

## Javier Buch

### Director Pierre & Vacances Village Club Fuerteventura Origo Mare



Javier Buch, Director Pierre & Vacances Village Club Fuerteventura Origo Mare

¿Qué llevó a Pierre & Vacances a invertir en la realización del Origo Mare Fuerteventura, el mayor complejo de Canarias?

Era y es un proyecto que encaja con la filosofía de PV como Village Club, un producto vacacional de alto nivel ubicado en un entorno único y con el privilegio de disponer de más de 120 hectáreas de terreno para crear un complejo ideal para familias, parejas o aficionados al deporte. A partir de ahí, hemos trabajado para poder ofrecer más de 40 actividades deportivas y de animación dentro del complejo y en sus alrededores, 5 puntos de restauración, una zona acuática de unos 1.000 m² con 5 atracciones principales así como 6 piscinas distribuidas por todo el complejo.

Todo ello para cumplir las expectativas de todos nuestros huéspedes y con un servicio único que permite adaptarse a las necesidades de cada tipo de cliente.

Con sólo 6 meses de vida, ¿qué acogida está teniendo el Village Club Origo

Mare?, ¿cuáles son las expectativas que se tienen a corto y medio plazo? ¿Qué se espera de su gestión?

Los clientes han acogido el proyecto positivamente, teniendo en cuenta que es un producto novedoso y fuera de lo corriente. Las críticas en general están siendo buenas y la aceptación por parte de las agencias y touroperadores es positiva. A corto-medio plazo se espera que alcancemos la ocupación media del resto de establecimientos turísticos de la isla y nos metamos en el mercado definitivamente.

Como gestión se está trabajando en la optimización de los recursos y en la oportunidad de crear un producto y equipo humano desde cero.

Tras la apertura del hotel en junio de este año, ¿podría resumirnos las magnitudes que tiene el Origo Mare Fuerteventura? (número de villas, empleados, volumen de negocio...)

El complejo cuenta con 323 villas de varias tipologías, 22.000 m² construidos,

un restaurante Buffet de 400 plazas y otro a la carta, 3 bares, uno de ellos con carta de snacks, minigolf, parque infantil, 4 mini clubs, pistas de tenis y paddle, gimnasio, zona multi-pistas, beauty center, lavandería, 9 piscinas, supermercado, etc...

El número de empleados que alcanzamos en el mes de Agosto, con plena ocupación fue de más de 150 puestos directos, más otros tantos indirectos, teniendo en cuenta las empresas externas que realizan servicios en el hotel, tales como proveedores y empresas de seguridad, socorristas, animación, etc. El complejo pensamos que puede llegar a facturar más de 10 millones de euros en un futuro próximo, pero actualmente manejamos cifras más discretas al estar en periodo de apertura y de inmersión en el mercado turístico.

El turismo de "sol y playa" tiene unos clientes muy definidos, que saben lo que desean en todo momento, ¿cómo favorece su estrategia de entretenimiento a este tipo de turismo tradicional?

Uno de nuestros sellos de identidad radica en el plan de animación marcado por PV, que es muy completo y está definido para todos los públicos y edades, tanto adultos como niños y adolescentes. El complejo cuenta también con unas instalaciones privilegiadas en las que hace que uno pueda elegir entre la tranquilidad o el entretenimiento más agitado. Tenemos la piscina de adultos en la que se puede uno relajar con música chill out de fondo o pasar un rato en el Cráter Park participando en los juegos y actividades que se realizan, con una música y ambiente más animado, con toboganes, piscina de olas, castillo para niños, zona de escalada, áreas para tomar el sol en confortables tumbonas y balinesas.



Diariamente ofrecemos transporte gratuito a las mejores playas de nuestros alrededores (Dunas de Corralejo y Playas de Cotillo). Para los más intrépidos y deportistas, contamos con alquiler de bicicletas para pasear y disfrutar de un entorno único. Como proyecto de futuro inmediato y, gracias a la excelente ubicación del complejo, se está planificando un Aquatic Sport Center, donde ofreceremos servicios de deportes náuticos muy ligados a la isla, tales como Surf, Kite Surf, Windsurf, cursos de vela, etc, con la colaboración de las mejores escuelas del sector.

¿Qué hace que este complejo sea exclusivo frente a otras opciones?

Sin duda su emplazamiento es único por su tranquilidad y entorno a tan sólo 15 minutos de Corralejo (20 Km), donde existe todo tipo de actividades diurnas y nocturnas; Lajares a 9 Km, como localidad surfera, con mucho encanto; y Cotillo a 15 Km, con unas Playas de ensueño.

Otra fortaleza es el equipo humano que estamos formando y que realmente saben marcar la diferencia por su amabilidad y profesionalidad. El programa de animación, como he comentado anteriormente, también hace que este producto sea algo único, diferente y muy completo. La excepcionalidad en las dimensiones del complejo permite que, aunque estemos con ocupaciones elevadas,

no se vean ni sufran aglomeraciones. Además, las magníficas instalaciones merecen una mención especial por su decoración, ambientación y entorno.

En lo referente a la decoración, ¿qué aspectos se han tenido en cuenta? ¿se ha seguido algún estilo concreto?

Ante todo se ha perseguido que el diseño y las instalaciones estén totalmente integrados en su entorno. Las 323 villas-suite están ubicadas en un espacio único y auténtico, en fuerte simbiosis con la cultura local y la naturaleza cercana. Todas ellas, de alta gama, destacan por su especial diseño de inspiración étnica. Las casas de categoría VIP, por ejemplo, se benefician de un mobiliario exclusivo y de equipamientos específicos, además de disfrutar de una vista excepcional del mar.

A nivel de instalaciones y con una temática volcánica, destaca el Cráterpark, de 5.000 m², con piscina de olas, un árbol de agua con surtidores, piscina infantil, piscina de escalada y zona de toboganes.

¿Qué principales espacios son los más destacados en el Pierre & Vacances Village Club Fuerteventura Origo Mare?

Los espacios más sorprendentes y destacados son el Cráter Park y la piscina de adultos. En ambas se respiran ambientes totalmente



Foto: Grupo Pierre & Vacances

diferentes, su diseño, ambientación y entorno no dejarán de sorprender a los visitantes. Sin duda otro espacio digno de mención serían los miniclubs, totalmente equipados y adaptados a niños de diferentes edades.

Por último, ¿qué percepciones debe transmitir el nuevo complejo? ¿Por qué deben regresar sus clientes?

Debemos transmitir la sensación de estar en un sitio único y diferente a todo lo visto hasta ahora. El cliente debe sentirse atendido en todas sus necesidades. La amabilidad del personal tiene que ser un sello de identidad para que los clientes se sientan bien acogidos: son nuestros invitados y están para disfrutar al máximo de sus vacaciones. Tenemos que ser un producto vacacional muy rentable y que la gente tenga ganas de volver por la experiencia que le hayamos podido aportar. Me gustaría que este complejo contase con muchos clientes repetidores, en el que el trabajador y cliente se conozcan de verse de año en año y se establezca ese vínculo que tienen ciertos hoteles en los que los clientes se sienten como en casa y conocen al personal por su nombre y viceversa.

Foto: Grupo Pierre & Vacances

