El sector turístic català és un valor a l'alça a Colòmbia.

Internacional | 22-10-2013 | 20:32

El sector turístic català és un valor a l'alça a Colòmbia. Per això, les empreses participants a la missió organitzada per la Generalitat se centren a captar nous clients al país sud-americà, que els permetin desembarcar per primer cop a l'altra banda de l'Atlàntic o bé obrir més delegacions i aconseguir projectes (en el cas d'aquelles que ja hi tenen presència). I per arribar a bon port, el contacte tu a tu és primordial. La quinzena d'empreses catalanes del sector han participat en un workshop, organitzat per Turisme i ACCIÓ, on s'han fet més de cent contactes en tres hores. De mitjana, cadascuna d'elles ha parlat amb sis o set clients potencials amb l'objectiu d'acabar signant-hi contractes.

Joaquim Cusidó porta ja trenta anys treballant al sector turístic. Des del 2009, però, va decidir reconvertir-se i per això va crear 'Gastronomic Tour Spain'. La seva empresa ofereix paquets a mida per als amants del turisme gastronòmic. A Catalunya, organitza rutes centrades en els productes de la terra (vi del Priorat i la Costa Brava, arròs del Delta o oli de les Garrigues).

Els seus clients es concentren, sobretot, a part d'Europa (França, Alemanya i països nòrdics) i també d'Amèrica (el Brasil i Mèxic). Ara, Cusidó ha decidit fer el salt a Colòmbia. Ell és el representant d'una de la quinzena d'empreses del sector turístic que participen a la missió comercial organitzada per la Generalitat.

Colòmbia, nou mercat emissor

Facilitar l'entrada i la implantació de les firmes turístiques al país sud-americà és un dels grans eixos en què es basa la missió. L'atractiu que desperta Catalunya -i en especial la marca Barcelona- a Colòmbia ofereix moltes possibilitats al sector. Només cal fer un cop d'ull a les xifres per veure com el país sud-americà s'està convertint en un nou mercat emissor de turistes.

Entre gener i setembre d'aquest any, la despesa en targetes de crèdit dels turistes colombians a Barcelona s'ha situat en 12,2 milions d'euros (MEUR). Traslladat en percentatges, això representa un augment del 43% respecte el mateix període del 2012. Colòmbia ocupa el 29è lloc en el rànquing de turistes que visiten la Ciutat Comtal (per sobre de països com el Perú, Xile o l'Equador).

Per això, l'objectiu de la missió empresarial, en allò que fa referència al turisme, passa per dos grans eixos. Atraure visitants cap a Catalunya i també facilitar l'entrada i la implantació de les empreses catalanes del sector a Colòmbia perquè ho facin possible. Per aconseguir-ho, les firmes participants han pres part en un seminari a Bogotà on, davant més de 60 potencials clients colombians, han explicat quina és la seva activitat.

Però l'acció no només s'ha quedat en una xerrada. El contacte tu a tu és cabdal per lligar acords i, per això, s'ha fet un workshop on les firmes catalanes han fet més de cent entrevistes amb potencials clients de l'altra banda de l'Atlàntic. De mitjana, cadascuna ha fet sis o set contactes durant les dues hores i mitja que ha durat el workshop.

Socis locals, touroperadors i nous projectes

Buscar socis locals i touroperadors a Colòmbia, obrir noves delegacions o bé aconseguir nous projectes són els objectius que persegueixen les empreses. La casuística és diversa i també depèn de quin sigui el subsector d'activitat al qual es dediquen les firmes dins el camp del turisme. Així, per exemple, la cadena familiar Hotels Catalonia busca entrar a Colòmbia per ampliar el número d'establiments que aixopluga sota la seva marca. Actualment, en tenen 63, dels quals 54 estan a l'Estat espanyol, un a Brussel·les i set, al Carib.

Aquest, però, no és l'objectiu que persegueix una altra cadena hotelera participant a la missió: Termes Montbrió, que basa la seva estratègia en el turisme de relax (spa i agües termals). "És la primera vegada que venim, i ens interessa fer contactes per oferir als colombians que visitin Europa uns dies de descans als nostres establiments", concreta el seu director d'expansió, Àlex Armengol.

A més de les empreses que volen desembarcar per primer cop a Colòmbia, a la missió també n'hi participen d'altres que ja hi tenen presència i que, ara, la volen ampliar. Aquest és el cas de la consultoria THR, que ja porta dos anys treballant al país sud-americà. Aquí hi ha fet dues prospeccions, per identificar el potencial cultural de Colòmbia i per veure com el país pot atraure turistes del continent americà. Ara, ja n'engega un tercer, basat en el turisme de tot allò que envolta el cafè.

La seva gerent, Sònia Huerta, explica que aquest projecte -basat en el turisme de producte- s'acabarà a finals d'abril del 2014. "Ara el que fem a Colòmbia és cercar un ampli ventall de clients, tant privats com públics, que necessitin accions de consultoria, per promocionar-se o bé per gestionar el seu establiment", precisa Huertas. I hi afegeix: "I això passa per organismes, hotels, parcs temàtics, etc." THR treballa actualment a 70 països i ja ha fet més de 850 projectes de consultoria.

Autor: Acn