



Lugares donde **viajar** - Aquellos veranos **inolvidables** - **Turismo** de masas - Modelo **turístico** - **Empatía** con los clientes - **Culturas** de buena gestión - **Récord** de visitantes

Martin Sarrate

Director General de Julia Central de Viajes, Vicepresidente Económico-Financiero de CEAV y Presidente de ACAVE

Como han cambiado aquellas vacaciones familiares del tan esperado verano, en aquellos coches utilitarios en los que se tardaban horas excesivas con las consecuentes paradas y sin *google maps*, sin aire acondicionado, en aquellas carreteras llenas de curvas, que eran una especie de parque temático.

Mucha gente se iba a veranear a los campings próximos a la costa, para poder pasar unos días con la familia. Ahora el turista suele decidir los viajes mirando los escaparates de las agencias de viajes *off line* y *on line* y con unas fugaces consultas a internet, valorando donde no existe terrorismo, el gran enemigo del turismo en estos momentos actuales.

Hemos visto como destinos como Túnez, Egipto, Turquía, etc, incluidas algunas ciudades europeas, han estado amenazadas por esta plaga sin contenido y que puede ser fatal para la economía de cualquier país.

Todos estos factores nos están ayudando a que la nueva dependencia económica de nuestro país sea el turismo y lo que es increíble es que haya gente que hable de saturación de nuestro modelo turístico.

Nuestro país goza de unos factores y de unos valores añadidos imbatibles y que debemos apostar por ellos, ya que podemos ser autosuficientes sin esperar a recoger frutos por los problemas de nuestros competidores.

Debemos aprovechar el momento y las circunstancias y generar muchos puestos de trabajo y dejar atrás la precariedad laboral y también con una gran estabilidad de potenciar nuestras marcas y productos para tener una regularidad de tener un turismo de 52 semanas.

Cada vez más tenemos que ir de la mano de las administraciones públicas con las empresas privadas, que son las que generan riqueza para poder lograr los objetivos que nos marquemos conjuntamente.

Necesitamos culturas de gestión que potencien la empatía, para ponernos en la piel de los clientes y procurar anticiparnos a todos los cambios y necesidades demandadas y sobre todo que los ciudadanos entiendan y comprendan lo necesario que es el turismo para nuestro país e intentar conseguir su total compromiso en este objetivo.

“Lo importante no es el destino si no el viaje”, decía Constantino Cavafis...

El boom turístico, aviva un encendido debate turístico y de la ciudadanía, y la desgracia de la caída de otros destinos nos han beneficiado para volver a batir records de visitantes a nuestro país, este efecto nos impulsa al desarrollo de nuestra economía.

Lo importante es NO declarar la guerra a los turistas, ya que nuestros atributos y valores añadidos hacen que nos seguirán visitando a pesar de las trabas o impedimentos que pongamos en cada ciudad y que nos continuaran visitando cueste lo que cueste...

Lo importante es implementar soluciones para poder gestionar conjuntamente el turismo de la mano pública-privada.

El Mediterráneo es el mejor destino turístico del mundo y es un gran regalo, a pesar de los problemas que conlleva.

Tenemos una gran dependencia del sector turístico, pero debemos de arreglar ciertos problemas como el efecto saturación del modelo turístico, de la precarización de los puestos de trabajo, de los sueldos bajos, con un sector que nos puede dar unos márgenes globales elevados en nuestra economía y como conclusión no podemos colgar el cartel de “COMPLETO” y además no podemos poner puertas al campo ni poner barreras a este crecimiento.

Los analistas coinciden en revisar al alza sus previsiones para la economía española debido al mejor comportamiento del consumo y del boom turístico. Existe un mejor clima de confianza del consumidor, que durante los años de crisis se retrasó mucho y quedó bastante paralizado en las familias, por motivos de precaución y se frenaba de cara a la incertidumbre existente.

Desde el año 2014 hemos reiniciado esta recuperación tan esperada en nuestro sector y que vamos consolidando con unas cifras de incremento del 8% lo que nos supone asentar nuestras empresas y nuestros proyectos de crecimiento en nuestras estrategias como profesionales turísticos y a muchos puestos de trabajo con un total optimismo.

La experiencia demuestra que cuando una cosa funciona, y aunque alguien se ponga pesado en algunos argumentos, en general nadie le escucha, por eso este año el turismo volverá a batir records y dará un total empuje a nuestra economía. Hemos de destacar que hemos tenido una gran capacidad para adaptarnos y aprender rápidamente y de tener una gran colaboración en nuestro sector, sobre todo en nuestras patronales sectoriales, con mucha más agilidad y profesionalidad y que todos los cambios han sido provocados desde fuera y no desde dentro.

Y me gustaría terminar con una cita del poeta griego Constantino Cavafis, que dice: “ TU LLEGADA ALLI ES TU DESTINO, MAS NO APRESURES NUNCA EL VIAJE, MEJOR QUE DURE MUCHOS AÑOS Y ATRACAR, VIEJO YA, EN LA ISLA, ENRIQUECIDO DE CUANTO GANASTE EN EL CAMINO”



EN ANDORRA, bienvenido a casa

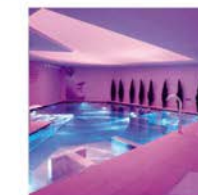
www.plazandorra.com · info@plazandorra.com · T. +34 902 932 050 · +376 871 381 · F. +376 871 382

HOTEL PLAZA

HOTEL HOLIDAY INN ANDORRA

HOTEL SKI PLAZA

HOTEL MU



VENTAJAS EXCLUSIVAS PARA AGENCIAS DE VIAJES (ACCEDA A WWW.PLAZANDORRA.COM / AREA DE CLIENTES)