

Es fundamental disponer de un Plan Estratégico Turístico

Ibiza Melián

2 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 receptivo 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.