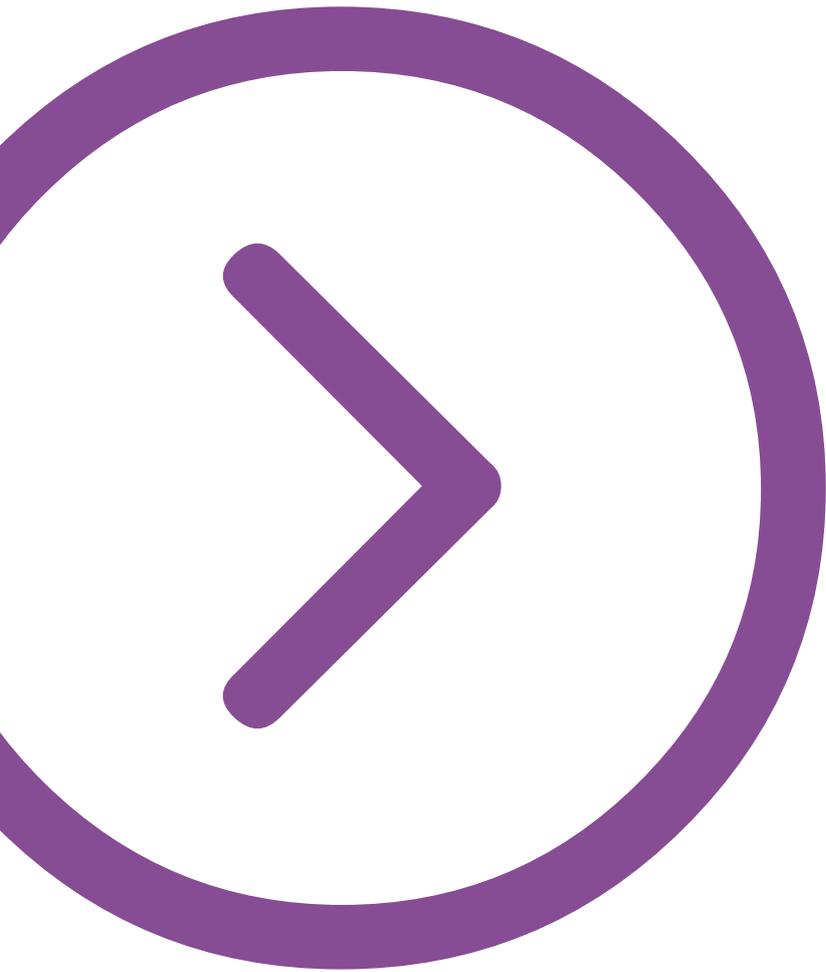


# TOURISM NOW



## RECUPERACIÓN DEL TURISMO

A TODA MÁQUINA. EL TURISMO  
Y SKÅL INTERNATIONAL  
DE LA MANO



**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



# #TOURISMNOW286 CONTENIDOS

## EDITORIAL

MENSAJE DE LA PRESIDENTA DE SKÅL INTERNATIONAL PRESIDENT & DE LA EDITORA DE #TOURISMNOW.

➤ Página 4.

## CONOCE SKÅL INTERNATIONAL

NOVEDADES EN EL TRABAJO DE LOS COMITÉS 2022. INDIA, BUENAS PRÁCTICAS PARA EL CRECIMIENTO DE LA MEMBRESÍA. STEVE RICHER: SKÅLEGA EJEMPLAR.

➤ Página 8

## RECUPERACIÓN DEL TURISMO

TEMÁTICA #TOURISMNOW286

ENTREVISTA CON:  
CARINA BAUER, CEO DE IMEX GROUP.  
ION VILCU, DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE DE MIEMBROS AFILIADOS DE LA OMT.

➤ Página 21.

## CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR

PEDRO HEILBRON, CEO DE COPA HOLDINGS S.A. & COPA AIRLINES.

➤ Página 26.

## RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

PREMIOS SKÅL INTERNATIONAL DE TURISMO SOSTENIBLE 2022 & PLATAFORMA BIOSPHERE TOURISM SUSTAINABLE LIFESTYLE.

➤ Página 30.

## EVENTOS DEL SECTOR

CONGRESO MUNDIAL DE SKÅL INTERNATIONAL 2022 Y ÚLTIMAS NOTICIAS SOBRE FERIAS DEL SECTOR.

➤ Página 35.





**BURCIN TURKKAN**  
Presidenta de Skål International

# EDI TOR IAL

## MENSAJE DE MEDIO AÑO

**J**unio es un mes emocionante en el que me reuniré con muchos Skålegas en Europa en persona y con muchos más virtualmente continuando con nuestro compromiso de comunicación abierta y transparencia.

Los Comités de Gobernanza y de Estatutos/Reglamento han completado su mandato presentando una propuesta de plan de gobernanza para los miembros. En nombre del Comité Ejecutivo, me gustaría dar las gracias a cada uno de ellos por haber completado este plan tan completo. Me quito el sombrero ante todos vosotros.

**Comité de Gobernanza:**  
Hülya Aslantas (Vicepresidenta interina), Holly Powers, (EE.UU., Copresidente), Jean-François Cote (Canadá, Copresidente), Franz Heffeter (Europa, Copresidente), Fiona Angelico (África), Heike Garcon-Suiheran (Asia), Tito Livio Mongelli (Europa), Johannes Jungwirth (Europa), Sanjay Datta (India), Fernando Azcona (México), Bernard Whewell (Oceanía), Mario Costa (América Central y del Sur), Mustafa Yalcin (Turquía), Tim Hemphill (EE. UU.).

### Comité de Estatutos y Reglamentos:

Juan Steta (Vicepresidente), Mok Singh (EE.UU., Copresidente), Salih Cene (Turquía, Copresidente), Tony Clegg-Butt (África), Michelle Sandhu (Asia), Serge Doyon (Canadá), Jan Sunde (Europa), Francisco Rivero (Europa), Pietro Bembo (Europa), Burjis Mehta (India), Shekhar Divadkar (India), Isidro Martínez (México), Federico Gil (México), Fernanda Soler (México), Leighton Cameron (Oceanía), Laura Velarde (América del Sur/Central), Raúl Cuenca (América del Sur/Central), Art Allis (U. UU), Karen Trevino (EE.UU.), John Ruzich (EE.UU.).

Además, recientemente he tenido la oportunidad de hablar en el Congreso anual de Skål International Norteamérica en Orlando y me gustaría compartir con vosotros el discurso que pronuncié:



**BURCIN TURKKAN**  
Presidenta de Skål International

# DISCURSO DE LA PRESIDENTA BURCIN TURKKAN EN LA INAUGURACIÓN DEL CONGRESO SKÅL INTERNATIONAL DE NORTEAMÉRICA (NASC) EN ORLANDO

Mayo 2022

Es un gran placer y un honor dirigirme a todos vosotros al comienzo de este exitoso congreso.

Mi discurso de hoy se centra en un tema que os afecta a vosotros y a nuestros miembros de todo el mundo.

## LIDERAZGO - EL CAMBIO Y LA CAPACIDAD DE ADAPTACIÓN DE SKÅL INTERNATIONAL PARA EFECTUAR EL CAMBIO

Los líderes inspiradores son personas increíblemente apasionadas que van más allá de la realidad del pensamiento limitado. Reconocen la importancia de crear una cultura en la que sus miembros se sientan inspirados para crear buenas ideas y adoptar habilidades innovadoras. Una cultura que ha aprendido a estar por encima de sus retos y a no desfallecer. Continúan con el impulso de la innovación, la resiliencia, la adaptabilidad y la gestión de personas.

Muestran tanta pasión por su trabajo e inculcan un ambiente positivo en el que el sentimiento es tan contagioso que hacen creer a los miembros que pueden lograr cualquier cosa.

Estos líderes adoptan la mentalidad del balcón, donde uno tiene la perspectiva para ver la luz, observar más allá y por encima del desorden, y no la mentalidad del sótano, donde todo lo que se ve es desorden y negatividad.

Según el Champlain College, la definición de **líder eficaz** es una persona que:

- Crea una visión inspiradora del futuro.
- Motiva e inspira a las personas para que se comprometan con esa visión.
- Gestiona la realización de esta visión.
- Entrena y construye un equipo para que sea eficaz en la puesta en práctica de esta visión.

También saben que el cambio es imprescindible para el éxito y, sobre todo, si nuestra organización quiere seguir siendo relevante y emocionante. Tenemos que aprender a adaptarnos y pivotar constante y regularmente a los innumerables cambios a los que se enfrenta nuestro sector a diario.

Sé que estoy compartiendo esta sala con muchos líderes inspiradores. Vosotros sois una parte integral de nuestra organización y una luz que guía nuestro futuro mientras nos adaptamos a un nuevo mundo. Os doy las gracias por vuestro liderazgo y estoy muy ilusionada por formar parte del futuro con vosotros.

## ¿CÓMO ABORDA SKÅL INTERNATIONAL ESTA CUESTIÓN?

Uno de los 8 comités iniciados este año para ayudar a nuestra transformación es el 'Comité de Formación y Educación' creado en febrero.

Este año presentarán sesiones de formación para guiar a nuestros presidentes y líderes de los clubs con habilidades, orientación, tutoría y educación con sesiones específicas.

Estos cursos estarán disponibles para nuestros líderes, líderes potenciales, así como para los miembros que estén interesados en desempeñar estas funciones en el futuro.

Estamos muy ilusionados con este proyecto y los miembros recibirán más información en las próximas semanas.

## El cambio no es una fuerza que hay que temer, sino una oportunidad que hay que aprovechar.

El cambio es un acontecimiento, pero la transición a través de este cambio es un proceso intencionado.

Normalmente, uno es más creativo durante un periodo de transición. Por ello, esta época post-pandémica es el momento ideal para reevaluar todos los aspectos de nuestra vida

personal y empresarial.

**El éxito de la industria de los viajes y el turismo se basa en los cambios y acontecimientos sociales, económicos, políticos y tecnológicos,** las catástrofes naturales, los ataques terroristas, los actos de guerra, la seguridad del transporte y, por supuesto, la pandemia.

Pero hay otros dos retos muy importantes a los que el mundo y nuestra organización tienen que enfrentarse, ya que van a cambiar nuestra forma de ver la captación y retención de miembros.

## LA NUEVA GENERACIÓN Z Y LA INDUSTRIA 4.0

El envejecimiento de los miembros es una realidad en nuestra organización y muchos de los roles en la industria de los viajes y el turismo han cambiado para adaptarse a la Industria 4.0 y a las nuevas generaciones.

Las expectativas y las carreras profesionales cambiarán por completo y Skål International debe estar preparado para acoger estos cambios.

¿Quiénes son la nueva generación y cuáles son sus expectativas? y ¿Cómo podemos aprovechar sus cualidades de liderazgo para el futuro liderazgo de Skål International?

### Generación Z

- Son nativos de la era digital.
- El 80% de este grupo aspira a trabajar con tecnología punta.
- El 52% de este grupo tiene las habilidades tecnológicas que requieren los empleadores.
- Tienen conciencia social y medioambiental.
- Son pragmáticos y realistas, la mezcla perfecta entre las actitudes del milenio y la racionalidad de la generación X.
- Adaptables y resistentes.
- Creativos y autodidactas.
- Trabajan en lo que les apasiona.

## ¿Qué es la Industria 4.0 o la Cuarta Revolución Industrial?

Es un poder emergente con el que los ordenadores piensan, sin intervención humana y donde el lugar de trabajo está totalmente automatizado.

¿Qué impulsa la Industria 4.0? Reduce los costes y permite un alcance global y expansivo de sus productos.

El desempleo es el mayor reto con la introducción de esta era, pero los humanos siempre crearán y vivirán una vida con sentido independientemente de los avances tecnológicos.

Esta era introducirá nuevos puestos de trabajo en la economía primaria que, en su mayoría, estarán directamente relacionados con las tecnologías de la información.

La buena noticia para la hostelería es que este sector entrará en la parte de los facilitadores funcionales, ya que la tecnología no puede reemplazar ciertas carreras/trabajos en el mundo de la hostelería y los viajes, ya que todos seguimos necesitando un toque humano personal.

La otra buena noticia es que se producirá un aumento exponencial del espíritu empresarial y del autoempleo, lo que repercutirá directamente en el sector de los viajes y el turismo.

Esta industria ha estado 'en el aire' durante muchos años y se ha frenado porque crearía aún más desempleo, pero el estallido está esperando y tenemos que estar preparados.

## ¿CÓMO ABORDA SKÅL INTERNATIONAL ESTA CUESTIÓN?

Después de la agitación de esta pandemia, la gente se ha dado cuenta de que la vida se basa en las relaciones. El núcleo de Skål International son las relaciones, pero estas relaciones deben ser fomentadas, reavivadas y modificadas regularmente.

Los presidentes de los clubs y sus equipos tienen que animar a los jóvenes profesionales a entrar en sus clubs para ayudar con la demografía de los miembros, las redes sociales y los eventos que atraen a la generación más joven.

Dentro del 'Comité de Formación y Educación' y con la colaboración de la Cartera de Membresía, se introducirá la **tutoría de estos jóvenes profesionales por parte de miembros experimentados de Skål International**.

El 'Comité de Promoción y Asociaciones Globales' que se ha establecido igualmente en febrero, será de gran ayuda para atraer a las nuevas generaciones mientras trabajan en proyectos de concienciación social y medioambiental como la sostenibilidad, la lucha contra la explotación sexual de los niños en el turismo y la preservación de los lugares históricos.

Las categorías de miembros tendrán que ser revisadas no sólo para relacionarlas con las expectativas y funciones de las nuevas generaciones, sino también de acuerdo con las expectativas y requisitos de la Industria 4.0.

A continuación, debemos revisar y mejorar las ventajas de nuestra afiliación para satisfacer las expectativas de las nuevas generaciones.

**Tenemos que encontrar ese equilibrio perfecto dentro del ciclo de 'cambio' para no olvidar nuestro pasado y nuestros valores fundamentales, sino mejorarlos para que encajen en nuestro nuevo mundo.**

Comprender esto y orientar a los miembros en una dirección positiva es vital.

La aceptación precede al cambio y nuestro primer paso en este ciclo de cambio es aceptar que es necesario dejar atrás el pasado.

El primer paso para alinearse con mi visión presidencial fue incorporar a los increíbles talentos y mentes de nuestros miembros en diferentes comités de trabajo. Esto no sólo añadiría valor a nuestras propuestas, sino que también crearía entusiasmo y fomentaría el trabajo en equipo entre nuestros miembros, a la vez que les permitiría formar parte del proceso de toma de decisiones de nuestra organización

Cuando se reconoce el talento de las personas, inmediatamente se enciende la mente creativa y se

contagia la positividad a todos, lo que naturalmente fomenta muchos proyectos nuevos.

Nuestra asociación con PRNewswire y eTurbo News ha supuesto que Skål International aparezca en las noticias mundiales a diario, todas las plataformas de redes sociales han mostrado nuestros logros, nuestra colaboración con otras organizaciones y nuestras opiniones de expertos en viajes sobre temas relevantes. Por supuesto, la visibilidad constante de Skål International en estos canales no sólo permite una exposición universal, sino que también despierta la fascinación de los colegas del sector de los viajes para saber por qué no son miembros de Skål International todavía.

## CONCLUSION

¡Tengamos todos una mentalidad resolutiva!

Muchos de nosotros nos quedamos atascados en el pasado debido a nuestra necesidad de certeza. La certeza es una de las seis necesidades humanas básicas y tiene que ver fundamentalmente con la supervivencia. Salir del pasado también significa adentrarse en un futuro desconocido. Significa tener el valor de dejar de lado lo que nos es familiar -incluso si es negativo- y ser lo suficientemente vulnerable como para abrazar y aprender de lo que está por venir.

El lema al que me referí en mi mensaje del Día Mundial de Skål de "Recordar - Renovar - Reunir" es muy adecuado para nosotros ahora que reconocemos lo que fue, tenemos la oportunidad de renovar nuestra mentalidad y trabajar juntos por un futuro mejor.

Agradecemos cada adiós que nos ha movido a cada hora (cambio) para movernos hacia el futuro.

Por favor, recordad:

*'Juntos somos más fuertes'.*

**Estoy entusiasmada con el futuro de Skål International y espero que vosotros también lo estéis.**



**BURCIN TURKKAN**  
Presidenta de Skål International



**ANNETTE CARDENAS**  
Directora de Skål International

# EDI TOR IAL

## A TODA MÁQUINA

**E**l tiempo vuela cuando se trabaja duro y uno se divierte. Y ya estamos a mitad de año y son muchas las cosas que se han hecho y otras muchas las que quedan por hacer.

Desde mi responsabilidad en la cartera de comunicación, recibo mucha información sobre todas las acciones y éxitos de los diferentes clubs y regiones y, debo decir, que me hace sentir muy orgullosa de formar parte de esta maravillosa organización.

En este número de nuestra revista Tourism Now compartimos los informes de mitad de año de los comités que la Presidenta Burcin Turkkan organizó a principios de año, en los que muchos compañeros Skålegas están trabajando juntos para generar ideas, propuestas y cambios para hacer de Skål International una organización más grande y mejor.

**A todos estos Skålegas, una gran ovación por su dedicación y su duro trabajo.**

Nuestra industria, al igual que el mundo, está experimentando cambios adaptándose a una nueva forma de hacer negocios y a las expectativas cambiantes de los clientes y socios.

No tengo ninguna duda de que Skål International surgirá como una organización más robusta con el trabajo y la contribución de todos nosotros, soy una Skålega orgullosa y sé que todos vosotros también lo sois.

Skål!



**ANNETTE CARDENAS**  
Directora de Skål International



CONOCE O  
SKÅL  
INTERNATIONAL

# COMITÉ GOBERNANZA

El Comité de Gobernanza ha tenido la delicada tarea de **desarrollar un modelo más eficaz y eficiente para gobernar Skål International**, con el fin de garantizar una excelente representación, un mayor compromiso, un mejor proceso de selección de los líderes internacionales y poner nuestra estructura más en consonancia con otras organizaciones internacionales dinámicas actuales.

El Comité, que se ha reunido al menos una vez a la semana desde febrero, está copresidido por Franz Heffeter, Austria; JF Cote, Canadá; y Holly Powers, Estados Unidos. Otros miembros son Bernard Whewell, Australia; Jo Jungwirth, Alemania; Sanjay Datta, India; Tito Livio Mongelli, Italia; Fernando Azcona, México; Fiona Angelico, Sudáfrica; Mario Costa, Sudamérica; Heike Garcon-Suiheran, Tailandia; Mustafa Yalcin, Turquía; y Tim Hemphill, Estados Unidos. El enlace del Consejo Internacional Skål es la Vicepresidenta Interina, Hulya Aslantas.

Para obtener una evaluación profesional de Skål International y de la dirección de la organización, se contrató a la firma consultora Raymond Chabot Grant Thornton, con 135 oficinas en todo el mundo. La empresa realizó entrevistas en profundidad, revisó la estructura actual encuestando a los dirigentes de Skål International y realizando un análisis independiente, e hizo un análisis comparativo con otras organizaciones internacionales, incluidas las que acababan de completar un proceso de reorganización similar.

El informe de la empresa, que sirvió de guía para el comité, aceleró el proceso para desarrollar una estructura de gobierno mejorada de Skål International y los procedimientos correspondientes.

La principal recomendación es la creación de un **nuevo Consejo de Gobierno de Skål International**, compuesto por representantes elegidos que se denominarán Directores de trece distritos de circunscripción común,

tamaño similar e igual autoridad. Para el comité era importante tener un enfoque 'ascendente' de la gobernanza.

Toda la propuesta ha sido remitida al Comité Ejecutivo de Skål International para su revisión y aprobación y, posteriormente, al Comité de Estatutos, dirigido por los Ex Presidentes de Skål International Mok Singh, de EE.UU., y Salih Cene, de Turquía, quienes, con su comité, prepararán los Estatutos y los cambios estatutarios necesarios para implementar las recomendaciones.

El Comité de Gobernanza completó/finalizó su mandato el 13 de mayo de 2022.

COMITÉ

# ESTATUTOS Y REGLAMENTOS INTERNOS

El Comité de Estatutos y Reglamentos Internos fue creado por el Comité Ejecutivo de Skål International para **asesorar y poner en el marco legal los cambios** que serían necesarios a la luz de las experiencias de la Asamblea General de diciembre de 2021, incluyendo las recomendaciones de cambio anticipadas por el Comité de Gobernanza. Al Comité de Gobernanza también se le encomendó la tarea de **revisar las estructuras de Skål International de manera objetiva y sugerir cambios** al Comité Ejecutivo.

El Comité está formado por Skålegas de todo el mundo. Está copresidido por los pasados presidentes de Skål International, Salih Cene, Turquía; y Mok Singh, EE.UU. Sus miembros son: Tony Clegg-Butt (pasado presidente de Skål International), África; Michelle Sandhu, Asia; Shekhar Divadkar, Asia; Serge Doyon, Canadá; Jan Sunde (pasado presidente de Skål International), Europa; Francisco Rivera, Europa; Pietro Bembo, Europa; Burjis Mehta, India; Isidro Martínez, México; Federico Gil, México; Fernando Soler, México; Leighton Cameron, Oceanía; Laura Velarde, Sudamérica/Centroamérica; Art Allis, EE. UU; y John Ruzich, EE.UU. Juan Steta (Vicepresidente de Skål International) actúa como enlace con el Comité Ejecutivo de Skål International. Esto nos permite tener una perspectiva global del trabajo que estamos realizando.

El Comité se reunió por primera vez en una reunión inicial, el 15 de febrero, llevada a cabo en

zoom con la Presidenta de Skål International, Burcin Turkkan. Tuvimos reuniones posteriores el 28 de marzo, el 25 de abril y el 23 de mayo. Está previsto que nos reunamos dos veces más, el 31 de mayo y el 3 de junio, para tratar de concluir los cambios resultantes del informe del Comité de Gobernanza recientemente recibido, modificado y aprobado por el Comité Ejecutivo. Actualmente estamos trabajando para **incorporar todos estos cambios a nuestra estructura de Estatutos y Reglamentos Internos**. Esto es importante ya que son las directrices legales bajo las que opera Skål International.

El Comité Ejecutivo, entre otros, nos ha encomendado la siguiente lista de tareas:

1. Modelo de gobernanza: A analizar y discutir cuando sea presentado por el Comité correspondiente.
2. Miembros Retirados: Evaluación de los 55 años de edad requeridos para ser Miembro Retirado.
3. Inconsistencias de los Estatutos y Reglamentos de Skål International con los del Manual de Operaciones del Consejo Internacional Skål.
4. Evaluación de las nuevas Categorías y Clasificación de miembros una vez presentadas por el Consejo Internacional Skål.
5. Elecciones: Modificaciones necesarias, si las hubiera, de nuestros Estatutos en lo que respecta a la elección del Presidente si sólo hay un Vicepresidente.

6. Enmiendas a los Estatutos de Skål International relativas a la ley de protección de datos y a la limitación del hábito de envío masivo de correos electrónicos.

Hemos debatido y avanzado en varios de estos puntos, entre ellos:

1. Las decisiones se tomaron en 2021 sin la participación y el voto del Comité Ejecutivo. Cómo evitar que esto ocurra.
2. Tuvimos un solo candidato para el cargo de Presidente. Cómo avanzamos en este tipo de cuestiones.
3. El Presidente nombró a Pasado presidente para que ocupara un puesto interino debido a una vacante en el Comité Ejecutivo. Cómo se adhiere esto a nuestros Estatutos.
4. Hubo algunas preguntas sobre cómo convocar una Asamblea General Extraordinaria. Para dar una orientación de cara al futuro.
5. Revisión y modificación de los Estatutos de los clubs y Comités de Área.

Hemos recibido el informe del Comité de Gobernanza y hemos estado debatiendo sobre las disposiciones del informe y trabajando para incorporarlas a nuestros Estatutos y Reglamentos Internos.

# COMITÉ PROMOCIÓN Y COLABORACIONES A NIVEL MUNDIAL

El Comité de Promoción y Colaboraciones a Nivel Mundial persigue que todos los niveles de Skål International desempeñen un papel significativo en la industria turística.

Los veintitrés Skålegas que forman parte del Comité de Promoción y Colaboraciones a Nivel Mundial 2022 se centran en desarrollar programas, relaciones y herramientas para mejorar la capacidad de Skål International y ofrecer actividades significativas para nuestros miembros, sus negocios, nuestros clubs y la propia industria.

Este Comité, que está copresidido por Kemi Soetan, Vicepresidenta de Skål International Nigeria, y Steve Richer, miembro de Skål International New Orleans en EE.UU., cuenta con cuatro subcomités: Crisis Pandémicas y Globales, Sostenibilidad, Tráfico y Turismo.

El Subcomité de Pandemia y Crisis Globales, copresidido por Maureen Ogola, de Kenia, y Hari Kishan Valmiki, de la India, está ofreciendo recursos relacionados con protocolos de pandemias, recomendaciones sobre cómo sobrevivir a la pandemia y prosperar después, y revisiones de otras crisis mundiales, incluyendo el reto de los refugiados ucranianos y cómo los clubs de Skål International pueden ser útiles. Dado que la pandemia está lejos de terminar, el trabajo de este subcomité será fundamental para involucrar a los Skålegas en las estrategias de mejora del negocio. El subcomité ha elaborado una encuesta sobre cómo los gobiernos nacionales han ayudado a las empresas de la industria turística.

El Subcomité de Sostenibilidad, copresidido por Mayumi Hu, de Taiwán, y Kit Wong, de México, ha estado muy activo preparando materiales para abordar la preservación y la restauración de los recursos culturales, históricos, naturales y animales, así como las buenas prácticas para la conservación de suministros, alimentos y agua en las empresas turísticas, siendo respetuosos con nuestro planeta. En su trabajo, el subcomité ha elaborado varias presentaciones para los clubs de Skål International: sobre sostenibilidad o sobre cómo nombrar a un 'campeón de la sostenibilidad', materiales que serán de ayuda en las reuniones de Skål International más grandes para ofrecer seminarios sobre sostenibilidad a nuestros miembros. Uno de estos seminarios ya se celebró en el Congreso Skål International de Norteamérica, en Orlando, Florida, EE.UU., el pasado mes de mayo.

El Subcomité de Trata, copresidido por la Presidenta de Skål International México, Jane García, y el Presidente de Skål International India, Carl Vaz, está desarrollando programas para enseñar a los Skålegas a reconocer a los menores que están siendo contratados de forma inapropiada por adultos que viajan con ellos con fines sexuales ilícitos. El subcomité está trabajando con los socios estratégicos de Skål International, ECPAT y el CODE, que se han centrado principalmente en esta área para ofrecer seminarios de formación y otros medios para involucrar a los Skålegas como parte de una red global para reducir o eliminar esta mancha onerosa en nuestra industria.

El Subcomité de Turismo, copresidido por Stella Appenteng, de Ghana, y Andres Hayes, de EE.UU., ha identificado catorce organizaciones con las que Skål International debería establecer o reforzar sus colaboraciones estratégicas en la industria. El subcomité ayudará a Skål International a gestionar estas relaciones, a continuar y reforzar las asociaciones estratégicas ya existentes y a trabajar con organizaciones clave dirigidas por Skålegas. El subcomité ha elaborado una presentación en PowerPoint para ayudar a los clubs de Skål International a entender nuestros beneficios, así como utilizar la presentación para presentar a Skål International a posibles socios estratégicos.

Desde su formación en febrero, el Comité de Promoción y Colaboraciones a Nivel Mundial en pleno y cada uno de sus subcomités, se ha reunido un mínimo de una vez al mes con muchas horas de trabajo y comunicaciones entre reuniones. Además de los diez Skålegas ya citados, los demás miembros del comité son el Presidente Nacional de Skål International Carlos Acensio y Miguel Bonorowsky de Argentina, Alfred Merse de Australia, Susan Webb de Canadá, Ville Riihimaki de Finlandia, Mark Mendes de India, Rosemary Mugambi de Kenia, Paco Cuevas de México, Constantine Panoussi de Mónaco, Handan Boyce de Turquía, Adri Kruger de Sudáfrica, Eric Etienne del Reino Unido, e Iris Salazar y Joost DeMeyer de Estados Unidos.

La directora Marja Eela-Kaskinen, de Finlandia, es el enlace del Comité Ejecutivo con el comité.

# COMITÉ CAPACITACIÓN Y FORMACIÓN

La formación y el desarrollo implican la eficacia de las organizaciones y de los individuos y equipos que las componen, y pueden considerarse relacionados con cambios inmediatos en el efecto organizativo.

Otras ventajas significativas de la formación en una organización es que fomenta la mejora continua, infunde confianza al tiempo que adopta valores individuales y perfecciona nuestras habilidades blandas. También consolida el conocimiento de los miembros de la cultura de la organización, lo que fomenta el compromiso de los miembros y aclara sus expectativas. Cuando los miembros saben que cuentan con una organización que los apoya, estarán más comprometidos y entusiasmados con su afiliación, lo que a su vez fomentará el aumento de la misma.

Ofrecer regularmente oportunidades de formación y desarrollo impactantes mejora la motivación y la satisfacción de los miembros, al tiempo que mejora la reputación de nuestras organizaciones.

Esta es la base desde la que nuestro equipo de 18 personas, centrado y apasionado, ha elaborado estrategias y ha establecido 4 objetivos desde la creación de nuestros comités en febrero:

1. Crear sesiones de formación educativas, informativas e inspiradoras para nuestros miembros.
2. Implementar y compartir estas sesiones de formación en formatos diferentes y accesibles.
3. Combinar nuestra experiencia y habilidades especiales con una fuerte convicción.
4. Centrarnos inmediatamente en las habilidades de liderazgo eficaces, en un sólido plan de sucesión para los clubs y en un curso de iniciación informativo para presentar formalmente a los nuevos miembros.

El objetivo de nuestro comité no es el de cambiar, sino el de mejorar las

habilidades de nuestros miembros, los nuevos módulos de formación de nuestra organización que, a su vez, darán lugar a miembros informados, a un liderazgo eficaz y a un plan de sucesión viable.

La planificación de la sucesión es un proceso y una estrategia para la planificación de la sustitución o el traspaso de las funciones de liderazgo. Se utiliza para identificar y desarrollar nuevos líderes potenciales que puedan pasar a desempeñar funciones de liderazgo cuando éstas queden vacantes. La planificación de la sucesión se utiliza para garantizar la continuidad y evitar una lucha de poder. En las empresas, la planificación de la sucesión implica el desarrollo de personas internas con potencial de gestión o liderazgo para ocupar puestos jerárquicos clave en la organización. Se trata de un proceso de identificación de las funciones críticas en una organización y de las competencias básicas asociadas a estas funciones, y de la identificación de posibles candidatos para asumir estas funciones cuando queden vacantes. Es el proceso utilizado para la transición del liderazgo de un club a la siguiente generación. Sabemos que la formación y el empoderamiento crearán el deseo de liderar.

El lema de nuestro comité es: **ASISTIR.APRENDER.PARTICIPAR.CRECER.** Pensamos que sería adecuado utilizar este eslogan para explicar nuestros objetivos en breves frases de poder:

**ASISTIR** - Asistir regularmente a las sesiones de formación.

**APRENDER** - Conocer todos los aspectos de Skål International (conocimientos, networking, amistad, mentoring).

**COMPROMETERSE** - Las sesiones serán envolventes, interactivas y emocionantes.

**CRECER** - Ganar 'puntos de aprendizaje', recompensas y certificados que permitan a los miembros obtener logros.

**Nuestra misión sería 'Donde la inspiración se une al conocimiento'.**

La formación no debe ser sólo un trabajo duro, sino una plataforma para inspirarse y compartir su inspiración con sus compañeros.

Nuestro **objetivo inmediato** será la primera sesión de formación en las próximas semanas que se comunicará a todos nuestros miembros a través de nuestras redes sociales. Este proyecto es a largo plazo y será la primera de muchas sesiones con diversos temas.

Nuestro deseo a **medio plazo** es tener podcasts y vídeos de 'juegos de rol' sobre temas relevantes que ayuden a los presidentes de los clubs y a los miembros, publicados en nuestra sección dedicada a la Formación y Educación en la página web de Skål International, lo que significará un fácil acceso para todos, permitiéndoles ver/escuchar a su conveniencia. También se pueden organizar reuniones de Zoom sobre distintos temas a petición de clubs, Comités Nacionales y de Área. Presentar talleres durante nuestro Congreso Mundial, así como designar a un ponente que aborde algún tema pertinente relacionado con todos los sectores de la industria de los viajes y el turismo durante el Congreso.

Y por último, pero no menos importante, disponer de estas sesiones, podcasts y vídeos en una aplicación móvil. Este formato también fue propuesto por el Comité de Transformación Digital y se considerará un objetivo a **largo plazo**.

Estamos deseando recordar a los miembros los beneficios tangibles y valiosos de los que disfrutamos al pertenecer a Skål International y afirmar que ser miembro de Skål International sería una decisión obligatoria para disfrutar del éxito en la industria de los viajes y el turismo.

COMITÉ

# DESARROLLO DE LA MEMBRESÍA

## Estimular el crecimiento de los miembros

No cabe duda de que los socios son la savia de Skål International, después de todo somos una organización que 'hace negocios con amigos' y sólo podemos hacer negocios si tenemos amigos.

La primera reunión del Comité se celebró a principios de febrero y desde entonces las reuniones son mensuales o quincenales. El horario de las reuniones es un reto para cualquier organización mundial, y nosotros no somos una excepción. Los horarios de las reuniones han variado para intentar que el mayor número posible de personas se reúna en un horario razonable.

El Comité reconoció que los Skålegas que nos precedieron han dedicado tiempo y energía al área de desarrollo de la afiliación, señalando el Fondo de Desarrollo de la Afiliación como una herramienta importante del 'kit de herramientas' para el crecimiento de la afiliación.

Por lo tanto, un objetivo clave era identificar y capturar algunas de las grandes ideas, tanto pasadas como actuales, y completarlas en un documento, un repositorio de buenas ideas. Algunas de estas ideas son las siguientes:

### Producción de video global

Producción de video global: El Comité reconoció un excelente [vídeo producido por Skål International Hobart](#). En él se defendía la importancia del networking y las relaciones para el crecimiento de sus propios negocios.



Con el apoyo de Denise Scrafton y del Comité Ejecutivo, hemos aprobado proceder con un vídeo similar pero con un contenido global.

### Fondo de Desarrollo de la Membresía

No es una idea nueva, pero se hizo evidente que algunos miembros no lo habían utilizado o, de hecho, no sabían demasiado sobre el fondo. Los miembros del Comité compartieron amablemente los detalles sobre cómo han utilizado los fondos en sus propios clubs y/o regiones. Por lo tanto, existe la oportunidad de difundirlo más ampliamente en Skål International.

### Medios y publicidad

Tampoco se trata de una idea nueva, pero merece la pena estudiarla como herramienta para contribuir al crecimiento de la afiliación.

Los medios de comunicación y la publicidad, incluidas las redes sociales, son una estrategia tanto para retener a los miembros como para atraer a otros nuevos.

La **retención** consiste en destacar los éxitos de Skål International y las historias positivas dentro de la organización. Las contribuciones a revistas, newsletters regionales y de clubs, y el compartir en redes sociales forma parte de una comunicación constante entre los miembros.

La atracción de nuevos miembros requiere que las comunicaciones trasciendan el ecosistema de Skål International. Los medios de comunicación de las comunidades



locales y empresariales son los objetivos en este caso. Un ejemplo de Skål International Queenstown fue [esta publicidad](#) en la publicación local Mountain Scene generada por dos miembros que tomaron la iniciativa de ayudar con la grave escasez de personal en las empresas de turismo y hostelería.

Los debates se centraron en investigar si existe un kit de medios o algo similar para ayudar a los clubs a generar su propia publicidad con el fin de contribuir al aumento de la afiliación. Si no es así, hay que desarrollar uno.

### Otras grandes ideas

Los debates han sido muy fructíferos y se han aportado ejemplos de actividades muy interesantes llevadas a cabo por clubs, como por ejemplo:

- Clubs que se asocian a una organización benéfica que genera confianza en la comunidad en general.
- Un club patrocinador que apoya a un nuevo club a largo plazo, no sólo en la fase inicial de creación.
- La creación de una reunión adicional en el club: 'Coffee Connection'. Es menos costoso que la cuota de una reunión habitual. En el club de Queenstown, Nueva Zelanda, las reuniones de café cuentan con el apoyo de Te Hau Toka - Southern Lakes Wellbeing Trust, que apoya iniciativas de salud mental. Después de la pandemia, estas reuniones de café eran tanto de apoyo como de 'hacer negocios'. Estos cafés gratuitos son ahora una ventaja para los miembros.

Como comité, seguiremos celebrando nuestras reuniones y desarrollando estas ideas.

Esperamos poder poner en práctica algunas de las iniciativas mencionadas anteriormente.

# COMITÉ TECNOLOGÍA

El Comité de Tecnología se creó para revisar el estado de la puesta en marcha de las webs de todos los Comités Nacionales y clubs.

Uno de los elementos más importantes de esta nueva plataforma es la **coherencia de la marca de toda la red de Skål International** a nivel de Área, Nacional y de clubs.

Establecimos **tres prioridades** que incluían la evaluación del estado actual del despliegue, la revisión de los éxitos y los retos de los clubs que adoptan la nueva plataforma y las recomendaciones de cambios para racionalizar el uso de la plataforma y convertirla en una red global más eficaz para los miembros.

Nuestra **primera recomendación** fue que se pusieran en marcha todas las webs para que la red mundial quedara totalmente establecida. Esta tarea implicaría la finalización de las webs de todos los Comités Nacionales y, a continuación, la réplica de todas las webs de los clubs para que los elementos principales estuvieran totalmente integrados. Esta integración de los tres niveles de Skål International es uno de los recursos más potentes de este sistema. La información clave fluye desde las páginas internacionales a través de las webs nacionales y de los clubs. Además, las webs nacionales también fluyen hacia los clubs. Esto incluye elementos clave como una base de datos común para todos y una amplia gama de herramientas y recursos para ayudar a los clubs a gestionar los datos de los miembros, la comunicación con ellos y el intercambio de información.

Nuestra **segunda prioridad** era establecer una red de voluntarios en todo el mundo que pudieran ayudar a los clubs a personalizar sus propias webs. Aunque las páginas web nacionales se desarrollarían en su totalidad, los clubs recibirían una web a nivel de club integrada en la web nacional con la inclusión de páginas específicas para el club, inicialmente rellenas con información genérica. Los voluntarios podrían ayudar a los clubs a personalizar las imágenes y el contenido de estas páginas. Si los clubs quisieran ir más allá y añadir más personalización, como añadir páginas, álbumes de fotos, cargar sus eventos, etc., hay disponible una amplia gama de vídeos de formación o se remitiría a proveedores de servicios autorizados que los clubs podrían contratar.

Recuerda que estas nuevas webs disponen del alojamiento, soporte y entrega de forma gratuita. Esto permite a los clubs ahorrarse los costes anuales de alojamiento existentes. Además, es posible redirigir la URL a la nueva dirección sin coste alguno, para que la transición sea perfecta.

Observamos que algunos Comités Nacionales y clubs contaban con un gran apoyo informático y eran capaces de mantener fácilmente sus webs. Sin embargo, en otros casos no se disponía de voluntarios con conocimientos en la materia. Estamos abordando esta cuestión de tres maneras. En primer lugar, como se ha mencionado anteriormente, se reclutó una red de voluntarios en todo el mundo para ayudar a

los clubs con la personalización inicial de sus webs. En segundo lugar, hemos recomendado que los vídeos de formación/orientación se potencien y sean fácilmente accesibles a nivel internacional para que fluyan a través de las webs nacionales y de los clubs, de modo que estén 'a mano' en todo momento. Por último, hemos recomendado modificaciones para que la experiencia del usuario sea aún más fácil. Esto incluye nuevos dashboards para que los administradores web y los officers realicen operaciones básicas, añadiendo acceso adicional a las áreas de administración para los officers de comunicación y desarrollo de la membresía, añadiendo una herramienta de 'añadir al calendario' que puede ser usada en conjunto con cualquier evento publicado en las webs o incluso para comunicarse con los officers para pre-bloquear las fechas de las reuniones para el año.

La **visión a largo plazo** es hacer evolucionar todo el sistema para que se pueda acceder a todo lo relacionado con Skål International a través de los dispositivos móviles, con nuevas aplicaciones y, en última instancia, con una plataforma orientada a los contenidos que permita una mayor presencia y notoriedad de Skål International en todo el mundo.

# COMITÉ MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y RELACIONES PÚBLICAS

## Objetivos

Celebramos una reunión a modo de lluvia de ideas el 7 de marzo de 2022. Enumeramos 7 acciones/objetivos para el año (todavía no trabajamos en una estrategia para alcanzar nuestros objetivos):

1. Compartir
2. Educar
3. Ser una voz en el sector de los viajes
4. Objetivo de comunicación
5. Redes Sociales
6. Sostenibilidad
7. Eventos/Activación

## Logotipos

Se han recibido los nuevos logotipos de cada club. Compartimos nuestros comentarios:

- Los logotipos presentados (y compartidos con los clubs) no están diseñados para la mayoría de las redes sociales.

- Los logotipos no pueden ser personalizados por cada club. Aunque Skål International es una organización global, los clubs locales son la columna vertebral de nuestra organización (apoyan a los miembros, hacen negocios juntos...). El logotipo de cada club debe enfatizar los puntos fuertes internacionales y locales de nuestra organización).

## Redes Sociales/Marca

Se está trabajando en la presencia en LinkedIn de todos los clubs:

1. En estos momentos se han revisado los perfiles de LinkedIn de los responsables de RRPP y miembros que han respondido a nuestra encuesta.
2. Se están auditando todos los perfiles/páginas de LinkedIn de Skål International existentes.

En cuanto terminemos nuestro trabajo, compartiremos nuestras recomendaciones con el comité y nos organizaremos.

## Eventos

- Organización de webinars.
- Entrevistas para la newsletter Skål Now y la revista #TourismNow.

## Comunicados de prensa/ comunicaciones

Gracias a nuestro acuerdo de colaboración con ETurboNews, los comunicados de prensa se han compartido activamente en esta red. ETurboNews dio la oportunidad a todos nuestros clubs de compartir sus noticias e historias en sus programas en directo.

# COMITÉ AYUDA

Todos pertenecemos a una organización que trabaja, entre otras cosas, también por la paz y el entendimiento en el mundo. Eso es lo que queremos y necesitamos para nuestra industria turística y de viajes. Las guerras, las pandemias, las catástrofes naturales, etc., son lo peor que puede ocurrir para nuestra industria. Hemos visto las consecuencias de la pandemia de Covid-19.

Cuando pensábamos que el mundo podría volver a la 'normalidad', estalló una guerra en Europa. No podíamos creerlo, los expertos no lo creían, pero sucedió. Rusia atacó a Ucrania. Vimos cómo millones de personas huían de las zonas de guerra y se dirigían a los países vecinos y a otros países. Una cosa era segura, **se necesitaba ayuda**.

La Presidenta Burcin Turkkan pidió a los ex presidentes internacionales

Matanyah Hecht y Jan H. Sunde que administraran un **fondo para ayudar a los refugiados de Ucrania**. Se creó el fondo y se pidió a los miembros de Skål International que contribuyeran. Matanyah y Jan tenían experiencia en el Fondo del Tsunami de 2004-2005.

Desde el principio se vio que los niños necesitaban una ayuda especial y Skål International Bucharest había iniciado un régimen y un plan de ayuda, y fue natural pedirle al Presidente Florin Tancu que se implicara y viera si el Comité de Ayuda podía ayudar a Skål International Bucharest con fondos. Florin Tancu y su equipo tenían un plan y han hecho mucho.

Durante el fin de semana del 3 al 5 de junio, 44 niños ucranianos y sus profesores pasaron su tiempo en uno de los hoteles de la costa del Mar Negro, el Majestic Jupiter.

Todos los niños son estudiantes del Colegio Nacional Mihai Viteazul de Bucarest. Toda su estancia fue pagada por Skål International Bucharest. Han recibido muy buenas referencias de sus profesores. También tienen la intención de donar 9 tablets para sumarlos a 3 que ya donaron.

Es natural que el **Fondo de Ayuda de Skål International** haya decidido financiar algunas de las tablets, el viaje al Mar Negro y las camisetas de Skål International.

El Comité de Ayuda también **donará dinero a la Cruz Roja y a UNICEF**, destinado a ayudar a los niños ucranianos.

Gracias a todos los que han donado dinero y a Skål International Bucharest por el fantástico trabajo que han realizado para ayudar.

# AYUDA

A LOS  
**REFUGIADOS  
UCRANIANOS**

¿Cómo ayudar? Haz clic [aquí](#)  
**#SkalForUkrainians**

# INDIA, PAÍS EJEMPLAR EN AUMENTO DE MEMBRESÍA



IVOR VAZ

Periodista de viajes y turismo

**“NO HAY CASUALIDAD, NI DESTINO, NI SUERTE QUE PUEDA ELUDIR, OBSTACULIZAR O CONTROLAR LA FIRME RESOLUCIÓN DE UN ALMA DECIDIDA”, DIJO EN UNA OCASIÓN ELLA WHEELER WILCOX, LA FAMOSA AUTORA Y POETA ESTADOUNIDENSE. POCAS VECES SE DIJERON PALABRAS MÁS CIERTAS. NUESTRO DESTINO NO DEPENDE DE LAS ESTRELLAS, SINO DE NOSOTROS MISMOS. Y ES EN ESTOS MOMENTOS DE NUESTRAS DECISIONES CUANDO SE FORJA NUESTRO DESTINO.**

La frase está escrita para que el mundo la vea. **A finales de mayo de 2022, la India se convirtió oficialmente en la mayor base de miembros de Skål International en todo el mundo, con más de 1.575 miembros en cartera.** Hace poco más de un mes, el lanzamiento formal del mayor grupo de Skål Joven del mundo hizo que el club de Kolkata brillara con luz propia en el mapa de Skål International, ya que más de 180 jóvenes de la industria turística se inscribieron. Por último, pero no por ello menos importante, dos lanzamientos históricos de nuevos clubs - Skål International Chandigarh (21 de mayo) y Skål International Lucknow (23 de mayo), que se sumaron a otro a finales del año pasado (Skål International Bhubaneswar), coronaron un primer mandato memorable (2020-2022) para un equipo dinámico que se reunió durante el inicio de Covid-19 para cumplir con una visión dirigida al crecimiento, establecer procesos y **convertir a Skål International en la principal organización de viajes y turismo de la India.**

El simple hecho de que Skål International India alcanzara cotas sin precedentes en 2020-2022 a pesar de los numerosos desafíos, siendo el más notable la mortal segunda ola de Covid-19 en abril de 2021, en la que India superó los 26 millones de casos, sólo superada por los Estados Unidos, y se convirtió en el nuevo

epicentro de la pandemia mundial, superando los 2,5 millones de casos activos y notificando una media de 400.000 nuevos casos y 3.500 muertes diarias (que la mayoría de los analistas consideraron un recuento insuficiente), cuenta una **historia de verdadera valentía y determinación** mostrada por unos pocos hombres buenos..

Aun así, para entender los logros del Equipo de India, rebobinemos hasta el 28 de octubre de 2020, cuando 1.200 miembros de Skål International India, encabezada por el Skålega **Carl Vaz**, un conocido profesional de los viajes y comercializador de destinos, que juró su cargo como presidente nacional, se trataba de un equipo que contaba con pesos pesados de la industria y con una gran experiencia que se fijó objetivos ambiciosos desde el principio.

A menos de 40 días de su toma de posesión, el nuevo equipo de Skål International India celebró su primera reunión del Comité Nacional el 5 de diciembre de 2020. Los Presidentes de 14 clubs de 13 ciudades indias, junto con los miembros de la Junta Directiva de Skål India, se reunieron en Calcuta. Su objetivo era examinar el camino a seguir para el asediado sector y lanzar un plan maestro para **'Reagruparse, Recuperarse, Renacer y Regocijarse para la Revitalización'** de Skål International India y de los negocios de sus miembros. Este evento 'híbrido' se celebró tanto

física como virtualmente - en Zoom y Facebook. A pesar de la pandemia, 35 miembros asistieron en persona mientras que varios Skålegas lo hicieron en modo online. Muchos presidentes de clubs y sus representantes también estuvieron presentes, al igual que Sanjay Datta, Presidente de Skål International Asia en ese momento.

Dice Jeff Bezos, fundador, presidente ejecutivo y ex presidente y consejero delegado de Amazon: "Una marca para una organización es como la reputación para una persona. La reputación se gana intentando hacer bien las cosas difíciles". El hecho es que **la 'Identidad de Marca' importa.** Desde el punto de vista de Skål International India, era fundamental acertar con su marca. Ahora bien, un país tan diverso como la India está repleto de diferentes telares manuales tradicionales. Algunos son coloridos y otros tienen un profundo significado histórico. Maharashtra tiene su Paithani, Goa su Kunbi, Tamil Nadu su Kanjeevaram, etc. Entender la historia que hay detrás de estos tejidos permite conocer las distintas regiones de la India. Ahí está la génesis de las banderas de tela, en la que cada Skål club eligió un tejido autóctono de su región.

Al mismo tiempo, la directiva nacional decidió introducir un canal de marketing adicional para el Skål International India en forma de revista-boletín y lo bautizó como 'KOTIN' (abreviatura de Keeping

Ourselves Together - India). La idea era llegar al consumidor final y dar vida a las historias de los Skålegas y del Skål International India. Aquí es donde 'Yours Truly' intervino como editor de la revista. El número inaugural de KOTIN (diciembre de 2020), se lanzó en medio de un gran entusiasmo durante la Asamblea General inaugural en Calcuta. Hasta ahora se han publicado nueve números, el último en abril-mayo de 2022. En la actualidad, KOTIN es un producto tangible de Skål International India, que proporciona un fuerte recuerdo de la marca y también una fuente potencial de ingresos procedentes de la publicidad y la promoción.

Los 'tiempos de la corona' eran difíciles y la directiva nacional no tardó en darse cuenta de ello. Muchos empresarios de la industria estaban luchando por mantenerse a flote. En consecuencia, la dirección de Skål International India decidió renunciar por completo a las cuotas de afiliación para 2021 y 2022. La exención neta ascendió a la friolera de 12.50.000 INR.

La Junta Directiva logró otros dos objetivos importantes durante su primer año de mandato. En términos de administración, finanzas y marketing, **Skål International India se convirtió en una organización completamente orientada a los procesos.** En segundo lugar, el registro se hizo realidad. Los miembros más antiguos recordarán que Skål International India luchó continuamente para conseguir el restablecimiento de su registro. Finalmente, se ha superado este obstáculo y Skål International India ha vuelto a cumplir con su proceso de registro.

La nueva página web oficial de Skål International India también se ha puesto en marcha. Sigue la nueva identidad de marca de Skål International India, reconociendo la belleza, la historia y la diversidad de los tejidos y estampados de la India. Fiel a la filosofía de Skål International, presenta oportunidades para hacer negocios entre amigos. Con un marcado enfoque en el consumidor final, el objetivo es conectar a los clientes con los socios y viceversa. El nuevo aspecto de la home page, acompañada de un vibrante banner de vídeo, permite emocionarse cada vez que uno se conecta, con una experiencia ligeramente

diferente en cada visita. Ahora, todos los Skålegas del país pueden entrar en [skalindia.org](http://skalindia.org) y conocer de cerca a los dirigentes del Skål International India, leer las noticias relacionadas con Skål International y conocer los eventos organizados a nivel nacional y de club.

La **Responsabilidad Social Corporativa** forma parte del espíritu de cualquier organización Skål, sea cual sea su nivel. Tras los cierres impuestos por la pandemia, todas las instituciones educativas cerraron en todo el país, lo que obligó a millones de niños a adaptarse al aprendizaje electrónico. En la India, no todos pudieron hacer la transición al aprendizaje en línea, principalmente por cuestiones de asequibilidad. Por ello, Skål International India decidió participar en este proceso de transición. Creó el **Proyecto E-volution**, su iniciativa principal, en 2021. Su objetivo era alinearse con el programa Digital India del Gobierno de la India mediante la creación de una plataforma para donar ordenadores portátiles, teléfonos inteligentes y otros productos electrónicos, ya sean usados o nuevos, para ayudar a los niños necesitados a asegurar una educación online.

El éxito de cualquier organización en el mundo actual depende de la colaboración con sus miembros en el negocio, especialmente en un momento en el que el mundo está tratando de levantarse después de la peor fase de interrupción de los viajes debido a la pandemia de dos años de duración. Desde su creación, la Junta Directiva de Skål International India ha tenido la previsión de forjar **acuerdos con organizaciones estratégicamente importantes.** Se firmó un acuerdo con Informa Markets India (conocida por sus exitosas exposiciones a nivel mundial, siendo su evento insignia SATTE) con la intención de trabajar juntos en la promoción del turismo. También se firmó un memorando de entendimiento con Interglobe Aviation Ltd. (Indigo), que permite obtener descuentos en los vuelos. (Indigo), que permite descuentos en las reservas de viajes oficiales de los miembros de Skål India y tarifas especiales de punto a punto durante un periodo de dos años. Dado que los jóvenes profesionales de la industria forman las líneas

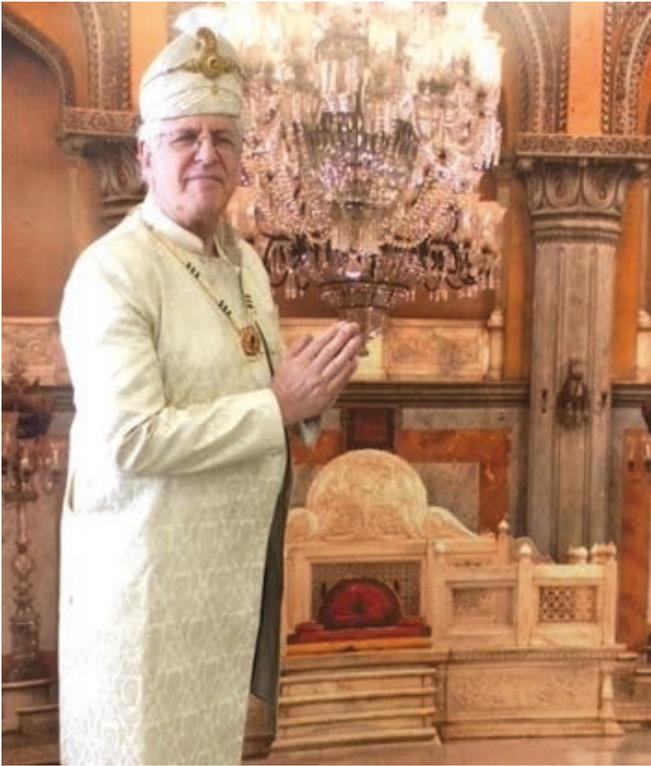
de suministro de organizaciones como Skål International, acuerdo con el Instituto Internacional de Gestión Hotelera (IIHM) resultó ser decisivo para la contratación de varios miembros del Skål Joven en los clubes de la India. Se firmó un cuarto MoU con Travel World Online TV (TWO), una plataforma de medios digitales B2B para dar a conocer las actividades de Skål International durante un periodo de dos años a cambio de su reconocimiento como socio mediático de Skål International India. Por último, el 20 de mayo de 2022, en el India Expo Centre & Mart de Greater Noida, la Autoridad de Turismo de Arabia Saudí y Skål International India firmaron un exclusivo acuerdo para promover el turismo de la India.

Al iniciarse el nuevo año fiscal 2022-2023, las perspectivas del turismo parecen brillantes, y los cielos aún más, ahora que están abiertos al negocio. La India ha superado la tormenta con más fuerza que nunca, un hecho reconocido por Burcin Turkkan, Presidenta de Skål International Executive Board 2022. "Les felicito a usted y a su directiva por el extraordinario éxito que han traído a Skål International India, avanzando con un crecimiento estratégico en línea con los objetivos de Skål International para 2022. En nombre del Comité Ejecutivo de Skål International, quiero transmitirle a usted y a su equipo nuestro agradecimiento por su dedicación y su duro trabajo", escribió en una carta dirigida a Carl Vaz.

Sin embargo, desde la perspectiva india, lo mejor está por llegar. Con **tres nuevos clubs** (Jaipur, Pondicherry y Ahmedabad) listos para este año, se espera que Skål International India supere la marca de 1.700 miembros muy pronto. El plan prevé el lanzamiento de dos nuevos clubs antes de fin de año, probablemente en el centro y el este de la India. Si esto ocurre, **Skål International India tendrá 21 clubs a finales de 2022.**

Lo único que está en la lista de deseos de todos, por ahora, es asegurar el éxito de la **candidatura global de Skål International Calcuta para el Congreso Mundial de Skål International 2024-2025.** Eso sería la guinda perfecta del pastel.

# SKÅLEGA EJEMPLAR



## STEVE RICHER

Skål International New Orleans

**STEPHEN B. RICHER, DE 75 AÑOS, HA SIDO SKÅLEGA DURANTE APROXIMADAMENTE TREINTA Y SIETE AÑOS Y MIEMBRO DE CINCO CLUBS DIFERENTES DE SKÅL INTERNATIONAL, COMENZANDO EN RENO, NEVADA; FILADELFIA, PENNSYLVANIA; ATLANTIC CITY, NUEVA JERSEY (QUE ÉL INICIÓ); NUEVA ORLEANS, LOUISIANA; Y WASHINGTON DC.**

Estas membresías siguieron a su carrera como Director de Turismo de Nevada y miembro del Gabinete del Gobernador de Nevada; Presidente del Greater Atlantic City Convention & Visitors Bureau; Director Ejecutivo del Mississippi Gulf Coast Convention & Visitors Bureau; federal lobbyist de Estados Unidos y consultor de la National Tour Association, la American Bus Association, la American Society of Travel Agents y la International Inbound Travel Association; y consultor de marketing turístico internacional centrado en África, Asia y América, con trabajos específicos en Nigeria, Guinea Ecuatorial, Etiopía, Kenia, India, China, Japón y México.

Steve ha regresado recientemente a su hogar en Gulfport, Mississippi; se ha reincorporado a Skål International New Orleans, que acaba de ser nombrado Skål Club del Año en Estados Unidos; y está trabajando en un proyecto de desarrollo turístico en Mississippi como consultor.

## ACTIVIDADES EN SKÅL INTERNATIONAL

Curiosamente, Steve no ha ocupado muchos cargos en Skål International durante estos años, a pesar de haber liderado la formación del antiguo Skål International Atlantic City, de haber servido como director de Skål International Washington DC y de haber sido director durante tres años en Skål International Estados Unidos.

Sin embargo, las actividades de voluntariado de Steve para Skål International no han pasado desapercibidas. En 2017, su papel en el regreso de Skål International a Etiopía, un esfuerzo conjunto de los clubs de Skål International Washington DC y Nairobi (Kenia), y su liderazgo en el hermanamiento de todos los clubs Skål International de la India con uno o más clubs Skål International de Estados Unidos, hicieron que Steve fuera seleccionado por el Ex Presidente de Skål International David Fisher como **Skålega del Año 2017**. Este reconocimiento fue otorgado ese año en el Congreso Mundial de Skål International en Hyderabad, India.

En 2021, un grupo ad hoc de Skålegas, entre los que se encontraba Steve, elaboró recomendaciones sobre gobernanza y relevancia que fueron presentadas a Skål International. El grupo global logró un objetivo importante al conseguir que Skål International se centrara en asuntos que fortalecerán nuestra organización en los próximos años con una mejor gobernanza y más programas que ayudarán a nuestros socios, a sus negocios, a nuestros clubs y a la industria del turismo en general.

Como resultado de su participación en estos esfuerzos y otras actividades anteriores, Burcin Turkkan, Presidenta Mundial de Skål International, nombró a Steve **copresidente del Comité de Promoción y Colaboraciones a Nivel Mundial de Skål International 2022**. Kemi Soetan, Vicepresidenta de Skål International Nigeria, es la otra copresidenta.

Como se refleja en otra sección de esta revista, el comité se ocupa de la pandemia y del restablecimiento del negocio, de otras crisis mundiales, del tráfico sexual de menores en el turismo, de las prácticas de turismo sostenible y de la creación de relaciones con otras organizaciones internacionales de turismo. El comité y sus cuatro subcomités están muy activos, proporcionando programación, materiales de promoción y kits de herramientas en cada una de estas áreas.

## OTROS DATOS

Steve se graduó en la Universidad de Princeton, donde forma parte del Consejo de Administración de su promoción y de su fundación benéfica.

Fue alcalde del municipio de Randolph (Nueva Jersey) y ha desempeñado diversas funciones políticas y gubernamentales a lo largo de toda su vida, como funcionario político universitario, local y estatal. Entre sus experiencias favoritas está la de haber sido Presidente Nacional de los Estudiantes por Robert F. Kennedy para Presidente en 1968 y la de haber organizado y oficiado dos actos distintos en los que presentó a los oradores. Uno de ellos fue el recién elegido senador de los Estados Unidos, Joseph Biden, de Delaware. El otro fue el hotelero y propietario de casinos de Atlantic City, Donald Trump.

Steve también ha sido Director de Turismo de Nueva Jersey, miembro de la Comisión de Israel de Nueva Jersey, ponente en la Asociación de Viajes de África, presidente del comité del Acuerdo de Turismo Binacional del Golfo de México, abrió la primera oficina de turismo del estado de EEUU en Japón y

organizó misiones comerciales del estado a China, Hong Kong, Singapur y Japón.

Fue presidente de Visit USA West y Southcoast USA, dos organizaciones de marketing multiestatales.

Steve figura en las listas de Who's Who in America y Who's Who in the World y recientemente ha sido nombrado ganador del premio Albert Nelson Marquis Lifetime Achievement Award por Marquis Who's Who.

Es padre de dos hijos, Sean y Jack, y abuelo.



**BURCIN TURKKAN,  
PRESIDENTA  
MUNDIAL DE SKÅL  
INTERNATIONAL,  
NOMBRÓ A STEVE  
COPRESIDENTE  
DEL COMITÉ DE  
PROMOCIÓN Y  
COLABORACIONES  
A NIVEL MUNDIAL  
DE SKÅL  
INTERNATIONAL  
2022**

SKÅLEGA

EJEMPLAR

# RECUPERACIÓN DEL TURISMO



# ENTREVISTA A CARINA BAUER

Skål International ha entrevistado a Carina Bauer para conocer su opinión sobre la recuperación del turismo en un momento en el que la industria turística parece volver a ser la de antes, como Skålega y como líder de la industria MICE.



## SOBRE CARINA BAUER

Carina Bauer es la Directora General del Grupo IMEX y miembro de Skål International. Apasionada por la industria de los eventos empresariales y su impacto en el mundo, tiene un interés particular en los temas relacionados con la sostenibilidad, la diversidad y la inclusión y la tutoría de los líderes del mañana. A lo largo de

su carrera, Carina ha sido un miembro activo de la industria de las reuniones. En la actualidad, es presidenta del Consejo de la AEO y la EIA, miembro del Consejo de la UFI y ex presidenta de la Fundación SITE (2020). Anteriormente formó parte de la Junta de la sección británica de MPI y de los comités globales de MPI y PCMA.

**CARINA, HEMOS PASADO POR MOMENTOS COMPLICADOS EN LA INDUSTRIA DEL TURISMO EN LOS QUE MUCHAS EMPRESAS Y LÍDERES HAN TENIDO QUE CAMBIAR, EVOLUCIONAR Y REINVENTAR SU MODELO DE NEGOCIO. ¿CÓMO HA SIDO EN EL CASO DEL SECTOR MICE Y EN EL CASO CONCRETO DEL GRUPO IMEX? ¿CÓMO HABÉIS SUPERADO ESTOS RETOS? ¿CUÁL ES SU PERSPECTIVA PARA EL SECTOR MICE DE CARA AL FUTURO?**

El sector de los eventos -al igual que el de los viajes- se vio paralizado por la pandemia del COVID y las empresas se vieron obligadas a evaluar sus ofertas y modelos de negocio. Sin embargo, la demanda reprimida que está experimentando el sector de los viajes también se está dejando sentir en el sector de los eventos, ya que la demanda supera sin duda a la oferta, lo que nos parece el mayor reto inicial al que nos enfrentamos.

En el caso de IMEX, tuvimos que hacer una pausa forzosa con tres ferias canceladas y experimentamos con el mundo de los eventos virtuales. Lo que sí puedo decir es que aprendimos mucho con esta experiencia, **ganamos confianza para ofrecer valor de nuevas maneras a nuestros clientes y tuvimos tiempo para replantearnos realmente la experiencia en persona.**

Después de volver de nuestra primera IMEX en Frankfurt desde 2019, puedo dar fe de que este rediseño de la experiencia ha sido realmente impactante y nos ha llevado a mejorar muchos elementos de la feria. Este tipo de experiencia impulsada por el diseño y la innovación continua seguirá siendo importante a medida que el mundo vuelva a vivir las ferias presenciales.

**COMO MIEMBRO DE SKÁL INTERNATIONAL Y EXPERTA EN EL IMPULSO DE NUEVOS TALENTOS Y LÍDERES EN LA INDUSTRIA TURÍSTICA, ¿QUÉ CONSEJOS TIENE PARA QUE LOS JÓVENES MIEMBROS QUE ACABAN DE EMPEZAR SU CARRERA GESTIONEN SU FUTURO EN EL MUNDO DE LOS VIAJES Y EL TURISMO? ¿ES POSIBLE PREPARARSE PARA SITUACIONES COMO LAS VIVIDAS RECIENTEMENTE EN TODO EL MUNDO?**

La mejor preparación es mantenerse ágil y adaptable. El cambio es constante y lo mejor que puede hacer cualquier persona es mantener la mente abierta, seguir buscando oportunidades de aprendizaje permanente y desarrollar habilidades que le hagan valioso para cualquier empresa en la que desee trabajar. La otra cosa que les diría a los jóvenes es que las empresas pueden enseñar habilidades, pero la mentalidad es algo que es único y cada vez más las empresas buscan a aquellos con actitud de poder hacer, personas que deseen experimentar, innovar y crecer y aquellos con habilidades de comunicación y de Inteligencia Emocional sobresalientes. Asegúrate de centrarte en ellas, **sé fiel a ti mismo y desarrolla tu autoconciencia.**

**HABLANDO DE ADAPTARSE AL CAMBIO, ¿CREES QUE LOS PROFESIONALES DEL SECTOR Y SUS EMPRESAS ESTÁN PREPARADOS PARA LAS NUEVAS TENDENCIAS Y DEMANDAS BASADAS EN LA SOSTENIBILIDAD Y LA TECNOLOGÍA? ¿QUÉ PODEMOS MEJORAR?**

Como en el caso anterior, tenemos que estar constantemente abiertos al cambio y a la adaptación. Pero, sobre todo, deberíamos liderar desde el frente,

mostrando a otros sectores la seriedad con la que nos tomamos el reto del cambio climático, demostrando los beneficios transformadores que aportan los viajes, al tiempo que reducimos los impactos perjudiciales en la forma de desarrollar nuestros productos y servicios. Desde el punto de vista de la tecnología, deberíamos **aspirar a mejorar la experiencia de los viajes**, eliminando las barreras y facilitando el proceso del cliente.

**ESTE AÑO PROMETE SER EL DE LA RECUPERACIÓN. LOS VIAJES SE ESTÁN RECUPERANDO Y CON ELLOS LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y COMERCIAL. COMO EXPERTA, ¿QUÉ TRES HITOS DIRÍA A NUESTROS LECTORES, TAMBIÉN LÍDERES DEL SECTOR, QUE DEBERÍAN ESFORZARSE POR ALCANZAR EN SUS NEGOCIOS EN ESTE 2022?**

Animaría a los lectores a plantearse objetivos conservadores y ambiciosos para su organización, ya que nos encontramos en un mercado de gran demanda, pero todavía incierto. También animaría a la gente a considerar la cultura de su empresa a medida que salimos de esta crisis y nos enfrentamos a una enorme presión en el mercado de trabajo. Si hay un hito por el que me gustaría que todos trabajáramos antes de que acabe el año, sería **que cada empresa tuviera una estrategia net zero (economía con cero emisiones netas de gases de efecto invernadero) que fuera viable y seria.** Si todos nos unimos para conseguirlo, reforzaremos nuestro sector de cara al futuro y demostraremos que podemos ser parte de la solución y no del problema. Esto será cada vez más importante en el futuro.

# INTREVISTA A OMT ION VILCU, DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE MIEMBROS AFILIADOS



## ACERCA DE LA OMT

La Organización Mundial del Turismo (OMT) es la agencia de las Naciones Unidas responsable de la promoción de un turismo responsable, sostenible y universalmente accesible.

Como organización internacional líder en el campo del turismo, la OMT promueve el turismo como motor del crecimiento económico, el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad medioambiental, y ofrece liderazgo y apoyo al sector en el avance de los conocimientos y las políticas turísticas en todo el mundo.

**Skål International es Miembro Afiliado de la Organización Mundial del Turismo (OMT) desde 1984.**

Al reunir a más de 500 empresas, instituciones educativas y de investigación, destinos y ONG, los Miembros Afiliados de la OMT proporcionan un espacio para que

los miembros dialoguen, compartan información y emprendan nuevas acciones. Su principal misión es fomentar las sinergias entre los Miembros Afiliados y los Estados Miembros y promover el intercambio de conocimientos entre las principales partes interesadas con el fin de contribuir a la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

En este escenario, después de más de dos años de pandemia con un impacto tan directo en la industria del turismo y en el que la OMT ha estado trabajando activamente para la recuperación y el retorno de la actividad mundial de viajes y turismo, preguntamos al **Sr. Ion Vilcu, Director del Departamento de Miembros Afiliados** sobre la recuperación del turismo y el futuro inminente del turismo internacional.

## ¿CUÁLES HAN SIDO LOS MAYORES RETOS A LOS QUE HA TENIDO QUE ENFRENTARSE LA OMT DURANTE ESTOS DOS ÚLTIMOS Y DIFÍCILES AÑOS Y CÓMO LOS HA AFRONTADO? ¿QUÉ LECCIONES SE PUEDEN EXTRAER DE ESTA EXPERIENCIA?

El mayor reto al que se ha enfrentado la OMT en los últimos años es la coordinación entre los gobiernos, el sector privado y las organizaciones internacionales para hacer frente a la desaceleración del turismo mundial.

El turismo es un sector extremadamente importante y garantiza millones de puestos de trabajo en todo el mundo. Por ello, **la OMT ha centrado sus esfuerzos en colaborar con los Gobiernos y el sector privado para reactivar el turismo de forma segura**, coordinando la aplicación de políticas y garantizando la asistencia técnica a los países, organizaciones y entidades privadas que lo necesiten.

Todo ello se ha realizado en el marco del **Comité Mundial de Crisis del Turismo de la OMT**, que reúne a los principales agentes del sector y en el que la OMT ha coordinado los esfuerzos de todos para mantener los puestos de trabajo y reiniciar el turismo.

La OMT también ha ofrecido el **paquete de asistencia técnica COVID-19 para la recuperación del turismo**. El paquete está estructurado en torno a tres pilares principales: la recuperación económica, el marketing y la promoción y el fortalecimiento institucional y la creación de resiliencia, y su objetivo es proporcionar apoyo a los miembros en la recuperación del turismo.

El sector turístico ha demostrado una vez más su resistencia y su capacidad para sobrevivir a la crisis y, sobre todo, que hoy en día las alianzas y la cooperación siguen siendo muy importantes en la industria turística, así como la colaboración público-privada y el apoyo de los gobiernos.

## ¿PODEMOS HABLAR HOY DE UNA RECUPERACIÓN DE LA INDUSTRIA TURÍSTICA? ¿CUÁLES SON LAS PERSPECTIVAS DE FUTURO DEL PANORAMA TURÍSTICO EN LOS PRÓXIMOS MESES Y QUÉ ACCIONES PREVÉ LA OMT PARA CONSOLIDAR LA RECUPERACIÓN DE LA INDUSTRIA?

Como es sabido, toda crisis es un impulso para el crecimiento y el desarrollo de nuevas formas de trabajo, así como de nuevas ideas e iniciativas.

En este contexto, **podemos hablar del inicio de una recuperación del sector turístico, pero todavía no de una recuperación total**.

En los próximos meses, lo importante será seguir apoyando los esfuerzos de los gobiernos y del sector privado de todo el mundo, centrándose en el desarrollo de nuevos modelos de negocio y nuevos proyectos, así como en la promoción de un turismo más seguro, accesible, resistente y sostenible.

Como se ha mencionado anteriormente, la OMT está coordinando los esfuerzos de los gobiernos y del sector privado para la recuperación del turismo a través de las relaciones diarias con sus Estados Miembros y Miembros Afiliados.

## ¿QUÉ ESPERA LA OMT DE SUS ESTADOS MIEMBROS Y MIEMBROS AFILIADOS EN RELACIÓN CON LA RECUPERACIÓN DEL TURISMO, ¿CÓMO PODEMOS AYUDAR Y CUÁLES SERÍAN LAS PAUTAS A SEGUIR PARA CONSEGUIR JUNTOS UNA INDUSTRIA SANA, RECUPERADA, SOSTENIBLE, INCLUSIVA Y JUSTA?

La OMT espera **una participación más activa de los gobiernos** en la recuperación del sector turístico, así como el **dinamismo y las nuevas iniciativas del sector privado**. Los Miembros Afiliados deben ser más activos, buscar alianzas y abordar eficazmente los retos a los que se enfrenta actualmente el sector turístico.

En cuanto a las orientaciones, la OMT en su última asamblea general celebrada en Madrid en noviembre de 2021, junto con la reunión plenaria de los Miembros Afiliados ha establecido el **programa de trabajo para 2022-2023** que incluye los siguientes objetivos.

En primer lugar, una orientación política eficaz para seguir reforzando la coordinación público-privada, así como para aplicar nuevos modelos de desarrollo turístico.

En segundo lugar, diversificar los servicios y recursos ofrecidos a los miembros para una mejor capacitación y apoyo, así como para ampliar el número de miembros.

Y, en tercer lugar, reforzar la planificación estratégica y modernizar la Organización para mejorar su eficacia y los servicios prestados a los miembros.



# CONOCE A LOS LÍDERES DEL SECTOR

# ENTREVISTA

## PEDRO HEILBRON

Pedro Heilbron es el director general de Copa Holdings S.A. y Copa Airlines, una aerolínea panameña que actualmente ofrece más de 70 destinos en 30 países del continente.



### NUESTROS MIEMBROS Y LECTORES SE EXTIENDEN POR TODO EL MUNDO, ¿PODRÍA DECIRNOS QUÉ ES COPA AIRLINES?

Copa Airlines es una aerolínea panameña fundada por PanAm e inversores locales en 1947, hace 75 años. Copa y su aerolínea hermana, la ULCC Wingo de Colombia, son propiedad de Copa Holdings, S.A. una compañía que cotiza en bolsa (NYSE: CPA). El nombre de Copa proviene de 'Compañía Panameña de Aviación, S.A.', nuestro nombre legal.

Copa opera el primer y más completo hub intraamericano, El Hub de las Américas®, desde el Aeropuerto Internacional de Tocumen en Ciudad de Panamá, Panamá. Antes de la pandemia, Copa Airlines contaba con una flota de 98 aeronaves de fuselaje estrecho, en su mayoría B737-800 y MAX9, y servicio a 80 destinos en 33 países de las Américas.

Copa es reconocida por su amplia red de rutas, sus eficientes conexiones, sus bajos costes para una aerolínea de servicio completo y su constante rendimiento en cuanto a puntualidad en todo el continente americano.

## ¿CÓMO PREVÉ LA VUELTA A LAS CIFRAS DE VIAJEROS ANTERIORES A LA PANDEMIA EN LOS PRÓXIMOS MESES?

## ¿PUEDE VER ALGUNA TENDENCIA ESPECÍFICA QUE INDIQUE UNA RECUPERACIÓN TOTAL O UN AUMENTO DE LA DEMANDA EN CADA UNA DE LAS REGIONES QUE CUBRE?

Durante la pandemia, Copa estuvo completamente parada durante casi 6 meses. Sin embargo, América Latina ha liderado la industria en términos de demanda de pasajeros, y nuestra propia recuperación ha evolucionado a un ritmo más rápido de lo previsto inicialmente.

Ahora esperamos estar en los niveles de capacidad de asientos previos a la pandemia en la segunda mitad de 2022 y alcanzar las cifras de pasajeros de 2019 a finales de año.

## ¿CUÁL HA SIDO SU MAYOR RETO AL REANUDAR LAS OPERACIONES?

Al venir de un cierre casi total, nos hemos enfrentado a múltiples retos en los últimos 18 meses. En primer lugar, reactivar toda nuestra flota de aviones ha sido una tarea monumental y muy costosa, ya que a más de la mitad de nuestras aeronaves les caducaron las revisiones de mantenimiento principales mientras estaban en tierra. De hecho, todavía no hemos podido reactivar todos nuestros aviones.

Pero el mayor reto, a lo largo de la pandemia y ahora que estamos recuperando rápidamente los niveles anteriores a la pandemia, ha sido el lado humano de la compañía. Hemos dedicado mucho tiempo y atención a cuidar de nuestros empleados mientras estábamos en tierra, a recontractar y reciclar a un

gran número de miembros de nuestro equipo y, lo que es más importante, a proteger los valores y la sólida cultura de nuestra empresa.

## ¿PUEDE COMPARTIR CON NOSOTROS LOS CAMBIOS QUE TUVO QUE HACER EN SU ORGANIZACIÓN PARA ADAPTARSE A LA 'NUEVA NORMALIDAD'?

Desde el principio de la pandemia, comprendimos la necesidad de ser más rentables para tener éxito en el mundo pospandémico. Por ello, hemos dedicado y seguimos dedicando mucho tiempo y esfuerzo a racionalizar nuestras operaciones, renegociar

contratos, reducir los gastos generales y otras iniciativas para ser más competitivos en un sector más difícil.

También estamos respondiendo a la evolución de las necesidades y requisitos de nuestro pasajero y estamos invirtiendo en la mejora de nuestras herramientas digitales, para hacer que la experiencia de viaje no tenga fricciones.

## COMO DIRECTOR GENERAL DE ESTA IMPORTANTE AEROLÍNEA, ¿QUÉ CONSEJO DARÍA A OTROS LÍDERES PARA AFRONTAR LOS CAMBIOS EN NUESTRA INDUSTRIA?

No creo que haya habido un periodo en la historia de la aviación con un conjunto más fuerte de líderes de aerolíneas en todo el mundo. El hecho de que muy pocas aerolíneas hayan sucumbido a la peor crisis de su historia demuestra la capacidad de recuperación de las aerolíneas hoy en día, y es también un testimonio del fuerte liderazgo de nuestra industria. Así que, ¡no creo que nadie necesite mis consejos!

“  
**NO CREO QUE HAYA HABIDO UN PERIODO EN LA HISTORIA DE LA AVIACIÓN CON UN CONJUNTO MÁS FUERTE DE LÍDERES DE AEROLÍNEAS EN TODO EL MUNDO**”

## SOBRE PEDRO HEILBRON

**Pedro Heilbron es el director general de Copa Holdings S.A. y Copa Airlines. Una aerolínea panameña que actualmente ofrece más de 70 destinos en 30 países del continente.**

Heilbron se incorporó a Copa Airlines en 1988 como director general (cargo que ocupa desde hace más de 34 años). Bajo su liderazgo, Copa Airlines estableció el Hub de las Américas® en Panamá, el primer y más exitoso centro de conexiones internacionales en América Latina. Durante su mandato, la aerolínea se ha expandido y transformado de un pequeño actor regional a uno de los tres grandes grupos aéreos de América Latina, aumentando la flota de dos (1988) a 98 aviones (2019). La aerolínea se unió a Star Alliance en 2012.

Copa ha recibido prestigiosos premios internacionales como 'Aerolínea más puntual del mundo en 2018', según OAG. Además, en 2021 fue reconocida como la 'Aerolínea más puntual de Latinoamérica' por 8 años consecutivos, según CIRIUM.

Obtuvo un MBA en la Universidad George Washington y una licenciatura en el College of the Holy Cross (Massachusetts).

### Afiliaciones

2017-2019: Presidente de la Junta Directiva de Star Alliance.

2017-presente: Junta de gobernadores de la IATA.

2019-2021: Presidente de ALTA.

### Premios y reconocimientos

2006: Recibió el Premio Bravo como Director General del Año por la revista Latin Trade.

2009: Galardonado con el premio Airline Business Lifetime Achievement Award por Airline Business.

2014: Recibió el premio Tony Jannus de la Tony Jannus Distinguished Aviation.

# Freeel Costa del Sol



**COSTA DEL SOL**  
MÁLAGA

**visitacostadelsol.com**  
**visitacostadelsol.com**

# RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA



# PREMIOS TURISMO SOSTENIBLE



**Skål International presenta los Skål International Sustainable Tourism Awards priorizando la sostenibilidad como un compromiso global clave a largo plazo.**



La [Organización Mundial del Turismo](#) (OMT) participará en los Skål International Sustainable Tourism Awards a partir de este año.

Asimismo, Skål International continúa su colaboración con [Biosphere](#)® y el Instituto de Turismo Responsable para otorgar el 'Skål Biosphere Sustainable Special Award'.

Los [Skål International Sustainable Tourism Awards](#) tienen como objetivo aumentar la visibilidad y dar reconocimiento a las entidades de la industria turística.

Skål International estableció los Sustainable Tourism Awards en 2002, en línea con la declaración de las Naciones Unidas, para destacar las mejores prácticas a nivel global. Como Miembro Afiliado de la OMT, cuya misión es promover el desarrollo de un turismo accesible, sostenible y universalmente responsable,

Skål International presenta en 2022 los Sustainable Tourism Awards con la participación de la [Organización Mundial del Turismo](#) (OMT), manteniendo la colaboración con [Biosphere](#)® y el Instituto de Turismo Responsable para otorgar el 'Skål Biosphere Sustainable Special Award'.



## INFORMACIÓN SOBRE LAS CANDIDATURAS

Los **Skål International Sustainable Tourism Awards** están abiertos anualmente a todas las empresas del sector público y privado, instituciones educativas, ONG y organismos gubernamentales relacionados con el turismo en todo el mundo.

Animamos a todas las entidades que trabajan por la sostenibilidad en la industria turística a presentar su candidatura.

Todos proyectos y actividades sostenibles deben ser implementadas por la empresa, ONG o agencia que se presenta a los premios. Los proyectos que aún no estén en funcionamiento no son elegibles.

Una novedad de la edición de 2022 es que las candidaturas deben estar avaladas por un club o un Comité Nacional de Skål International para ser elegibles, excepto las entidades gubernamentales, que deberán adjuntar un documento que certifique su implicación con la sostenibilidad.

**La convocatoria se abrió el 1 de marzo y permanecerá abierta hasta el 30 de junio de 2022** en el siguiente formulario: [Formulario Skål International Sustainable Tourism Awards 2022](#).

Tras la fecha de cierre de la aceptación de candidaturas, los proyectos serán valorados por tres jueces independientes, invitados al proceso por su experiencia en la industria del turismo.

Los Skål International Sustainable Tourism Awards 2022 aumentarán sin duda la visibilidad de los candidatos y obtendrán el reconocimiento por su destacada actuación en materia de turismo sostenible y responsable.

También les permitirá aumentar sus contactos y presentar sus productos y servicios a los profesionales de la industria turística de todo el mundo a través de la promoción que se realiza de los premios.

Además, los candidatos obtendrán cobertura mediática entre los miembros de Skål International de todo el mundo y nuestros contactos en la prensa internacional. Así mismo, tendrán la oportunidad de ganar una suscripción gratuita a la plataforma Biosphere Tourism Sustainable.

## CEREMONIA DE ENTREGA DE PREMIOS

La ceremonia de entrega de los Skål International Sustainable Tourism Awards tendrá lugar durante la Ceremonia de Apertura del Congreso Mundial de Skål International 2022, que este año se celebra **del 13 al 18 de octubre en Rijeka-Opatija**, en la región de Kvarner, Croacia.

El evento, que reunirá a numerosos miembros de la organización, de sus Comités Internacionales y del Consejo Ejecutivo, contará también con la presencia de un representante oficial del **Departamento de Miembros Afiliados de la Organización Mundial del Turismo (OMT)**, entidad a la que agradecemos su valiosa experiencia y dedicación a estos premios.





# SKÅL



INTERNATIONAL  
Connecting Tourism Globally

## SUSTAINABLE TOURISM AWARDS

CONVOCATORIA DE CANDIDATURAS  
1 MARZO 2022 - 30 JUNIO 2022

CON LA  
PARTICIPACIÓN DE:



### UNWTO

MIEMBRO AFILIADO

CON LA  
COLABORACIÓN DE:



**BIOSPHERE  
TOURISM**



**RESPONSIBLE  
TOURISM  
INSTITUTE**

ABIERTO A TODAS  
LAS EMPRESAS  
DEL SECTOR  
PÚBLICO Y PRIVADO,  
INSTITUCIONES  
EDUCATIVAS,  
ONGS Y  
ORGANISMOS  
GUBERNAMENTALES  
RELACIONADAS  
CON EL TURISMO

TODAS LAS  
INSCRIPCIONES  
DEBERÁN ESTAR  
RESPALDADAS POR  
UN CLUB DE SKÅL  
INTERNATIONAL

# EL TURISMO DE COSTA EN EL PUNTO DE MIRA

BIOSPHERE<sup>®</sup>

Uno de los principales problemas en determinados destinos turísticos costeros es la sobreexplotación.

Llega el verano y estos entornos multiplican por dos o incluso por tres su población; una realidad que favorece enormemente a las economías de la zona, pero que a su vez genera un gran impacto ecológico. En este sentido, instituciones públicas y empresas privadas han de ir de la mano en la búsqueda de una solución.

El objetivo principal ha de ser siempre la prevención y, de no ser posible, la compensación y minimización de impactos negativos. Para ello, la acción que se ha demostrado más efectiva es la información, pues lo más probable es que el turista desconozca las particularidades del entorno y, en consecuencia, sus necesidades de cuidado y conservación.

Así, se recomienda que las instituciones de la zona elaboren **planes de comunicación completos** y, si fuera necesario, específicos para cada problema detectado en particular. Con el objetivo de **que los turistas sean conscientes de las circunstancias concretas del espacio y sus recursos**, y cuenten con las herramientas necesarias para conservarlo.

## EL PROBLEMA DEL PLÁSTICO

Otro de los grandes retos en materia de sostenibilidad es la **reducción de la contaminación por plásticos**, que afecta especialmente a mares y océanos.

Desde una perspectiva individual, se pueden llevar a cabo ciertas acciones, como la reutilización o el reciclaje. No obstante, la dimensión de este problema requiere de planes que involucren a sociedades, instituciones y empresas de todo el mundo.

Para comprender la magnitud real de la contaminación de los océanos a causa del plástico basta con observar las cifras: el **95% de los residuos marítimos son plásticos**, y, en total, se estima que hay en torno a 200.000 millones de toneladas en el mar. Ante estos datos, debemos lamentarnos de que las predicciones sean tan desfavorables: **para 2050 los océanos podrían tener más plásticos que peces** (en peso).

Aun así, la conciencia social acerca de la importancia de proteger los espacios naturales es cada vez mayor. En tanto que cada vez se demandan más productos y servicios bajo la condición de sostenibilidad. Una realidad que está obligando a los distintos agentes del sector turístico a incluir esta perspectiva en sus ofertas. Y que por tanto, favorece la conservación de los destinos marítimos.

Y aunque el camino es el correcto, los resultados no van a ser inmediatos. Es decir, las acciones sostenibles derivadas de la llegada de turistas se producirán de manera escalonada. Dependiendo, por un lado, del nivel de implicación de los agentes turísticos de la zona, responsables de crear e informar acerca de las distintas estrategias; y por otro, de la implicación de los visitantes, responsables de colaborar en mantener el ecosistema marino en condiciones óptimas.



# EVENTOS DEL SECTOR



# BIENVENIDOS AL 81° CONGRESO MUNDIAL SKÅL INTERNATIONAL

## 13-18 OCTUBRE 2022. CROACIA.

Es bien sabido que el [81° Congreso Mundial Skål International](#) se celebrará en la región más hermosa de Croacia, Kvarner, en Opatija y Rijeka.

Puede parecer que tenemos mucho tiempo antes de octubre, pero el verano ya está aquí y antes de que te des cuenta, estarás disfrutando de la compañía de tus compañeros Skålegas.

Después de una larga batalla contra la pandemia, nos complace anunciar que el congreso de este año se centrará principalmente en el reencuentro con viejos amigos y compañeros, permitiéndote hacerlo desde el primer día.

Creemos que no hay mejor manera de empezar este Congreso Mundial que con una **fiesta especial de 'encuentro' en el singular oasis cultural de Opatija: el Centro Gervais.**

Una **Ceremonia de Apertura muy especial en el Teatro Nacional Croata Ivan pl. Zajc** marcará el inicio del programa. Este impresionante edificio fue diseñado por los especialistas en teatros, los

arquitectos Herman Gottlieb Helmer y Ferdinand Fellner, en 1883. El edificio se presentó al público con una verdadera maravilla tecnológica de su época: la primera bombilla eléctrica y el primer teléfono de la ciudad.

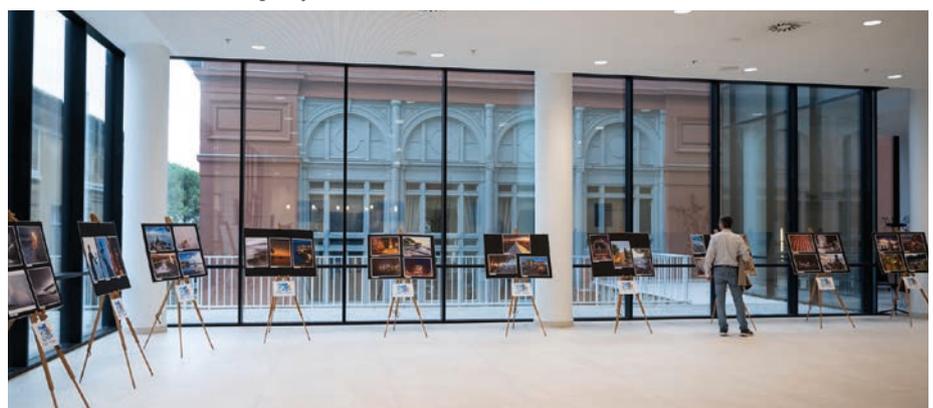
A lo largo de todo el congreso, nos aseguraremos de que nuestros participantes tengan tiempo suficiente para explorar la belleza de esta región con nuestras excursiones opcionales o el tiempo libre.



**FOTO**  
Centro Gervais. Opatija.

**FOTO** 

Teatro Nacional Croata  
Ivan pl. Zajc. Rijeka.



Sugerimos probar la cocina local y muchos de los premiados vinos de Croacia.

Si visitas la mayor isla de Croacia, Krk, o la famosa península de Istria, le garantizamos una experiencia única en la vida.

Una visita obligada es el **Castillo de Trsat**, fortaleza del siglo XIII situada en lo alto de una colina sobre la ciudad de Rijeka, con una magnífica vista de la bahía de Kvarner y las islas.

No podemos olvidar que el Congreso Mundial de Skål International es una oportunidad increíble para que la industria turística se reúna con sus clientes y socios, así como para examinar cualquier tendencia y acontecimiento reciente del mercado.

Con la idea principal de poner en contacto a las empresas de esta industria, el fin de semana



estará repleto de actividades empresariales, entre las que se incluyen la **Asamblea General celebrada en el Real Salón de Conferencias**, el Mercado Global y la Feria Comercial, los talleres del Skål Joven y muchas más.

La guinda del pastel en el Congreso de este año será la Cena de **Gala Presidencial en el Crystal Hall Kvarner**, el salón de baile más antiguo y elegante de Opatija, sede de los eventos más prestigiosos de esta región.

Acompañados por el baile, la música y el brindis de nuestra Presidenta de Skål International, cerraremos la noche y este 81º Congreso Mundial.

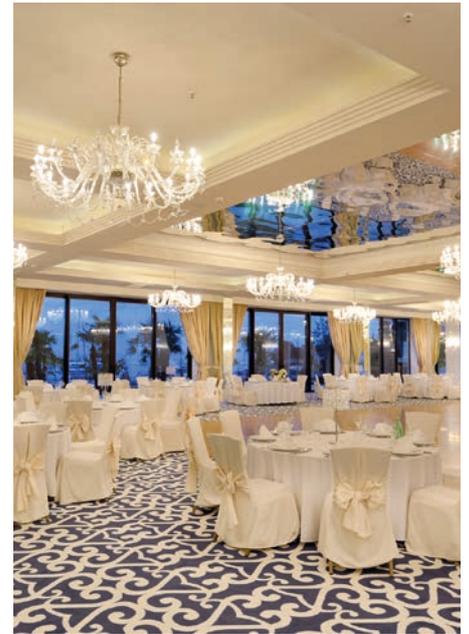
¡Pero nuestro trabajo no termina aquí todavía! Tienes la oportunidad de **participar en nuestros tours antes y después del congreso** y conocer un poco mejor Croacia para descubrir por qué es un destino de vacaciones ideal para visitantes de todas las edades. El simple hecho de respirar el aire fresco del mar y admirar la impresionante variedad de encantos naturales, históricos y culturales enriquecerá sin duda su cuerpo y su mente. Estamos deseando recibir a nuestros queridos Skålegas y celebrar esta ocasión tan especial con todos vosotros.



**FOTO**  
Crystal Hall  
Kvarner.  
Opatija.



**FOTO**  
Castillo Trsat.  
Rijeka.



**FOTO** 

Real Salón de Conferencias.

#### **POLÍTICA DE CANCELACIÓN**

Nos complace anunciar que ampliamos nuestra política de cancelación reembolsable para el 81º Congreso Mundial de Skål International hasta el 1 de septiembre.

El Hotel Ambassador está recibiendo muchas reservas por lo que asegúrate de inscribirte en el congreso lo antes posible y reservar alguno de nuestros increíbles tours.

Consulta también el impresionante Heritage Hotel Imperial, con la mejor ubicación para todos los eventos del congreso, a sólo unos minutos a pie de todos los lugares de celebración.

Encontrarás más información en la [web del congreso](#).

Ante cualquier duda o información que necesites, [contacta con nosotros](#).





IMEX

Artículo original en inglés  
publicado en la [web de IMEX](#).

# CAMARADERIE, OPTIMISM AND FORTITUDE MARK 20 YEARS OF IMEX IN FRANKFURT

**THE FIRST IMEX IN FRANKFURT SINCE 2019 PROVED TO BE A MOMENTOUS OCCASION FOR THE GLOBAL MEETINGS, EVENTS AND INCENTIVE TRAVEL INDUSTRY THIS WEEK.**

It was marked by an outpouring of camaraderie, celebration and, most importantly, business.

After an enforced break of three years due to the pandemic, this IMEX show was always going to feel special. The question was, how special? Feedback from exhibitors and buyers made that abundantly clear. Day one saw Messe Frankfurt land two unexpected contracts, an endorsement of the team's decision to exhibit on their own stand for the first time in 20 years and to promote their venue more assertively.

Daniel Reid, Assistant VP of Global Sales Europe for Shangri-La Group was delighted with the quality of business leads: "For example,

*we had six really strong enquiries from big brands for large groups. They include Google, Herbalife and a big telecoms company. Those enquiries span London, Abu Dhabi, Tokyo and Dubai. I'd sum it up as serious business from serious buyers", he said.*

Christine Spitzenberg, Senior Sales Manager at Messe Frankfurt who were exhibiting on their own stand for the first time, said: "This is my 17th IMEX, and the best IMEX in years. My first appointment on Tuesday was a direct enquiry with a new client for a medical congress for 5,500 people with 15,000 sqm of exhibition space for 2028 or 2030".

Similarly positive feedback came from Lourdes Bizarro, Meetings & Bids Manager,

Los Cabos Tourism Board: "This is our first IMEX and it's been fantastic to meet planners and to educate them on Los Cabos because our destination isn't famous for business events. We've had more than 180 appointments and pre-IMEX we established alliances with MPI and Site to run events with them to help raise our profile".

Throughout the IMEX education programme, many presentations focused on **future trends, current behaviours and changes to 'industry norms'**. Shorter sales cycles; an emphasis on sustainability; niche, highly targeted events plus shorter meetings and events are all forecast, and desired by attendees. Wellness is now front and

centre, with a change in the story: an end-to-end duty of care to attendees, including consideration for their mental health, rather than a traditional focus on smoothies for breakfast or morning yoga, although both are expected too.

### A CHANGE IN THE STORY

Corporate planners attending Exclusively Corporate on Monday 31 May, confirmed that, although some destinations are offering financial incentives of up to 100 Euros per delegate to attract events, buyers' current top priority is how well that destination has managed Covid. Many agreed that financial incentives are helpful (if ethics policies allow) but proof of consistent and ongoing health management is more important, coupled with strong partnership values.

**IMEX saw an excellent attendance of around 9000 in the halls this week, including close to 3000 buyers,** of which the majority were hosted. Exhibiting companies numbered 2300.

### SHOW EXPERIENCE – UNEXPECTED TOUCHES GOOD FOR THE SOUL

Over in Hall 9, IMEX's focus on an improved show experience was impossible to miss, leaving many attendees gasping 'wow' as they entered the hall. A feast for the eyes with its colourful rainbow road, grassy Central Park surrounded by cabin-style food trucks, trees and abundant live plants, Hall 9 expressed the IMEX team's commitment to biophilia (our innate human affinity with the natural world). The design team at suppliers, Fair Services, together with IMEX's inhouse design studio succeeded in making a huge hall feel homely, comforting, accessible and 'good for the soul.' Attendees commented on the level of investment and care that had gone into crafting this special space, which included three branded education theatres, Forest, Ocean and Canyon; the hosted buyer lounge; food court, private 'nook' pods, Media Zone and more. For the first time, MPI and ICCA also offered education

and a series of hot topic meetups in Hall 9.

Speaking after the closing press conference, IMEX Group CEO, Carina Bauer said: *"It's clearly been a great week for our global industry. The show was imbued with a sense of camaraderie and celebration, and it felt good to be back together in the same room - that's the feeling our industry thrives on and is motivated by. We've heard about some huge contracts being signed and masses of business deals being done. All the indicators suggest that 2023 and 2024 are going to be very good years for our industry. However, we can't deny the challenges of a new business reality – labour shortages, travel disruptions, supply chain issues. However, planners are resourceful, adaptable and determined by nature. They've learned a lot and I sense a strong determination to rebuild, but on new foundations. Equally, suppliers are doing their level best to flex and respond. The future looks bright"*.



**IMEX**

Artículo original en inglés publicado en la [web de IMEX](#).





## Clean. Safe. Service from the Heart.

Because we care, Best Western® Hotels & Resorts was one of the first hotel brands to implement enhance cleaning protocols with our **We Care Clean<sup>SM</sup>** program.

When you are ready to travel, we are ready to welcome you back with a full heart.



**Best Western**  
**We Care Clean<sup>SM</sup>**



[bestwestern.com](https://www.bestwestern.com)

