



11.2.23 - Les conclusions de l'anàlisi de la competència I

A quines conclusions podem arribar a través de l'anàlisi de la competència?

Hem vist que alguns dels municipis més pròxims no són competència, i sí, en canvi, són complementaris. Un té patrimoni històric, però no té allotjaments, i l'altre, que ofereix balnearis com a allotjaments, s'adreça a un client diferent del que nosaltres volem capturar, oferint l'atractiu de les fonts termals.

Podria ser que algun dels municipis tingués característiques semblants quant a oferta d'allotjament rural i que també tingués la mateixa mena d'atractius que nosaltres. En aquest cas, el municipi al qual ens referim serà competidor genèric nostre. Altres aspectes, com el volum de clients potencials i la vinculació a la mateixa comarca natural, poden fer que fins i tot aquest competidor genèric acabi essent, amb el nostre municipi i d'altres propers, part de la mateixa destinació, percebuda com una unitat pels turistes.

Això té a veure amb el fet que el turista no té una percepció exclusivament local a l'hora de consumir un territori. Es desplaça amb facilitat d'un lloc a un altre, en un entorn proper, sense tenir en compte les demarcacions municipals, comarcals, provincials, etc.

Tenint en compte tot això, els responsables de Turisme d'aquests municipis han decidit estructurar una oferta conjunta i diversificada amb els municipis propers que poden complementar-se i s'han integrat en un clúster. **Un clúster es pot definir doncs com un espai turístic coherent**, ja sigui de caràcter territorial o bé de caràcter temàtic. En el primer cas es dona una continuïtat territorial i en el segon cas la relació dominant té a veure amb els actius i especialització. En tot cas, les dues versions del clúster són perfectament compatibles.

Aprenuem a continuació una mica més sobre un clúster.



11.2.24 - Les conclusions de l'anàlisi de la competència II

El Clúster Territorial/Temàtic

Els avantatges de formar part d'un clúster

El municipi, pel que fa al territori, és en general molt petit per desenvolupar sol el fenomen turístic. El turista fa servir territoris més amplis, un grup de municipis veïns que ofereixen una oferta similar o complementària. La possibilitat d'una oferta conjunta pot ser una oportunitat. Aquesta agrupació permetrà col·locar millor aquest territori en el mercat turístic.

Potencialitats del Clúster

Tenint en compte els atractius de les poblacions que l'integrarien, el clúster **pot desenvolupar una oferta turística global** (en l'exemple anterior, amb gastronomia, paisatge, patrimoni, fonts termals, etc.) **que tingui un mercat potencial amb característiques molt similars.**

Els negocis turístics del Clúster

Cal saber, a més, que la dinàmica d'un clúster no és una opció tancada, sinó que és una opció dinàmica que permet acords estratègics amb altres poblacions i zones turístiques.

Per desenvolupar un pla d'acció cal potenciar aquelles línies de negoci que es donen al clúster. Ho faran posant-se en contacte amb empreses i entitats que en altres zones i poblacions ja desenvolupen ofertes del mateix tipus i amb problemàtiques similars.