

lunes 5 de septiembre de 2016

Las agencias de viaje receptoras conocen las líneas de actuación de la Estrategia de Turismo



[Descargar imagen](#)

Este colectivo de empresas se incorpora así a la puesta en marcha de la Estrategia Provincial de Turismo, basada en la participación

El Patronato Provincial de Turismo y la Secretaría Técnica, han mantenido una reunión con las empresas del sector de agencias de viajes receptoras, donde han tenido ocasión de analizar en profundidad tanto los pasos que se han ido dando hasta conformar el documento final que contiene las líneas de trabajo y objetivos de la Estrategia Provincial de

Turismo, como la situación en la que en la actualidad se encuentra este sector, fundamental para la atención del turista en el destino.

Los representantes de las agencias de receptoras han tenido ocasión de conocer las líneas de trabajo que la secretaría técnica tiene encomendadas en materia de coordinación y participación de los distintos colectivos, así como las actuaciones de planificación para establecer un plan de promoción y marketing con vistas al próximo año.

Por parte de las agencias de viaje receptoras también se ha realizado un análisis pormenorizado de la actividad empresarial de este sector y sus principales clientes, dejando constancia de las posibilidades de captación de nuevos mercados a través de sus contactos profesionales.

De dicho análisis se puede concluir que el mayor volumen de actividad se produce en torno al segmento vacacional vinculado al mercado nacional, seguido del mercado internacional, cada vez con más peso, especialmente del mercado británico y alemán. Así mismo se identificó una notable recuperación del mercado francés y como novedad la incorporación del mercado escandinavo, sin olvidar el notable incremento de las actividades vinculadas al turismo de cruceros.

Por otra parte, se puso de manifiesto en términos de oportunidad nuestra cercanía con destinos tan potentes como pueden ser al Algarve o Sevilla, que constituyen por sí mismos una oferta singular cada vez más atractiva para el turista que nos visita, que se unen al catálogo de los diferentes productos turísticos que conforman nuestra oferta.

Asimismo, se abordó la situación de las infraestructuras de comunicación en la provincia, poniéndose de manifiesto la necesidad de impulsar la puesta en marcha del aeropuerto de Huelva, una cuestión que a juicio del sector posibilitaría un mejor aprovechamiento de nuestra oferta y un salto cualitativo y cuantitativo en volumen de negocio del conjunto del sector turístico de nuestra provincia.

Para finalizar se hizo un análisis de la situación en cuanto a la mejora de la comercialización que requieren los clubes de producto existentes, subrayando la necesidad de optimizar y concretar la oferta que a día de hoy ofrecen los mismos para garantizar un mejor aprovechamiento de la misma.

Con estas reuniones se inician una parte fundamental de la estrategia basada en la participación de todos aquellos agentes interesados en formar parte de la misma, que se seguirán desarrollando en próximas fechas de las cuales destacan las que se celebrarán con las centrales sindicales UGT y CCOO, la Universidad de Huelva y el sector hotelero.