



25.2.2 - Les línies estratègiques I

Una estratègia és un seguit d'**orientacions d'actuacions per assolir uns objectius**. En general, les línies estratègiques han de permetre a qualsevol destinació turística aconseguir els seus objectius i el seu posicionament. Podríem dir que les estratègies donen resposta als objectius, suposen una orientació genèrica de la destinació que, d'aquesta manera, tindrà uns eixos sobre els quals orientar tots els seus esforços. Les estratègies no afecten tan sols les accions que ha de desenvolupar l'administració, sinó que suposen, també, una orientació per les accions que ha de desenvolupar el conjunt d'agents turístics, incloses les empreses.

És evident que les estratègies d'un pla de turisme no obliguen les empreses, es tracta d'ajudar-les en el seu esforç per ser més competitives. Les línies estratègiques suposen la base des de la qual es desprenen totes les accions que cal executar. De fet, cada línia estratègica prioritzada tindrà un seguit d'accions que la desenvoluparan i la concretaran.

Així com els objectius requereixen unes determinades característiques per ser vàlides, les estratègies tenen un plantejament molt més obert, perquè la seva concreció es fa mitjançant les actuacions que té associades.

Malgrat que una estratègia no pot ser predeterminada sense haver desenvolupat les etapes anteriors (diagnosi, objectius, posicionament) i que, per tant, no hi ha estratègies comunes, l'experiència mostra que hi ha una sèrie d'aspectes que al nostre territori solen ser comunes, i que, per tant, podem plantejar com a estratègies generals més probables, que, **bàsicament, hauran de fer referència a:**

- La creació d'unitats o ens de gestió de l'activitat turística.
- Una estructuració de l'oferta que permeti arribar a tots els segments de turistes, a través de noves propostes i productes turístics nous.
- El desenvolupament de les potencialitats turístiques de la destinació.
- La comunicació i la comercialització de la destinació.
- La relació amb organismes superiors.
- La implicació de tots els agents locals i territorials involucrats en l'activitat turística, ja siguin públics o privats (a través de la creació del que anomenem grup de competitivitat).



25.2.3 - Les línies estratègiques II

Aquestes línies estratègiques són les bàsiques per al desenvolupament de l'activitat turística en qualsevol destinació. La complexitat o la profunditat de les accions que s'hagin de fer per aconseguir-les depenen de cada destinació i del seu nivell d'activitat turística. Les accions que es facin per a la comunicació i la comercialització de la destinació no seran les mateixes per a un municipi que basi la seva economia en l'activitat turística, que per a un que vulgui desenvolupar-la com a recurs alternatiu.

En qualsevol cas, aquestes línies estratègiques s'han de definir en un marc de sostenibilitat i competitivitat, que faci compatibles els elements econòmics, polítics, socials i mediambientals de la destinació i que no hipotequi el seu futur. Aquestes línies estratègiques han de permetre:

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

Reprenguem el cas i recordem quins són els objectius que s'han proposat, les línies d'actuació generals que han decidit seguir i el posicionament que desitgen.