

Conectando sonhos e criando memórias – Por Amaro F. Correia

written by Amaro F Correia | 16 de Fevereiro, 2025

OCIDADAO



Amaro F. Correia

Mercado das Viagens. A minha abordagem tem uma finalidade prática e sustentada: fui convidado para uma **“Conversa à Mesa”**, em Lagos, no passado dia 07/02, juntamente com o Pedro Campos e o Vítor Cerqueira, pelo Diretor Adriano Portugal, num contexto, verdadeiramente, inovador e interessante para todos os agentes de viagens em Portugal. A ligação da Inteligência Artificial e o futuro das Agências de Viagens. Diga-se para os mais desatentos que este modelo de negócio assenta num franchising, o que, na minha opinião, reforça o poder de parceria de partilha em grupo, quanto à gestão financeira, Recursos Humanos e ao apoio incondicional, que o Mercado de Viagens, como Marca, presta aos seus franchisados.

Interessante e bem visto do ponto de vista estrutural e da sustentabilidade no futuro imediato já que se trata de um modelo de negócio inovador, que não deixa ninguém para trás. Todas as Agências de Viagens (AV) estão no mesmo patamar. Quando o convite surgiu, confesso que fiquei apreensivo, mas sempre analisei o futuro do turismo Outgoing, numa perspetiva H2H, e por isso, defendo que não existe Chat Bot ou Robô que nos consiga ultrapassar. Temos pele, emoções e sentimentos que não serão substituíveis, na senda do que o turismo me tem dado ao longo da vida em que *“A amizade é o elo que une almas afins.”*

O Mercado das Viagens uniu-me aos seus franchisados no fim da palestra, pela amizade. Quero por isso sugerir, publicamente, dois momentos de união (futura) que ajudará a estabelecer mais proximidade: upskilling e reskilling. Dou, publicamente, os parabens à administração do Mercado das Viagens pela iniciativa franca e eficaz e pelo facto de ter tratado a Marca e o Marketing, com muito cuidado, investindo, seriamente, no futuro, e também, à “cara” da marca, para todos nós, no turismo, que é o Diretor Adriano Portugal pela organização profissional do evento, já que a VI Convenção do Mercado das Viagens, na minha opinião, foi um sucesso a repetir.

Incentivar as agências a aderirem a este modelo de negócio, num mercado *“curto de ganhos”* e competitivo, onde os nichos de mercado farão a diferença. *“O Mercado das Viagens foi criado com o objetivo de oferecer serviços diferenciados e de qualidade aos seus clientes”*. A empresa, através dos seus administradores, investiram, sempre, na venda consultiva e colaborativa de forma a consolidar a Marca *“como uma completa agência de viagens, prestando atendimento personalizado, oferecendo produtos e serviços de acordo com as necessidades e interesses dos seus clientes”*. O objetivo da empresa é o mesmo de todas as outras que é fornecer as informações necessárias e a organização de viagens, de forma a que o Viajante possa dedicar-se ao trabalho/lazer: alojamentos, aluguer de

viaturas, cruzeiros, seguro de viagens, feiras, entre outras. Diga-se que a empresa, do século XXI, tem missão, visão e valores, inultrapassáveis, para o sucesso da marca, como o foco no Consumidor.

Afinal, só existem, como todos se existirem consumidores. Missão: *“Ser uma referência como agência de viagens, através da experiência, da consolidação e sustentabilidade adquirida ao longo dos anos, prestando atendimento personalizado, oferecendo produtos e serviços de acordo com as necessidades e interesses dos seus clientes.”* Visão: *“O Mercado das Viagens tem o objetivo de oferecer serviços diferenciados e de qualidade aos seus intervenientes”*; Valores: Experiência; Profissionalismo; Personalização; Dedicção; Diferença.” *Grato pelo convite, senti-me honrado pela parceria e grato, ainda, a todos os franchisados que, no final da conversa, manifestaram apreço e vontade em continuar. “A amizade é a essência da felicidade.”*

