

05/04/07

Las estrategias de posicionamiento y el papel de Internet, claves en el desarrollo del sector turístico en España

El Foro Internacional de Turismo de Benidorm, celebrado en la población alicantina los días 13 y 14 del pasado mes de Marzo, ha dejado una serie de conclusiones sobre el actual panorama turístico internacional. La necesidad de plantear estrategias de posicionamiento frente a la aparición de nuevos destinos emergentes y el papel de los intermediarios turísticos en la gestión y contratación on line, son los grandes ejes sobre los que los expertos han centrado la necesidad de actuación.

El posicionamiento del turismo español, y por extensión, de la Comunitat Valenciana, pasa por una serie de acciones determinantes, como son la planificación estratégica del territorio, las políticas de innovación, las políticas de transporte, las estrategias de comercialización y promoción basadas en un conocimiento profundo del mercado, o la mejora de la calidad basada también en los intangibles. Así lo expuso en su ponencia José Luis Zoreda, vicepresidente de EXCELTUR, quien hizo un balance turístico del año 2006 y destacó el crecimiento experimentado por la actividad turística en España, con una tasa de crecimiento del PIB turístico del 3,0% (ISTE), consolidando así la recuperación observada desde finales de 2004.

Otro de los factores importantes en el actual desarrollo del turismo es la contratación on line, que fue tratado con especial atención en el Foro. El rápido crecimiento de Internet lo ha convertido en una importante plataforma de distribución y comercialización, con un 20% de los usuarios que contrata sus viajes a través de agencias de viajes on line y un 37% que reserva directamente al proveedor a través de la web. Las previsiones para 2008 contemplan un crecimiento de viajes por Internet de un 30%, lo que da una idea de la proyección de la Red como canal de promoción y distribución, y la necesidad de adecuación de destinos, empresas hoteleras y operadores al mercado on line.