CUÁLES SON LOS MAYORES RETOS A LOS QUE SE ENFRENTA EL TURISMO MUNDIAL HOY EN DÍA?

Antes de llegar a los ‘mayores retos’, permíteme abordar lo que está ocurriendo por sectores. **Los retos que se derivan de la pandemia son múltiples.** Aunque espero que los viajes y el turismo en general superen las cifras récord de 2019 antes de la pandemia más rápidamente de lo que predicen los economistas, la velocidad de recuperación variará según el sector. Las cifras de los viajes de ocio nacionales han sido extremadamente sólidas en todo el mundo y están a la par o superan a las de 2019, los sectores de viajes de negocios, MICE e internacionales, de mayor calificación, están retrasados por diversas razones.

Los viajes de negocios están retrasados debido a las políticas incoherentes de una región a otra y de una empresa a otra. Además, es difícil visitar a alguien cuando trabaja a distancia. Como vimos tras la gran recesión, las empresas que más rápidamente consiguieron que su personal volviera a viajar ganaron una importante cuota de mercado frente a sus competidores, que dependían del teléfono y el correo electrónico. Una vez que vieron lo que estaban perdiendo, las otras empresas volvieron a poner a su personal en la carretera y los viajes de negocios volvieron a alcanzar niveles récord.

El mercado MICE sólo ha recuperado entre el 60% y el 65% de los niveles de 2019. Los problemas mencionados anteriormente lo están retrasando un poco, lo que espero que se corrija completamente en 2023. El feedback, el entusiasmo y la productividad de los asistentes son evidentes evento tras evento. Sencillamente, no hay nada que sustituya al cara a cara.

Los viajes internacionales son el segmento más lucrativo y el que más ha sufrido. El cúmulo de políticas nacionales incoherentes ha tenido un grave impacto. Cosas como ‘pruebas previas a la salida 24 horas antes del vuelo’ impidieron al 54% de los visitantes potenciales hacer planes. Espero ver un repunte internacional hasta los niveles de 2019 en 2024, excepto en el caso de China, que tardará más en volver.

El verdadero inhibidor es la política de visados y su tramitación. En Estados Unidos el retraso en la tramitación de visados es de más de 15 meses, algo inaceptable.

Hay **tres macrodesafíos que van a ser importantes vientos en contra de la recuperación y el crecimiento.** El primero y más grave es la falta de trabajadores disponibles. En Estados Unidos, por ejemplo, mientras la mayoría de los sectores de empleo se han recuperado, el ocio y la hostelería no lo han hecho. Hay 1,3 millones de puestos de trabajo ‘sin cubrir’ en nuestro sector. Sin una solución integral, esto inhibirá en gran medida el crecimiento y tendrá un impacto negativo en la satisfacción del cliente, por no mencionar el aumento de los costes de empleo. A continuación está la sostenibilidad, que se ‘durmió’ durante la pandemia. Va a volver a rugir como un inhibidor del crecimiento y nuestra industria debe estar “en la mesa o vamos a estar en el menú”. Estamos haciendo muchas cosas buenas que tenemos que comunicar mejor, pero el sector debe hacer más. Al igual que el precio y la calidad fueron criterios de reserva en el pasado, las calificaciones de sostenibilidad surgirán como un factor clave de selección. El último reto es una palabra que no me gusta: ‘sobreturismo’. La gente ha tenido más de dos

años sin grandes cantidades de visitantes en sus destinos. Cuando vuelvan los viajes, habrá una inmensa presión local (especialmente en los lugares de gran demanda) para reducir las visitas. Se culpará a nuestra industria por el alto tráfico, la congestión, la imposibilidad de entrar en los restaurantes, etc. Al igual que la pandemia hizo que la gente explorara nuevos destinos dentro de su país, tenemos que destacar algo más que los mismos destinos conocidos de siempre.

EN TU LARGA Y DISTINGUIDA CARRERA, ¿CUÁLES HAN SIDO LOS CAMBIOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN EL SECTOR DE LOS VIAJES?

Los mayores cambios han venido del impacto de la tecnología. La pandemia aceleró el uso de la tecnología sin contacto.

El papel de la tecnología en la comprensión de los mercados de origen, la promoción en las redes sociales y la adaptación de las ofertas será el futuro. La biometría y las herramientas de los teléfonos inteligentes han proliferado.

También he visto que las generaciones más jóvenes ponen más énfasis y aprecian las experiencias frente a los bienes materiales, lo que beneficiará a los viajes en el futuro.

¿CUÁLES SON TUS RECOMENDACIONES A LOS SKÅLEGAS DE TODO EL MUNDO SOBRE CÓMO SER DEFENSORES EFICACES DE LA INDUSTRIA PARA UN ENTORNO DE CRECIMIENTO POSITIVO DEL TURISMO TRABAJANDO ESTRECHAMENTE CON SUS GOBIERNOS NACIONALES?

La pandemia puso de relieve el valor de los viajes como nunca antes. La gente perdió sus empleos, los pequeños negocios

cerraron para siempre y la venta de bienes y servicios se resintió.

Los Skålegas de todo el mundo tienen que hablar con una sola voz sobre el valor de los viajes y el turismo para nuestras economías, el empleo y el modo de vida. Debemos ayudar a los gobiernos nacionales y locales, a los residentes y a otros sectores empresariales a comprender cómo **los viajes son la puerta principal del desarrollo económico y la clave de nuestras comunidades.**

CUÉNTANOS ALGO MÁS SOBRE TU NUEVA AVENTURA 'FUTURE WORK SOLUTIONS' (FWS) EN EL SECTOR DE LA HOSTELERÍA.

Mike Gamble (director general de SearchWide Global) y yo estamos lanzando una empresa para **ayudar a nuestro sector a hacer frente a la grave escasez de mano de obra.** Trabajaremos en colaboración con los Organizadores de Gestión de Destinos (DMO's), líderes de la comunidad, grandes marcas, propiedades locales y lugares de celebración de eventos para crear un recurso de microtrabajos (gig-workforce) de hostelería, algo que ninguna marca o empresa puede hacer por sí sola.

Será una solución basada en una aplicación que pondrá en contacto a los trabajadores con los turnos disponibles, permitiéndoles trabajar dónde, cuándo y cómo quieran. El viejo modelo de trabajar para una sola entidad, en la que ésta te dice los turnos que debes trabajar, no es viable en el futuro. Aunque el sector no puede cubrir millones de puestos de trabajo, hay una gran cantidad de talento disponible que no busca el tradicional horario de 5 días. La demografía ha cambiado mucho, al igual que las actitudes de los trabajadores más jóvenes hacia el empleo y lo que valoran. Hay el doble de millennials y Generación Z que

de baby boomers.

Hay muchos empleos del tipo de microtrabajos (gig-worksites), pero ninguno de ellos se centra específicamente en nuestro sector. También vamos a trabajar en los puestos de dirección y de prácticas con un enfoque en la Diversidad, Equidad e Inclusión (DEI) para ayudar a más personas a construir un camino hacia la clase media y el liderazgo de la industria.

Nuestra intención es diferenciar nuestra solución de los 'gig-jobs' con una gestión dentro del mercado y ser la solución 'desarrollada por la industria' para la industria. Lo desplegaremos en cada uno de los ámbitos del mercado y estamos discutiendo con líderes de todos los niveles en dos ciudades como puntos de lanzamiento.

¿CÓMO PODRÍA SKÅL INTERNATIONAL AYUDAR EN EL DESARROLLO DE ESTA NUEVA OPORTUNIDAD DE NEGOCIO?

Será un 'trabajo continuo' que evolucionará con el tiempo. Skål International puede ayudar a liderar el camino proporcionando información y **ayudando a demostrar que nosotros - como industria - tenemos que cambiar nuestros viejos modelos y ser más creativos** en las soluciones y oportunidades que ofrecemos.

TU PROYECTO CONSISTE EN CONECTAR A LOS TRABAJADORES CON LOS HOTELES QUE CARECEN DE PERSONAL A TRAVÉS DE UNA APLICACIÓN APORTANDO FLEXIBILIDAD

A LOS TRABAJADORES, ¿PUEDES AMPLIAR ESTA IDEA Y DECIRNOS TAMBIÉN QUÉ DEBEMOS HACER PARA QUE NUESTRO SECTOR SEA MÁS ATRACTIVO?

Según investigación realizada, existe una desconexión entre los que están en nuestra industria y los que no lo están y no están familiarizados con todas las oportunidades. Los que están en el sector

piensan que es una carrera estupenda/interesante/bien remunerada y los que no lo están la equiparan con un alto riesgo de despido, oportunidades limitadas y salarios bajos.

Todos nosotros tenemos que difundir el mensaje de que esta es una gran industria e iluminar la oportunidad, independientemente

de la aspiración de la carrera y el campo. Sería estupendo que los miembros de Skål International buscaran oportunidades para hablar de la industria con los grupos de empleo de la comunidad y las universidades.

HAS DIRIGIDO LA US TRAVEL ORGANIZATION DURANTE 17 AÑOS. EL 14 DE NOVIEMBRE SERÁS HOMENAJEADO POR SU JUNTA DIRECTIVA. ¿CUÁL ES EL LOGRO DEL QUE TE SIENTES MÁS ORGULLOSO EN US TRAVEL?

Diría que de haber reunido al sector para que hablara con una sola y poderosa voz. Eso llevó a la creación de la **Brand USA**, a que las visitas internacionales se duplicaran durante mi mandato y a que nuestro sector fuera considerado un poderoso motor económico, de empleo y de diplomacia.



EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA EN LA COMPRENSIÓN DE LOS MERCADOS DE ORIGEN, LA PROMOCIÓN EN LAS REDES SOCIALES Y LA ADAPTACIÓN DE LAS OFERTAS SERÁ EL FUTURO

Freeel Costa del Sol



COSTA DEL SOL
MÁLAGA

visitacostadelsol.com
visitacostadelsol.com

RESPON SABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



EL TURISMO Y LOS PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL A LA SOSTENIBILIDAD EN SU VIGÉSIMA EDICIÓN



HÜLYA ASLANTAS

Vicepresidenta Interina de Skål International
y Presidenta de Skål International 2009

El turista de hoy en día está concienciado con el medio ambiente y pone la sostenibilidad por encima de todo. La pandemia ha desplazado las preferencias de los consumidores hacia opciones más ecológicas que les acerquen a la naturaleza.

Se necesita una hoja de ruta para desarrollar formas de turismo más sostenibles que reduzcan la huella ambiental del sector.



La Organización Mundial del Turismo define el objetivo del turismo sostenible: conservar las ventajas económicas y sociales del desarrollo turístico reduciendo o mitigando cualquier impacto indeseable sobre el entorno natural, histórico, cultural o social, lo que se consigue equilibrando las necesidades de los turistas con las del destino.

En 2002, Skål International, tras la declaración de las Naciones Unidas de 2002 como el Año del Ecoturismo y las Montañas, lanzó los Premios de Ecoturismo ese mismo año y los primeros premios se entregaron durante el Congreso Mundial de Cairns.

Cuando formaba parte del Comité Ejecutivo de Skål International, responsable de las relaciones públicas y de la promoción de estos premios, nuestro comunicado de prensa en 2005 decía... Skål International, como organización internacional de los líderes de la industria, es una fuerza poderosa en la industria de los viajes y el turismo para iniciar el cambio y fomentar la conservación del medio ambiente con el fin de promover el turismo y los viajes. Los premios que se conceden en este ámbito, al tiempo que destacan las mejores prácticas de Ecoturismo en todo el mundo, también sirven para dar a conocer al mundo este nuevo concepto que hace hincapié en la importancia de la interacción del entorno físico, cultural y social, la responsabilidad del viajero y la necesidad de la participación activa de la comunidad para el Ecoturismo.

Skål International valora el desarrollo sostenible del Turismo como la clave del éxito futuro de la industria y considera que el Ecoturismo no es más que un área de los diversos componentes del desarrollo sostenible.

Los principales criterios de evaluación se basan en puntos como la contribución a la conservación de la naturaleza y el patrimonio cultural, la participación de la comunidad, las características educativas, la viabilidad empresarial y la innovación...

A lo largo de los años, **hemos tenido el honor de contar con la valiosa colaboración de reconocidos expertos en el campo de la sostenibilidad, que han actuado como jueces de estos premios.**

LISTADO DE JUECES



Los premios durante 2002 - 2009 se denominaron 'Premios de Ecoturismo', durante 2010 - 2013, 'Premios de Desarrollo Sostenible en Turismo', y finalmente a partir de 2014 'Premios de Turismo Sostenible', para reflejar su alcance más amplio.

Desde su lanzamiento en 2002, los premios han recibido un fuerte apoyo continuo y han atraído un alto nivel de participación de todo el mundo, y ciertamente han ayudado al mundo del turismo a comprender mejor la importancia de la sostenibilidad en el turismo.

Como tal, Skål International, a través de nuestra red

mundial en más de 80 países, debe perseguir activamente esta misión con actividades internacionales y locales para difundir el concepto que se está convirtiendo en una condición sine qua non para nuestro mundo y para los diferentes destinos a la hora de hacer un turismo más sostenible.

Este año, en su 20º aniversario, el programa de premios sigue demostrando ser un gran éxito con 50 participantes de 23 países diferentes. El apoyo que estos premios están recibiendo de organizaciones tan destacadas como la [OMT](#) es un honor para Skål International. También nos complace colaborar con el [Responsible Travel Institute](#) y [Biosphere Tourism](#), que premiarán a cada uno de los ganadores con un **Premio Especial Skål Biosphere**.

PARTICIPANTES Y JURADO 2022

50 candidaturas de 23 países de todo el mundo compiten en las nueve categorías disponibles.

LEER
ARTÍCULO



MÁS INFORMACIÓN SOBRE
LOS PREMIOS DE TURISMO
SOSTENIBLE [AQUÍ.](#)



INNOVACIÓN Y SOSTENIBILIDAD PARA EL TURISMO



BIOSPHERE[®]

La reciente pandemia del coronavirus ha demostrado en los últimos meses una tendencia de reinvención del sector turístico, basada en la innovación con perspectivas de sostenibilidad.

En este proceso están tomando una relevancia notable los jóvenes, de quienes se espera una formación superior a la de los agentes actuales que operan en esta industria, con el objetivo de elaborar estrategias que aborden la sostenibilidad con una perspectiva global y de futuro. No obstante, por el momento también existen distintas acciones que individuos y empresarios pueden ir poniendo en práctica.

CONTEXTO ACTUAL

El Covid-19 generó grandes pérdidas para el sector turístico sobre todo en las cifras de 2020 y 2021, y ha marcado unos nuevos desafíos que ya se han hecho patentes en este 2022. Muchas empresas han tenido que innovar para mantenerse a flote, o incluso cambiar su modelo de negocio; una innovación que se preveía muy complicada, pero

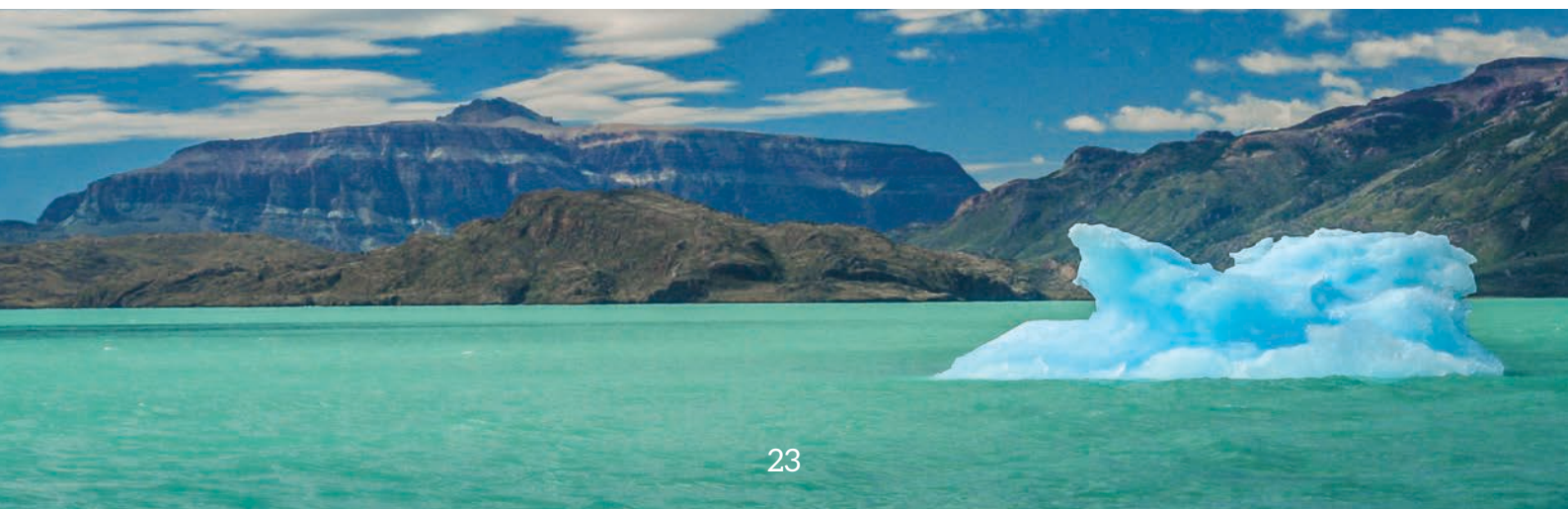
que generó un marco de trabajo interesante de cara al futuro.

Este punto de inflexión pautado por la crisis post-Covid se presenta como una oportunidad inmejorable de evolucionar en favor del medio ambiente y la sostenibilidad. Así, llegados a este punto, se hace especialmente interesante analizar el papel de los jóvenes: personas con nuevas ideas que sueñan con formar parte del futuro del turismo.

Se trata de una generación que ha crecido en el punto álgido de la crisis climática, y que por tanto, es muy crítica con los modelos actuales y está dispuesta a trabajar por cambiarlos; sin duda, un agente crucial para tomar las riendas del sector.

LA IMPORTANCIA DE LA EDUCACIÓN PARA EL TURISMO DEL FUTURO

Cada vez son más las universidades que ofrecen títulos de grado y de máster, tanto en turismo como en turismo sostenible y en economía de la experiencia. Según la OMT, el 50% de los jóvenes del sector de la innovación turística poseen únicamente estudios de secundaria, por lo que fomentar este tipo de programas puede ayudar enormemente a ampliar el horizonte empresarial y profesional de los trabajadores del sector.





Por otro lado, el objetivo principal de estos programas, y del sector en general, debe ser **evolucionar en cuanto a innovación**; siendo un elemento clave la conexión entre gobiernos, startups, inversores e instituciones académicas. Además, se necesita una cultura de capital riesgo más interesante, con la intención de desarrollar perspectivas de sostenibilidad; una meta para la que la educación a través de plataformas digitales está dando grandes resultados.

En este sentido, **la Organización Mundial del Turismo ha lanzado su propia academia**, destinada a generar un ecosistema de innovación turística más eficaz y estable, en la que se acogen seminarios web internacionales, talleres, iniciativas educativas y otras propuestas con las que los jóvenes del sector puedan debatir y establecer redes en favor de la sostenibilidad, la Agenda 2030 y los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible.

TURISMO SOSTENIBLE EN LA ACTUALIDAD

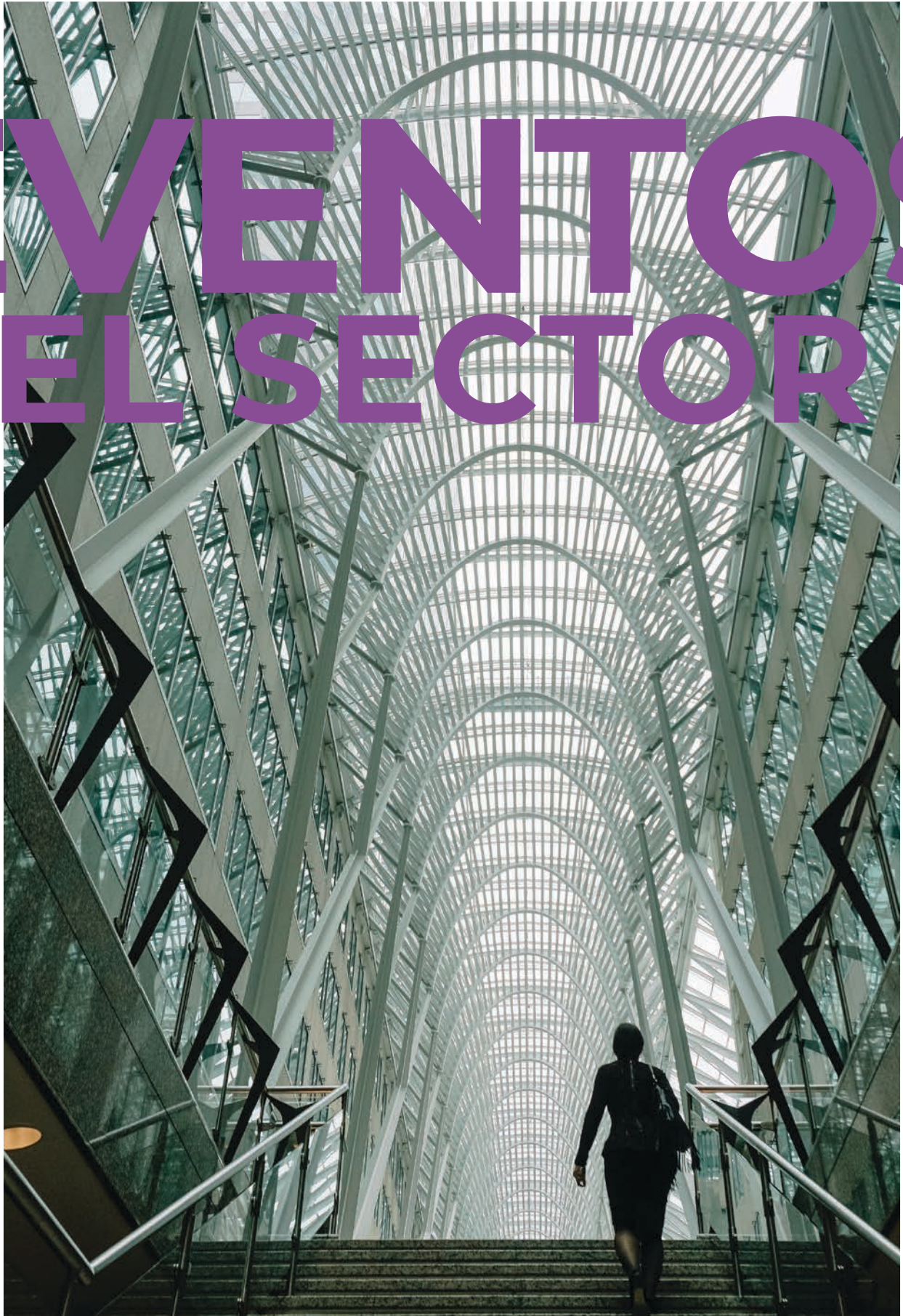
Para construir un sector sostenible y competitivo hacen falta planes a largo plazo y una estrategia consolidada. No obstante, por el momento se pueden llevar a cabo acciones que vayan en esta línea y que se complementen con las adoptadas en un futuro. Acciones que, además, puedan ser de ayuda en el proceso de innovación.

Como individuo, existen infinidad de comportamientos sostenibles: reducir el consumo de plásticos, adquirir productos locales, utilizar medios de transporte poco contaminantes, viajar a destinos sostenibles, entre otras muchas. Además, disponemos de distintas herramientas y canales de información que pueden ser de gran utilidad. No obstante, la repercusión de estas acciones va a ser limitada, en tanto que va a contracorriente de un sector que todavía está evolucionando.

Por ello, **el verdadero punto de inflexión se producirá en base a la implicación de las instituciones y empresas**, cuyo plan de acción se puede dividir en: aplicación e información. Por un lado, se hace crucial que tanto empresas como instituciones prediquen con el ejemplo y comiencen a implementar, si no lo han hecho ya, estrategias sostenibles en sus modelos. Por otro lado, informar a la población y potenciales visitantes, así como al resto de agentes involucrados en la industria, acerca de las buenas prácticas requeridas en el destino. Solo así se logrará sensibilizar e incentivar que todos y todas, empleados, colaboradores, turistas y ciudadanos, participen en dichas buenas prácticas.

Para este último punto se hacen especialmente útiles plataformas como la de **Biosphere Sustainable**, que ayuda a la gestión y la certificación de la sostenibilidad empresarial, conectando las buenas prácticas de distintos sectores como hoteles, restaurantes, medios de comunicación y comercios, directamente con la Agenda 2030 y los 17 ODS, comunicando los compromisos y esfuerzos sostenibles de empresas y destinos de manera pública y transparente. Puedes consultar más información en biospheresustainable.com, la primera web buscador de opciones de consumo más sostenibles operada a nivel internacional en base a los principios y objetivos de Naciones Unidas.

EVENTOS DEL SECTOR



DÍA MUNDIAL DEL TURISMO

Celebramos el Día Mundial del Turismo 2022, que tuvo lugar el 27 de septiembre, con mensajes recibidos de Skålegas de todo el mundo.

El mundo tiene que darse cuenta de la función del turismo más allá de ser una actividad industrial y comercial. El turismo, que es la forma más eficaz y valiosa de conocerse y entenderse, ha cobrado aún más importancia después de la pandemia como medio que mejorará las necesidades personales y sociales de las personas y hará un bien a sus almas.

En un futuro próximo, los modelos de turismo respetuosos con el medio ambiente,

especialmente con la huella de carbono, pasarán a primer plano, y aumentará el interés por los destinos cercanos en lugar de los lejanos.

Turquía aumentará su importancia en el turismo como país accesible por su situación geográfica y seguirá encantando a los visitantes con sus riquezas naturales, históricas y culturales. El mayor objetivo de la gente es ser feliz; el turismo brillará en el mundo y en nuestro país como un sector que produce felicidad.



FIRUZ BAGLIKAYA

Presidenta de 'TURSAB', Asociación Turca de Agentes de Viajes (Turquía).
Skål International Istanbul.



CARL VAZ

Presidente,
Skål International India

En términos puramente empresariales, **nuestra industria está en vías de reactivación** tras la pandemia, lo cual es una buena noticia. Sin embargo, la principal preocupación es que muchas partes interesadas todavía tienen que revitalizar su estrategia de marca. El movimiento Skål es oportuno para dinamizar el alcance global B2B, mejorar la cartera de productos y aprovechar el valor de la marca

Skål International entre la industria especializada.

El año 2023 será un año de crecimiento acelerado que puede ser capitalizado a través de un objetivo centrado en un compromiso más profundo con el cliente, aunque con una reducción de personal. Y la herramienta adecuada para ayudar a fijar el plan de negocio es Skål International.

La hostelería y el turismo en el Paradise Coast de Florida experimentarán un crecimiento continuo el próximo año, pero a un ritmo más lento que en

2022 debido a la disponibilidad de fechas y a la percepción de los precios en respuesta a la creciente demanda de viajes a nuestra zona.



JACK WERT

Presidente, Skål International
Southwest Florida (EE.UU.)



JOSÉ VALMIR DA COSTA
Presidente, Skål International
Porto Alegre (Brasil)

Porto Alegre realiza importantes inversiones para el desarrollo de la captación de turistas. Un gran parque temático sobre las diferentes etnias de inmigrantes, así como del cuidado de la ciudad. Un gran parque

gastronómico a orillas del lago Guaíba y el mayor parque de skate de las Américas en un paseo marítimo de la ciudad completamente renovado. La cultura y el deporte llevan al turismo.



ADEMOLA SANYA
Presidente, Skål International Lagos
(Nigeria)

Nigeria - un destino turístico en evolución por descubrir. Lagos - una ciudad que nunca duerme. Contad a todo el mundo vuestra estancia, **no dejéis que los medios de comunicación os roben vuestra experiencia.**



KEDI MASENDEKE
Redes Sociales y Comunicación,
Skål International Miami (EE.UU.)

Cuando se trata de Skål International, lo hacemos todo en nombre de la amistad, la felicidad y la promoción del turismo local. A Skål International Miami le gusta mantener esta visión en crecimiento, nos

encantan las colaboraciones, el compromiso con los vecinos y el turismo sostenible. El apoyo al crecimiento económico del turismo, el cuidado del medio ambiente y el bienestar social es nuestra prioridad principal.

Concienciar sobre la huella medioambiental negativa creada por el turismo y el impacto que tiene sobre las personas y el planeta. Esta concienciación se aprovecha mediante la creación de productos competitivos, respetuosos con el medio

ambiente y sostenibles, que crean puestos de trabajo y promueven la cultura, el patrimonio y los productos locales y, a su vez, crean un turista más atractivo, socialmente responsable y concienciado.



SHEKHAR DIVADKAR
Presidente, Skål International Goa
(India)



FILIP STEFANOSKI
Presidente, Skål International North
Macedonia

El turismo se está normalizando paso a paso a pesar de todos los retos a los que se enfrentó durante los años de la pandemia, pero también a los que se enfrenta ahora debido a las tensiones entre los países más grandes del mundo.

Sin embargo, creo que en el próximo periodo **continuará la estabilización de los negocios relacionados con el turismo** porque está claro que la gente de todo el mundo ha estado esperando ansiosamente el regreso de los viajes.



SERGIO ACUÑA
Presidente, Skål International
Rosario (Argentina)

En Argentina, el turismo receptor ha crecido por razones relacionadas con la inflación, lo que beneficia a los turistas que llegan al país por el tipo de cambio, mientras que el turismo emisor ha disminuido considerablemente.

Los turistas se convierten en residentes temporales, experimentar el espíritu del lugar se convierte en algo más importante que visitar los lugares de interés. El

crecimiento turístico termina cuando la calidad de vida de los habitantes se ve afectada negativamente. **No hay alternativas a la resiliencia y la sostenibilidad.**



JENS BRAUN
Presidente, Skål International Erfurt-Weimar
(Alemania)

**CYNDI GOLDEN**

Presidenta, Skål International
RDU/Central North Carolina
(EE.UU.)

Ya sea en las montañas o en la costa, les invitamos a visitar Carolina del Norte y a conocer toda nuestra belleza natural. Estamos **abiertos y dispuestos a mostrarles nuestra hospitalidad sureña.**

**TAMARA CERNEKA**

Presidenta, Skål International
Kvarner (Croacia)

Todos estamos obligados a situar el turismo de forma responsable en la senda de la sostenibilidad. Es un error pensar que otra persona salvará el planeta en nuestro nombre.

**ANJELICA EVANS**

Presidenta, Skål International Kampala
(Uganda)

Uganda es un país apasionado por el Turismo Responsable. El turismo responsable, tal y como se definió en Ciudad del Cabo en 2002 en la Cumbre Mundial para el Desarrollo Sostenible, consiste en crear mejores lugares para que la gente viva y mejores lugares para visitar.

El enfoque de Uganda sobre el futuro del turismo requiere que los operadores, los hoteleros, los gobiernos, la población local y los turistas tomen medidas para hacer el turismo más sostenible.

El turismo en la Costa Azul es una oportunidad única para combinar patrimonio, gastronomía, deporte, cultura y relajación en una tierra cargada de historia.

Esto es lo que vienen a descubrir los 11 millones de turistas que nos visitan cada año.

**NICOLLE MARTIN**

Presidenta, and Fabrice Roy, Skål International Côte d'Azur (Francia)

**MIGUEL ANGEL GUTIERREZ DE VELASCO**

Presidente, Skål International Veracruz
(México)

El turismo, tras superar la pandemia, demuestra que sigue siendo el motor de muchas economías y el sustento de millones de familias.

La humanidad, después de 2 años de confinamiento, está ávida de viajar, los gobiernos y la iniciativa privada deben

dar la importancia de resaltar las virtudes y fortalezas que cada país ofrece, además de brindar experiencias integrales bajo lemas que identifiquen al visitante y lo inviten a regresar 'Visita México' y 'Visita Veracruz'.

Incluida en la lista de los '50 mejores lugares del mundo de 2022' por la revista Time, **Calabria es ese tipo de destino que no esperas** y que te dejará huella en el corazón. Tumbarse en la playa y admirar las vistas de las montañas, degustar su típica y auténtica cocina y los genuinos productos locales, descubrir sus antiguos orígenes,

quedarse sin palabras ante los increíbles rayos de sol y atardeceres, son sólo una parte de las experiencias inolvidables que puedes vivir en Calabria. Situado en el sur de Italia, todavía poco conocido y alejado del turismo de masas, este extraordinario lugar es ideal para quienes buscan emociones especiales.

**ANA MARIA STAN**

Secretaria, Skål International Calabria
(Italia)

**JACO DU PLOOY**

Presidente, Skål International
Cape Winelands (Sudáfrica)

Creo que **viajar es lo que nos hace humanos** y sin nuestra necesidad de explorar lo inexplorado, nuestro mundo habría sido sin duda un lugar muy diferente. Nuestro amor por los viajes es lo que nos une como personas

y como industria. A pesar de la adversidad, la industria del turismo está viva y en buen estado y tenemos la bendición de estar vivos y trabajando en nuestra dinámica industria durante estos tiempos tan emocionantes.

**JEYHUN ASHUROV**

Presidente, Skål International
Baku (Azerbaiyán)

Los procesos en curso en el mundo han dejado su huella en la región del Cáucaso y en Azerbaiyán. A pesar de ello, el restablecimiento del turismo y la construcción de aeropuertos

internacionales en las zonas históricas recientemente liberadas del país ampliarán la paz y servirán para **el futuro desarrollo del turismo en la región.**

**STEVE VINCIGUERRA**

Presidente, Skål International
Orlando (EE.UU.)

**WALTER TEIXERA**

Presidente, Skål International
Sao Paulo (Brasil)

**SHELLEY PIGEON**

Presidenta, Skål International
New Orleans (U.S.A)

En honor al Día Mundial del Turismo, Skål International Orlando da las **gracias a todos los que trabajan en nuestra capital mundial del turismo.**

Juntos, proporcionamos continuamente nuevas y emocionantes experiencias a los huéspedes de todo el mundo.

En el área de Sao Paulo/Brasil, **los viajes de placer han crecido después de la pandemia**, superando las cifras de 2019, mientras que los viajes corporativos y MICE todavía tienen un 40% de espacio para crecer.

Las fusiones y adquisiciones con agentes locales están cambiando el panorama.

Nueva Orleans es uno de los principales destinos turísticos de Estados Unidos en la actualidad. La historia, la arquitectura, la gastronomía, las aventuras, la cultura y los ambientes románticos hacen de la ciudad una parada de vacaciones para todas las edades y culturas.

Laissez les bon temps rouler!!!

**MICHAEL T. EMBREY**

Vicepresidente, Skål International
Chicago (EE.UU.)

El nuevo mundo de Skål International nos ha desafiado en el turismo y la hostelería a **reaccionar rápidamente al cambio para seguir siendo competitivos en nuestra industria.** Nuestro plan de marketing con los proveedores y los clientes tiene que elevarse a un

nivel superior, además de hacer frente a las actualizaciones de las promociones y las campañas de marketing en Internet. Las asociaciones con otras personas, clubs y organizaciones de éxito nos ayudarán a sobrevivir. Nos convertiremos en vencedores de este desafío.

Otautahi Christchurch ha surgido como el lugar obvio y a la vez subestimado que hay que visitar en Nueva Zelanda y **nuestros apasionados Skålegas están encantados de formar parte de ello.**

Con nuestro nuevo Centro Internacional de Convenciones, Te Pae Christchurch, nuestra ciudad vuelve a ser líder, una ciudad fantástica y sostenible para acoger de nuevo a visitantes de todo el mundo.

**VICTORIA WALES**

Presidenta, Skål International
Christchurch (Nueva Zelanda)

**BOB LINNANE**

Presidente, Skål International
Dublin (Irlanda)

El turismo sigue siendo la esencia de Dublín, ya que proporciona puestos de trabajo e ingresos y fomenta la conservación de nuestro patrimonio cultural. **Tenemos una maravillosa experiencia para los visitantes:** las

catedrales medievales, el *Trinity College* con el Libro de Kells del siglo IX, museos y nuestra atracción más visitada, la *Guinness Storehouse*. Dublín puede ser el cielo con un café en *Eleven* y un paseo por *Stephen's Green*.

La provincia de Cádiz, su Costa de la Luz, sus ciudades y pueblos blancos, han reaparecido con fuerza este verano. Nuestro objetivo, tras casi dos años de pandemia, ha sido **promover el turismo nacional e internacional**. Las visitas a nuestra provincia han superado

las expectativas. Gastronomía, establecimientos turísticos, playas, experiencias... una acogida inmejorable, que nos ha posicionado en este periodo estival como una de las zonas turísticas más atractivas de Andalucía, España y Europa. Cádiz brilla con luz propia.



JOSEFA DÍAZ

Presidenta, Skål International Cadiz (España)



ANNE DEUSCHLE

Presidenta, Skål International Kansas City (EE.UU.)

Estamos muy entusiasmados con el turismo en Kansas City, Missouri, y concretamente con la visibilidad ante todo el mundo

que supondrán dos eventos clave: el Draft NFL de 2023 y la Copa Mundial de la FIFA de 2026.

A medida que Guam comienza su recuperación turística, los stakeholders pueden definir nuestro posicionamiento. No somos un destino de playa cercano, corto y barato como

muchos operadores turísticos nos habían presentado. Los visitantes encontrarán en Guam un destino vacacional único con un legado que aprender y nuevos recuerdos que llevar a casa.



ERNIE GALITO

Presidente, Skål International Guam



RAMÓN ADILLÓN

Presidente, Skål International Madrid (España)

El turismo ha demostrado una vez más ser una de las actividades económicas más resistentes. Viajar es un anhelo del ser humano que nunca desaparecerá.

¡Enhorabuena y larga vida al turismo!



MARJOLAINE DE SA

Presidenta, Skål International Quebec (Canadá)

Nuestra 'Joie de Vivre!' siempre ha sido un factor importante de la experiencia que queremos que tengan nuestros visitantes. Los dos últimos años no la han

derrribado, sino que la han transformado en una nueva forma de ver el viaje para nuestro destino.

¡Venid a vernos a Quebec!



DAWN SMITH

Presidenta, Skål International Cape Town (Sudáfrica)

Ciudad del Cabo está preparada y **esperando el inminente resurgir del turismo**. Las relaciones son una de las pocas entidades a prueba de recesión y de crisis, esa es la esencia de Skål International

y de nuestra industria. Ahora es el momento de reinvertir en nuestro personal turístico y hostelero. La formación es la clave. Sujetaos fuerte... va a ser un viaje fabuloso.

La industria turística de Kenia ha demostrado una considerable capacidad de resistencia ante el enorme impacto de la pandemia que han sentido todos los stakeholders. A pesar de los tiempos difíciles, **la industria ha superado el reto con mayor determinación para mejorar y promover el sector** fomentando

la demanda del mercado nacional y extranjero. Los planes de recuperación se están ajustando a los objetivos de salud, seguridad, sostenibilidad, acción climática y protección de la biodiversidad. Con un nuevo Presidente, llega la esperanza y una visión renovada para el sector turístico de Kenia.



ZIPPY NJIRI

Presidente, Skål International Nairobi (Kenia)

**MARIA DEL PILAR SALAS**

Presidenta, Skål International
Cusco (Perú)

A menudo se hace referencia a la industria del turismo como la industria sin chimeneas. Con la tecnología y la concienciación actuales, Skål International Cusco se mantiene fiel a esa afirmación inicial **ayudando a generar una industria turística sostenible en su conjunto.**

**KALPANA SHRESTHA**

Presidenta, Skål International
Kathmandu (Nepal)

El mundo no es más que un libro y viajar es la mejor manera de leer ese libro. Los que no viajan se pierden la diversión de leer este hermoso libro. Nada nos enseña mejor la vida que viajar. Nepal ha sido conocido como el Paraíso en la Tierra y cada año miles de viajeros visitan Nepal para ser testigos de la grandeza de la naturaleza, los paisajes, la cultura y la gente.

**FRANCELIA MOTA**

Presidenta, Skål International
Riviera Maya (México)

El turismo es un oasis de paz, es compartir, volver a nuestra humanidad, sonreír, vibrar con la naturaleza, es historia y cultura, son los sabores de cada lugar. Cada viaje es un sello en el álbum de la vida.

La recuperación del turismo se está acelerando con el levantamiento de las restricciones a los viajes por parte de más destinos.

Hay optimismo entre los profesionales de la industria turística, ya que muchos se han vuelto más ágiles y resistentes

después de 2 años de pandemia. En Singapur, el trabajo continúa mientras nos esforzamos por ser un destino de confianza, innovador y seguro para los visitantes, especialmente para aquellos que hacen su primer viaje desde el comienzo de la pandemia.

**DR. EDWARD KOH**

Director Ejecutivo, Convenciones,
Reuniones y Viajes de Incentivo,
Junta de Turismo de Singapur.
Skål International Singapore

**FLORIN TANCU**

Presidente, Skål International
Bucharest (Rumanía)

Actualmente estamos viviendo un momento en el que las generaciones están cambiando, y **pasamos del clásico estilo antiguo de viajar a un nuevo entorno digital.** Lo digital nos rodea, viajar ligero, viajar rápido y mezclar los viajes

de negocios con los de ocio, lo que se llama bleasure. El concepto de compartir será el rey porque está ofreciendo al viajero la posibilidad de llegar rápido al servicio. El concepto de sostenibilidad será el dominante.

**MICHAEL G. MEYER**

Presidente, Skål International
Düsseldorf (Alemania)

Recuperación general del mercado/negocio entrante. Sin embargo, el pronóstico de reducción de los viajes de negocios en un 30%, es decir, 1,5 millones de pernoctaciones. **Necesidad de hacer hincapié en la calidad de los grupos objetivo.** Es necesario mejorar la actividad turística privada y el gasto diario para compensar las pérdidas de los viajes de negocios. Estamos en contacto con las Organizaciones de Gestión de Destinos (DMO) para que nos apoyen.

**TAMARA MACINTOSH**

Presidenta, Skål International
Winnipeg (Canadá)

Todos los aspectos del turismo se han visto afectados y todos estamos interconectados, y trabajamos duramente para seguir el ritmo de los cambios diarios y cumplir nuestros objetivos de retención de miembros, pero ya veo la luz al final del túnel.

**MARGARITA ARROYO**

Presidenta, Skål International
Bahías de Huatulco (México)

Nuestra visión para el turismo es diferenciarnos de nuestros competidores a través de una estrategia que nos haga líderes en sostenibilidad a nivel mundial, a la vez que cumplimos con los más altos estándares de calidad para nuestros clientes; ¡preservando nuestro destino con su Certificación Internacional EarthCheck Master y Bandera Azul en sus playas!

CONCURSO DE FOTOGRAFÍA

“LA TIERRA ES ARTE, EL FOTÓGRAFO ES SÓLO UN TESTIGO”

Yann Arthus-Bertrand

En diciembre, nuestra revista Tourism Now celebrará vuestro talento fotográfico.

¿ESTÁS PREPARADO/A PARA COMPARTIR TUS MEJORES IMÁGENES CON SKÅLEGAS DE TODO EL MUNDO?

El mundo se vuelve a abrir, vuelves a viajar, y vuelves a casa con unas fotos increíbles.

Por favor, envía tus mejores fotos tomadas en 2022, y nuestro Comité de Comunicación seleccionará entre todas las recibidas las 10 mejores fotos, que se publicarán en nuestra revista en diciembre 2022.

CÓMO PRESENTAR TU FOTO

1. Envía tu foto en formato de alta resolución a [este email](#) con el asunto: Photography Talent.
2. Fecha límite: 20 de noviembre de 2022.
3. Indica nombre completo, club Skål International al que perteneces y el lugar donde se tomó la imagen.



Importante: Si tu fotografía es seleccionada por nuestro Comité de Comunicación, deberás autorizar a Skål International a publicar tu fotografía en la revista Tourism Now. Así mismo deberás aportar declaración responsable de su autoría y propiedad.

IMEX America

Come to the one that gets it done

When reserves are low, hours are long and budgets are tight, you want maximum bang for your buck.

That's what IMEX America delivers.

It's the show where you can get all this done:

- ✔ Business
- ✔ Networking
- ✔ Learning
- ✔ Listening
- ✔ Meeting
- ✔ Negotiating
- ✔ Planning
- ✔ Expanding
- ✔ Partnering
- ✔ Innovating
- ✔ Recruiting
- ✔ Launching

If you're in the business of events, meetings or incentive programs, be they core to your company or something you do once a year, IMEX America is the place to be.

**Cost? No charge. Your ticket's on us.
Value for money? Let's call it priceless.**

Register today at [imexamerica.com](https://www.imexamerica.com)



Q&A WITH...

JULIETTE LOSARDO



EXHIBITION DIRECTOR OF WORLD TRAVEL MARKET LONDON

WHAT CAN WE EXPECT FROM THIS YEAR'S WORLD TRAVEL MARKET LONDON?

World Travel Market brings together the global leisure travel community; providing inspiration, education, sourcing, and benchmarking for travel professionals seeking to build unique and competitive, world-class travel experiences.

The exhibitors at World Travel Market showcase a comprehensive sourcing opportunity to anyone looking to build leisure travel getaways, and this year, we're delighted to see so many regions of the world, and travel brands, once again, represented.

The conference at World Travel Market will address and debate solutions to the emerging trends coming out of the tourism sector and provide a home to the largest gathering of tourism policy makers globally - The Ministers Summit - supported by UNWTO and WTTC.

With the strapline "The future of travel starts now" we will look forward to the future, beyond the pandemic, and focus on how the industry powers on, and keeps up the resilience that was shown (in abundance) through the

pandemic - to enable business deals and resolution-based conversation.

In our 42nd year, World Travel Market is a trusted source - a knowledge centre for the tourism sector and a facilitator of business connections.

World Travel Market attracts huge global attention and provides the ideal platform for those working in international travel and tourism to reunite in the most powerful way - in person - to develop their business networks, explore trends and seal important deals.

WHAT ARE THIS YEAR'S THEMES?

World Travel Market will always be driven by the developments seen within the sector.

This year at World Travel Market, there will be four conference stages dedicated to the emerging tourism trends, plus some brand new, very exciting features around the show floor.

The Future Stage is the largest conference stage and will host fundamental and futuristic content from a variety of sub-sectors such as space tourism, aviation and responsible tourism. We will hear from

world leading market research companies, uncovering what the future holds for the travel sector.

The Futures Stage will host the inaugural Ministers Summit, which is organised in conjunction with UNWTO and WTTC - the largest gathering of policy makers globally. We welcome back the ITT Future You Conference, which supports aspiring students within the travel community, which is of paramount importance when the sector is tackling recruitment and retention challenges.

In addition to this you'll see a Sustainability Stage, a Technology Stage and an Insight Stage - all delving deep into matters that need head-on discussion.

HOW ARE YOU HELPING PROGRESS THE URGENT NEED FOR SUSTAINABILITY AND RESPONSIBILITY IN THE TOURISM SECTOR?

World Travel Market has run its Responsible Tourism programme for many years. Our actions speak louder than words when it comes to our commitment to these initiatives. Building a robust and responsible future for travel and tourism is a priority, and World Travel

Market London aims to unite the global travel industry with that shared objective.

Through the WTM Responsible Tourism Awards, we recognise and showcase businesses doing the most to develop and implement responsible practices. Our focus is on raising the issues and spreading knowledge about practical solutions.

This year at World Travel Market, you'll see a dedicated stage with the theme of sustainability, where we plan to share expert knowledge on tangible actions directly with the travel community.

WHAT ABOUT THE CONFERENCE?

As highlighted previously, this year at World Travel Market, we have 4 dedicated stages supporting the most topical issues facing our sector. So far we have completed work

on over 70 sessions spanning three days – and this work is ongoing! There are well-known keynote speakers, a plethora of case studies and business insights, led by industry leaders, and even a few celebrities!

WE HAVE ALL SEEN THE CHALLENGES THE SECTOR HAS FACED RECENTLY; WHAT ARE YOU DOING TO ENCOURAGE NEW TALENT INTO THE INDUSTRY?

At World Travel Market London we are focussed on bringing the global tourism industry together. In a normal year, we welcome 55,000 professionals through our doors, including 9000 decision makers. It's our hope that with this reach, we facilitate global conversations that deliver solutions to our sector.

Recruitment and infrastructure are big topics

across our conference this year. You'll see this weaved into many sessions within the four stages over three days. We have a dedicated stage, The Insights Stage, which will host sessions around business strategies and you'll also see some dedicated sessions on recruitment and retention.

We welcome back the ITT Future You Conference this year, which is dedicated to tourism students and young people wishing to work in travel. It aims to inspire the next generation and show them the huge breadth and variety of roles available in the industry, some of which they may not have considered before.

This group of young people are more important than ever, and we're keen to show them all the wonderful things the industry has to offer.

World Travel Market London takes place **7th-9th November 2022** at Excel London.

REGISTER NOW 



The Future of Travel Starts Now

Let's seize the moment to begin
reshaping a revitalised, and more
sustainable future of travel.

Register Now

www.wtm.com/london/SKAL



wtm[®]

LONDON

7- 9 November 2022

Built by



In the business of
building businesses

IBTM WORLD 2022 FOCUSES ON CULTURE CREATION

FACE-TO-FACE EVENT LAUNCHES WITH EMPHASIS ON CULTURAL CONNECTIONS

IBTM has announced the first details of **IBTM World 2022** which will focus on 'culture creation' as the business events world adapts to a more disparate working environment post-pandemic.

The organisers say the event, which will take place at Fira, Barcelona, from the 29th of November to the 1st of December, will bring together attendees to discover how modern business challenges are creating opportunities across the industry, and explore the convergence of events and business culture.

David Thompson, Event Director, IBTM World, comments: "Business events are back to fill the gap they left, but they have also stepped up to fill the new gap that's appeared: the place where business culture lives. This year, we're looking at how the technology we are using, the experiences we are creating, and the destinations we are visiting create limitless cultures for businesses and incredible potential for events and deliver the opportunity for better business results".

As part of its focus on creating culture, IBTM World 2022 will include the introduction of IBTM Cultural

Roadshows. Designed to showcase different cultural destinations around the world, the Roadshows will explore how destinations use their unique cultures to create huge potential for events.

IBTM World's Knowledge Programme will focus on the event's core cultural theme and include session tracks on connections, business, careers, brands and experiences. IBTM Accelerate will showcase innovative ideas with a roster of speakers delivering inspirational short talks.

IBTM World's networking events will this year



reflect the unique culture of different destinations, including the hugely popular Networking Hour on the show floor, Club Night, and the Welcome Reception on day one with food, live music and dancing.

Barbara Jamison-Woods, Head of Europe, Convention Bureau at London & Partners, comments: "I am delighted that the theme for this year's IBTM World is 'Culture Creation' as we are really lucky in London to have a such a diverse and accessible cultural offering with the greatest number of free museums and art galleries in the world. We are really looking forward to exhibiting with our sustainable hotel, venue and DMC partners at IBTM World on the London Convention Bureau Stand. We will be running several 'What's New' and 'How to Do London' interactive presentations to not only inspire hosted buyers but to discuss how we and our partners can help them with practical and hands on support to fit all budgets and ROI objectives".

Grant Caplan, President at Procurigence, comments: "Our mission to use gatherings of all sorts for culture creation is more important than ever for our clients. Large corporations who may have fewer offices post-pandemic are looking for ways to maintain their unique culture, something that face-to-face events can really help forge and maintain. Our mission for IBTM this year is to find great suppliers as always, as well as those who can help us deliver creative cultural experiences for our clients".

To free up time in buyers' schedules to allow them to attend educational sessions and meetings over the course

of the event, this year the Corporate Buyer Programme and the Association Programme will take place the day before the official start of the event, on Monday 28 November.

Visitor registration is now open for **IBTM World 2022**, which will take place at Fira, Barcelona, from the 29th of November to the 1st of December, with the world's leading buyers and suppliers expected to be in attendance.

The flagship Barcelona show, which will focus on culture creation as its theme, has confirmed several of the world's best-known destinations and suppliers, including several who are returning to the event for the first time since before the pandemic. Brasil will return to the event after a three-year hiatus, with a 160 per cent increase in stand space compared to 2018 when they last participated at IBTM World. In addition, Distant Frontiers, one of India's largest DMC networks, will return after a three-year absence.

Also in attendance will be the convention bureaus of Spain, Ireland, Brussels, Croacia, The Czech Republic, Canadá, Malaysia, Jordan, Bahrain, Canadá, Miami, Las Vegas and Boston, as well as Meliá Hotels and Barceló Hotels.

Hosted Buyer recruitment is gathering pace, with prestigious corporate, association and agency Hosted Buyers due to attend, including European Union of Medicine in Assurance and Social Security (EUMASS), Pfizer, COSMOPOLIS, International Stereoscopic Union, SAUDI Telecom Company, UNICEO (United Network of International Corporate Events Organisers), The British Pain Society,

Maritz Global Events, Centers for Disease Control and Prevention, citigroup inc., and CWT Meetings & Events.

A number of destinations have already applied for IBTM World's **Culture Roadshows** initiative, designed to explore how destinations use their unique cultures to create limitless potential for events. The theme of 'culture creation' will permeate the event, from the inspirational Knowledge Programme sessions to the networking events.

David Thompson, Event Director, IBTM World, comments: "With the passing of Queen Elizabeth II, the UK finds itself mourning the loss of an intrinsic part of British culture. The Queen loved being involved in a wide range of events outside of her ceremonial duties and she knew the true cultural value of events.

"At a time when many of us are more disparate than ever, we look forward to bringing people together from around the world to create new, cross team, cross business cultures".

Register today to get **exclusive discounts** on flight and accommodations, and special offers on activities around Barcelona, in partnership with Barcelona Turisme.

#CultureCreates
#IBTMWorld

REGISTER NOW 

YESTERDAY'S CONNECTION MAKERS ARE TODAY'S CULTURE CREATORS

29 NOV - 01 DEC 2022
Barcelona, Spain



Register now

ibtm[®] WORLD

ibtmworld.com/si



WHEN YOU WANT TO *Get Away,*
LET US GIVE YOU A *Comfortable Stay.*

Welcome to BWH Hotel Group® a leading, global hospitality network comprised of three hotel companies, including WorldHotels™ Collection, Best Western® Hotels & Resorts and SureStay Hotel Group®. With 18 brands and over 4,700* hotels worldwide, from premium economy to luxury, we have the ideal solution for every traveler.



WORLDHOTELS™
COLLECTION



Best Western®
Hotels & Resorts



SureStay®
HOTEL GROUP

BWHHotelGroup.com