

Gestionar adecuadamente un destino turístico - I

Ibiza Melián
4 junio, 2010



Categoría: Turismo

Venimos analizando reiteradamente que el mundo ha cambiado. Sin embargo, muchas de las políticas ejecutadas por nuestros administradores públicos atienden a parámetros anquilosados en el pasado. Contribuyendo este tipo de dirección a la extinción de ciertos destinos turísticos.

¿Cuáles deben ser los fundamentos para una óptima gestión turística?

Lo primero sería **concebir que un resort es un conjunto, convirtiéndose cada uno de sus elementos** tangibles: restauración, infraestructuras, alojamiento, comercio, ocio, transporte,...; e intangibles: servicio, hospitalidad, amabilidad, seguridad,...; **en eslabones de una misma cadena**. Y si alguno de ellos falla, se paraliza el movimiento de la misma.

De nada vale que un hotel tenga la máxima calificación, si cuando el cliente sale del establecimiento, se encuentra en una avenida mal iluminada, donde calles y aceras no están en las mejores condiciones. O incluso, si se sube a un taxi, por ejemplo, y el trato no fuera el más deseable; o si le pregunta a un lugareño la

dirección de un restaurante y éste le responde con un matiz despectivo. La experiencia que se llevará este turista cuando retorne a su lugar de origen será altamente negativa. Con lo que además de no fidelizarlo, hablará mal de nosotros, posiblemente colgando sus comentarios en la red y amplificándolos a modo de marketing viral a lo largo del ciberespacio.

Es por ello que resulta esencial hacer campañas de concienciación y mentalización dirigidas a la ciudadanía en general, en pro de alcanzar los objetivos de un turismo sostenible. No obstante, únicamente lograremos tal fin, si el residente percibe a la industria como un activo que añade valor a su vida y no como una amenaza a su identidad, cultura, recursos naturales, bienestar,...

Está fuera de toda lógica que municipios turísticos que durante años han tenido unos ingresos muy significativos, provenientes mayormente de la concesión de licencias de construcción, no cuenten hoy con unas óptimas dotaciones educativas o sociales. Encontrándonos con situaciones extremas, donde las familias que residen en esas circunscripciones no disponen ni tan siquiera de colegios para escolarizar a sus hijos. Adoleciendo de centros sanitarios. Careciendo los jóvenes de zonas de esparcimiento público. Donde los parques o zonas verdes brillan por su ausencia. Asimismo las urbanizaciones, al no haber sido recepcionadas por el Ayuntamiento de turno, se han ido deteriorando clamorosamente con el paso del tiempo. El folclore, gastronomía o elementos característicos del área, es actualmente un vago recuerdo. Los bosques, playas,...muestran un aspecto de máximo abandono. Y así suma y sigue.

A tenor de lo cual, se muestra imprescindible **diseñar un [Plan Estratégico](#)**, que determine el modelo turístico que se pretende, y qué es lo que hay que hacer para llegar a él. Debiendo ineludiblemente nuestros gobernantes liderar este proceso mediante **la creación de [Consortios Turísticos Mixtos](#), donde estén representados cada uno de los agentes que interactúan en el sector.**

Es fundamental disponer de un Plan Estratégico Turístico

Ibiza Melián
4 junio, 2010



Categoría: Turismo

La tan temida caída de precios en los establecimientos alojativos parece que ya es inevitable. Y es que España a pesar haber mantenido el liderato como país receptor durante muchos años, sigue siendo un simple destino de sol y playa, demasiado proclive al importe de venta. Cuyo “target” se centra primordialmente en el segmento de clase media europea. Habiendo perdido incluso algunos de nuestros resorts peso gradualmente con respecto a sus competidores, hasta casi extinguirse. [Pasando de antaño eminentes zonas turísticas a lánguidas áreas residenciales actuales](#), que adolecen de las infraestructuras más básicas para cubrir las exigencias de la población.

La pregunta sería **¿por qué nos encontramos en este punto?** Quizás en el inicio la gestión pública era prácticamente innecesaria, puesto que nuestro clima, privilegiada situación, bellezas paisajísticas, [cultura](#) y tradiciones, constituían el principal reclamo. Relevantes escritores, como pudo ser Ernest Hemingway; o famosas estrellas de cine de la época, de la talla de Ava Gardner; sucumbieron a los encantos de nuestra nación, por citar algunos, entre multitud de personas conocidas o anónimas. Aunque claro, las cosas cambian. Los [avances](#)

[tecnológicos](#), con aviones de gran capacidad hasta las 850 plazas y la irrupción de aparatos que pueden permitirse el lujo de no hacer escalas para repostar, convierten a los tradicionales destinos exóticos o de largo recorrido, en cercanos y rentables para los operadores.

Como consecuencia emerge una gran rivalidad, siendo esencial una excelente dirección de la marca para imponerse ante el resto de productos. En resumidas cuentas, **en el pasado los turistas venían solos y hoy hemos de salir a buscarlos, teniendo que echar mano de todas las técnicas a nuestro alcance para lograrlo.**

Es en este preciso momento cuando requerimos de verdaderos gestores de lo público, ejecutivos que sepan [aunar las sinergias de todos los agentes que interactúan en la industria](#). Que estén a la altura de su cargo, ostentando las actitudes y aptitudes indispensables. Porque de lo contrario, en etapas convulsas como la que estamos viviendo, resaltan llamativamente las deficiencias, provocando perniciosos efectos.

No se les pide a los políticos que intervengan más, ya que lo único que consiguen con esta medida es alterar el mercado de oferta y demanda, que se regula solo; sino que sean visionarios, utilizando las herramientas empresariales, para profesionalizar y optimizar una industria que supone el 11% de nuestro PIB.

Y para ello **deben manejar datos ciertos y crear planes estratégicos a corto, medio y largo plazo, que indiquen cómo vamos a crecer, fidelizar a nuestros clientes, y aumentar los beneficios. Buscando generar riqueza y contribuyendo a la creación de puestos de trabajo.** No hay nada peor, que no saber hacia dónde se va. Cuando no se tiene claro esto, los productos maduros como el nuestro, corren el riesgo de desaparecer frente a otros de reciente creación.

Debate acerca de la controvertida financiación local

Ibiza Melián

4 junio, 2010

Categoría: Administración Pública

A pesar de la fecha de emisión, el debate alcanza su más plena actualidad en el momento vigente. Cuando el que más o el que menos ha alzado sus quejas ante el considerable incremento al que han sido sometidos los impuestos municipales. Siendo bastante paradójico el caso del Impuesto de Bienes Inmuebles, a tenor de la fuerte depreciación del valor de las viviendas que se ha dado en el último año. Y que no se ha correspondido mayormente con un igual descenso del valor catastral, base sobre la que se calcula la referida tasa.

Contando con las opiniones de los alcaldes:

- Jesús Dionisio Ballesteros, alcalde de [Aranjuez](#) por el PSOE.
- Ignacio García de Vinuesa, alcalde de Alcobendas por el PP.

Así como del periodista y escritor Ángel del Río. Perfecto conocedor sobre asuntos municipales. Y Autor de la obra: "[Varas y Bastones de la Villa y Corte: Historias y Anécdotas de Los Alcaldes de Madrid](#)". Donde se habla sobre los distintos primeros ediles que dirigieron los designios de Madrid desde 1219.

Además Ángel del Río dirige y presenta el informativo «*Madrid a La Palestra*», el espacio de información local y regional de Madrid, de lunes a viernes, a las 13:35 horas, que se emite en la cadena COPE.

Interviniendo igualmente Pedro Castro, Presidente de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP). Quien hace un encendido llamamiento acerca de la difícil situación económica en la que se encuentran los Ayuntamientos españoles.

[Debate acerca de la controvertida financiación local -](#)

[\(c\) -](#)

