



20.2.9 - Els factors clau de la competitivitat I

Com hem apuntat en l'inici d'aquest tema, l'èxit a llarg termini d'una destinació turística s'ha de basar en la millora contínua de la competitivitat. Això implica **la definició d'unes estratègies** que, en un marc de sostenibilitat, facin compatibles els elements econòmics, polítics, socials i mediambientals de la destinació.

Aquestes estratègies han de permetre:

- La satisfacció dels turistes.
- La fidelització dels clients.
- La qualitat dels productes, des del punt de vista dels turistes.
- La rendibilitat de l'activitat turística a llarg termini.
- La identificació de les expectatives dels turistes.
- La qualitat dels recursos humans.
- El foment de l'activitat per part del sector públic.



20.2.10 - Els factors clau de la competitivitat II

La satisfacció dels turistes

La satisfacció dels turistes és la millor manera de fidelitzar-los. Un turista content estarà disposat a repetir l'experiència i transmetrà la seva satisfacció a altres persones (de boca en boca). Això ens pot afavorir amb un **augment de les visites** i amb l'**estabilitat** de la població com a destinació turística.

La fidelització dels clients

Les destinacions que s'esforcen exclusivament a captar turistes i obvien la importància de retenir-los **deixen de ser competitives**, ja que s'estan centrant, únicament, en la consecució de **beneficis a curt termini**. L'èxit de les destinacions rau en la retenció dels turistes que han estat capaços d'atraure; és a dir, en la seva fidelització.

Això constitueix **un gran avantatge competitiu**, pel fet que implica l'obtenció de **beneficis a llarg termini**, que són els que, veritablement, fan rendible una inversió.

La qualitat dels productes

La satisfacció del turista ve determinada per la qualitat del servei que se li dona, tot i que la qualitat que en percep no deixa de ser subjectiva. En qualsevol cas, la qualitat d'un servei implica donar una **resposta adequada** a les **necessitats i a les expectatives dels turistes**.

La rendibilitat de l'activitat turística a llarg termini

Com hem dit al llarg d'aquest tema, la rendibilitat de l'activitat turística s'ha de basar en la millora contínua de la competitivitat; és a dir, en la **capacitat d'obtenir beneficis i de mantenir-los** a pesar dels canvis. Les estratègies competitives, per tant, han de partir d'una visió a llarg termini.



20.2.11 - Els factors clau de la competitivitat III

La identificació de les expectatives dels turistes

És important que coneguem els diferents tipus de turistes que tenim. Això ens permetrà estructurar una **oferta turística adequada** a les necessitats i requeriments de cada grup.

La qualitat dels recursos humans

La línia d'actuació més important de cara a l'obtenció de la competitivitat és la de treballar per aconseguir la satisfacció dels nostres turistes.

Això s'aconsegueix, principalment, a través de l'**element humà** que intervé en l'experiència turística. Són aquestes persones les que poden garantir la satisfacció del visitant.

El foment de l'activitat per part del sector públic

Com ja hem dit, el sector públic té un paper molt important a l'hora de fomentar la competitivitat del sector, **estableix el marc d'actuació i facilita la cooperació i coordinació entre les empreses.**

Aquesta és l'actitud que hem de prendre nosaltres com a Ajuntament.



Has finalitzat aquest punt de teoria.
A continuació, torna al tauler i accedeix
a la següent casella.