



## DISCURSO DE ENCERRAMENTO DO XXXVIII CONGRESSO DA APAVT

PRESIDENTE DA APAVT, PEDRO COSTA FERREIRA

COIMBRA, 9 DE DEZEMBRO DE 2012

Dr<sup>a</sup> Cecília Meireles, seja uma vez mais bem-vinda.

Caros amigos, permitam-me que os cumprimente a todos, na pessoa da nossa Secretária de Estado.

Fazer mais, com menos.

Fazer mais com menos foi o que aconteceu neste congresso. A associação fez uma muito significativa reestruturação, como os tempos obrigam, e encarou um desafio: Com menos recursos, conseguir fazer mais.

Foi o que tentámos fazer ao longo do ano, e seguramente o que fizemos neste congresso.

Meus Amigos,

Há três dias agradeço à Universidade de Coimbra, à cidade de Coimbra e ao Turismo Centro de Portugal, o trabalho de preparação deste evento. Hoje agradeço à Universidade de Coimbra, à cidade de Coimbra e ao Turismo Centro de Portugal terem, simplesmente, excedido as expectativas.

Como também já disse há três dias, e hoje tenho o gosto de relembrar, é assim que gostaríamos de observar todo o nosso Portugal. Pedro Machado, Pedro, o congresso acabou mas o nosso trabalho conjunto vai continuar. Percorreremos ainda muitos caminhos juntos.

Caros Congressistas,

Chegámos ao último dia do nosso congresso, que juntou, uma vez mais, o setor do Turismo Português.

Em meu entender, estamos todos de parabéns.

Juntos, desenvolvemos um trabalho que consideramos profícuo, e que, estamos certos, contribuiu novamente para a discussão do turismo em Portugal, definindo caminhos e apontando soluções, que naturalmente não se esgotam nas conclusões e recomendações que acabámos de ouvir.

Aqui chegados, é hora de olhar para o futuro.

Em termos imediatos, os desafios que se colocam no próximo ano, obrigam-nos a trabalhar mais, a ser mais criativos, mais eficientes.

Temos de contar, acima de tudo, connosco e com a capacidade que historicamente se tem demonstrado possuímos.

Temos de ser fortes na adversidade; seremos fortes na adversidade;

Temos de ser determinados no caminho a prosseguir; seremos determinados no caminho a prosseguir.

Caros colegas,

Antes de mais e no que diz respeito ao nosso posicionamento no mercado, não precisamos de mentir ou de revelar apenas a realidade que nos é favorável.

Claro que existem várias vias de reserva e diferentes canais de distribuição; e é também verdade que não estamos em todos eles. E por que haveríamos de estar?

Muito mais relevante, é saber se, onde estamos, conseguimos gerar valor para o cliente, porque é aí que está o nosso futuro.

E, quanto a isso, parece que não temos que nos preocupar. Estivemos, ao longo do congresso, na Europa, no Brasil e nos Estados Unidos da América, mercados tão distantes quanto diferentes.

E concluímos que, em todos eles, o posicionamento das agências de viagens é forte. E recomenda-se...

Tal acontece porque continuamos a fazer com que as expectativas dos nossos clientes desaguem na realidade dos factos.

Porque continuamos a informar correctamente, continuamos a ser transparentes no relacionamento, continuamos a acompanhar o cliente, gerindo os riscos da viagem, que são também os riscos normais de quem hoje, simplesmente está vivo.

Meus amigos,

Espera-nos muito trabalho, esperam-nos anos difíceis, mas enganam-se aqueles que pensam que o mercado vai desaparecer, ou que vamos desaparecer no seio dele.

Na APAVT temos uma história para contar. E essa história traduz-se no simples facto de as agências nossas associadas, enfrentando dificuldades que são naturais e que continuarão a acompanhar-nos, serem as que melhor têm resistido à crise

E são também aquelas que mais facilmente sobreviverão.

Deixemo-nos de preconceitos.

É tempo de assumir, com clareza, que somos a melhor resposta para o mercado, seja em que circunstâncias for, e principalmente nestes tempos mais conturbados.

O Provedor do Cliente, que decorre dos princípios e das práticas porque nos regemos, é um exemplo marcante da vantagem competitiva das agências da APAVT.

E sendo-o, caros colegas, deve ser comunicada ao mercado, aos nossos clientes, por todos os meios ao nosso alcance.

Exactamente por isso, a APAVT acaba de lançar o site do Provedor do Cliente, alcançando maior visibilidade; permitindo mais informação; facilitando a apresentação de reclamações e pedido de informações; promovendo maior celeridade na resposta às solicitações. Caminhando, em suma, em direção às necessidades e anseios do cliente, mas, também, em direção à maior credibilidade às agências associadas, que lá estão listadas.

Não podemos deixar de referir, também, a necessidade de adaptação do produto às novas e difíceis condições de mercado. Já o fizemos este ano, e obviamente teremos de continuar na mesma via ao longo dos próximos anos.

Quanto ao produto, entendemos que os nossos operadores têm também de continuar a adaptar a sua oferta a um perfil de consumo mais constrangido, e terão sobretudo de procurar parcerias no âmbito da coopetição. Devemos competir naquilo que realmente é concorrencial, devemos cooperar naquilo que representa apenas área de interesse comum.

No nosso mercado, tivemos bons exemplos deste conceito, e não posso esquecer que foi num congresso da APAVT, que foram lançadas as primeiras sementes desta ideia, que geraram claramente bons frutos.

Que melhores exemplos de cooperação do que os stands da APAVT na BTL e na ABAV, que queremos replicar e melhorar em 2013?

Caros colegas,

Sejamos ambiciosos.

Temos obrigação de fazer mais; queremos fazer mais.

Nesse sentido, a APAVT vai lançar um repto às associações representativas da oferta turística nacional, e ao Turismo de Portugal, para, em conjunto, público e privados, ganharmos novos mercados para Portugal e consolidarmos aqueles já existentes, em linha com tudo aquilo que foi referido neste congresso.

Esquecendo os protagonismos; não pensando em lideranças; sem capelas.

Apenas pensando em Portugal.

É óbvio que a participação do Turismo de Portugal é importante, é bem-vinda, mas deixem-me que vos diga que a nossa ideia primeira é fazer o mais possível com o menor recurso a dinheiros públicos, também possível.

Temos e aprender a viver sem a muleta do Estado e esse é, permitam-me que o diga, um dos grandes desafios que se colocam à sociedade portuguesa.

Caros Colegas,

Passámos neste congresso pelo conceito de aresta vencedora, que integra a necessidade de, em concorrência, sermos criativos, eficientes, competentes.

Sermos melhor que os que conosco concorrem.

E eu desejo que cada um de vós dê o melhor que tem, para vencer em concorrência.

E, durante o congresso, percebemos também que, nalgumas áreas, mesmo em concorrência, faz sentido olharmos para o mesmo norte. Porque há uma área de interesse comum, que nos deve unir, que nos tem de unir.

Espero que, neste congresso, tenhamos recolhido bons ensinamentos, que nos ajudem a melhorar individualmente, enquanto empresas; como espero que possamos ter saído mais unidos na defesa do Turismo.

Foi, afinal, para isso que o realizámos.

Meus amigos,

Levo deste congresso duas frases marcantes .

Em primeiro lugar, quando, num dos nossos painéis, analisávamos as tremendas e vertiginosas mudanças do mundo de hoje, um dos ilustres palestrantes concluiu : “ pois é, o mundo está tão moderno que ficou , outra vez, totalmente dependente dos agentes de viagens”.

E , naturalmente , todos ficámos com um enorme sorriso nos lábios , sobretudo porque a frase não foi dita por um agente de viagens.

Em segundo lugar , gostei especialmente de uma frase que nos foi trazida pelo nosso amigo António Azevedo : É sempre amanhecer para aqueles que caminham de encontro ao Sol.

Desejo reencontrar-vos a todos , daqui a um ano, no maior Spa do mundo, o arquipélago dos Açores.

Desejo também que, até lá, para todos vós, seja sempre amanhecer.