



11.2.20 - La identificació de la competència I

Encara que, objectivament, podrien considerar-se competència turística, en general, seria un **error estratègic** veure les poblacions veïnes com a competidores.

Per a una destinació que es troba en un territori de característiques homogènies, resulta més fàcil i efectiu buscar la **complementarietat** en les poblacions que té al costat que no pas competir amb elles.

El resultat seria una **oferta conjunta més diversificada** i, per tant, amb avantatges competitius respecte d'altres zones.

(Més endavant veurem que una fórmula per poder fer-ho és la creació d'un clúster).

Vegem, a continuació, tot el procés d'anàlisi que ens ha de permetre arribar a aquesta conclusió estratègica relacionada amb la competència.

Com ja hem dit, **el primer pas que hem de fer per analitzar la competència és:**

- **Identificar** les zones i poblacions que ens poden treure turistes o possibilitats d'accedir a nous mercats potencials.
- **Descobrir** per què poden fer-ho.

A l'hora d'identificar els nostres competidors, hem de fixar-nos en aquelles destinacions que tenen un tipus d'oferta turística que pot substituir la nostra.

Per exemple, mitjançant l'anàlisi de la demanda hem esbrinat que:

- Els visitants que rep la nostra destinació (demanda actual) i els que podrien estar interessats a anar-hi (demanda potencial) **resideixen, majoritàriament, a una gran ciutat ubicada a menys de dues hores en cotxe.**
- Són un tipus de turistes que tenen com a motivació principal gaudir d'un ambient tranquil i de muntanya.



11.2.21 - La identificació de la competència II

Imaginem, ara, que a prop del nostre municipi hi ha d'altres on els turistes també poden trobar, els caps de setmana, un ambient tranquil totalment diferent al de la ciutat.

Altres poblacions, també força accessibles des de la gran ciutat, tenen una oferta similar a la del nostre municipi i, a més, s'hi conserven importants tradicions d'artesanía que donen gran projecció.

Després d'analitzar els atractius d'aquestes destinacions i comparar-los amb els que oferim nosaltres, veiem que la seva oferta pot substituir la nostra.

Per veure quins són els atractius i serveis més evidents que tenen aquests municipis els hem de contrastar amb els que tenim al nostre municipi.

De l'anàlisi comparativa podríem considerar que alguns municipis, sobretot els que queden més a prop i que juntament amb el nostre integren un espai comarcal, podrien formar part d'una dinàmica turística conjunta.

Això podria ser perquè l'oferta de serveis turístics és complementària i, en canvi, els atractius són semblants, o bé perquè els tres municipis són percebuts com una unitat geogràfica pels mercats, o senzillament perquè l'oferta és tan petita que no existeix una competència real.