

Escenario 1

El mar presenta corrientes moderadas. En este escenario, la PYME está en sintonía con las nuevas necesidades de la demanda del viajero actual. Sin embargo, se enfrenta al desafío de operar en un entorno nuevo, altamente dinámico y competitivo. De ahí, que el aprendizaje continuo de lo que ocurre en su entorno, y la búsqueda de metodologías ágiles que se adapten a la demanda, es un proceso cíclico exhaustivo para que las PYMEs puedan adecuarse a su competencia, a las tendencias y expectativas del nuevo viajero.

La capacidad de responder ágilmente a la demanda mientras que la PYME se hace frente a la presión de trabajar en un entorno dinámico, define la dificultad de sustentar el nivel de resiliencia de las PYMEs en este escenario, ya que requiere constancia en el análisis e innovación de las estrategias de las PYMEs para contentar a la demanda.

Aquí, en la nueva demanda presentada como el viajero “Prómada” (nómada progresista), el viajero está ansioso por descubrir lugares inexplorados y ofertas de las islas más allá de las áreas y actividades comercialmente explotadas del destino que atienden principalmente a una demanda interesada en la oferta del “Sol y Playa”.

A la luz de esta demanda, ofrecer experiencias convencionales a un mercado objetivo homogéneo como la demanda tradicional del “Sol y Playa” pasa a un segundo plano en las propuestas de valor de las PYMEs en sus estrategias. Como respuesta a esta nueva demanda, las PYMEs son capaces de micro segmentar su mercado objetivo y articular continuamente su posicionamiento en un nicho de mercado emergente.



Escenario 2

En este escenario, *el mar presenta condiciones tranquilas, pero llama a la cautela*. Aquí, la PYME opera en un entorno seguro y familiar que no hace que sea urgente realizar cambios en sus ofertas de productos/servicios; funcionan favorablemente de la misma manera que hacían antes de la pandemia, ya que la demanda turística se presenta igual que en 2019.

Aquí, el viajero está ansioso por volver a las islas, y vienen en masas, sin tener en mente las consecuencias sostenibles de sus actos. El principal impulsor del viajero para ir a las islas sigue siendo la atractiva combinación del descanso y ocio, y está satisfecho con las ofertas tradicionales de los productos y servicios de las PYMEs turísticas.

No obstante, las PYMEs son conocedoras de la necesidad imperiosa de ser flexibles y receptivos a desarrollos imprevistos en la demanda. Por lo tanto, las PYMEs analizan continuamente su posicionamiento cultural empresarial actual frente a los patrones de comportamiento presentados por el futuro viajero.

La anticipación para leer señales de cambios en el comportamiento del viajero permite a las PYMEs tener una visión clara del futuro y preparar diferentes planes de contingencia, adoptando las estrategias adecuadas para satisfacer la demanda. Esta anticipación permite a las PYMEs estar preparadas para captar las oportunidades presentadas en el entorno para ser más competitivas y hacer frente a variaciones sin precedentes en la psicografía del turismo antes de tiempo, haciéndolos menos vulnerables a los cambios en la demanda.



Escenario 3

Aquí, *el mar presenta fuertes corrientes*. La PYME funciona en un entorno seguro y familiar. El perfil del viajero y el volumen de la demanda sigue siendo el mismo que el que se presentaba antes de la parada global en el turismo.

Sigue predominando el viajero mayoritariamente procedente de países nórdicos, Reino Unido, Alemania y la península española, con una edad media de 47 años y un poder adquisitivo medio en su país de origen. Por excelencia, la propuesta de valor de las islas en cuanto a clima, tranquilidad y seguridad inciden en las actividades que se realizan durante la estancia por el viajero tradicional. Ejemplos incluyen el descanso, el disfrute de las instalaciones hoteleras y otros gastos relacionados con la gastronomía local.

La mentalidad cortoplacista de las PYMEs de vivir al día, es lo que los impulsa a mantener una actitud pasiva. Operar sin un sentido de proyección a largo plazo en la estrategia de la PYME pone en gran peligro al negocio, ya que cualquier cambio disruptivo en el entorno distorsionaría la realidad actual que viven estas operadoras tradicionales.

El no reconocer los signos de demandas cambiantes coloca a las PYMEs retrógradas en una posición vulnerable, llevándolas a un colapso repentino. A partir de ahí, la ansiedad empresarial, la falta de preparación y de los recursos necesarios, pueden ser críticos en la continuidad y la resiliencia del negocio en el sector.

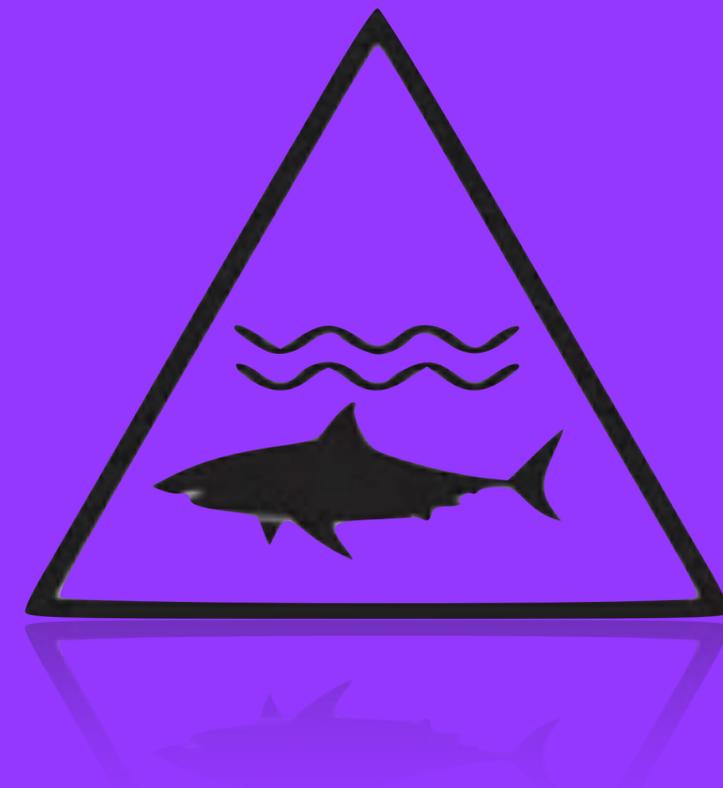


Escenario 4

Aquí, *el mar presenta el máximo peligro*. En el perfil del nuevo viajero reina la preferencia por las experiencias alejadas de las garras del turismo de masas, posicionando la sostenibilidad y las experiencias auténticas como prioridad a la hora de decidir en qué actividades participar y de quién comprar los productos y servicios durante su estancia en las islas.

En este escenario, el viajero “Prómada” ve el posicionamiento actual de las PYMEs a través del cinismo. Las operaciones de las PYMEs todavía satisfacen la demanda convencional del “Sol y Playa”. Las ofertas homogéneas de productos y servicios se ven eclipsadas por los grandes actores de la industria con propuestas similares, así como por otras PYMES con una propuesta más fuerte con su diferenciación, que atienden de manera única las necesidades del viajero “Prómada”.

La inhabilidad de las PYMEs para anticipar las señales de esta nueva demanda, los hace ser devorados en un entorno altamente competitivo, ya que no estaban listos a tiempo para ajustar sus recursos internos y así atender las necesidades del nuevo viajero.



Referencias

Design Hotels, 2020, *What the Promadic Traveler Wants* Available at: <https://www.designhotels.com/culture/design/what-the-promadic-traveler-wants/>.

Florida Department of Environmental Protection, 2021, *Beach Warning Flag Program | Florida Department of Environmental Protection* Available at: <https://floridadep.gov/rcp/fcmp/content/beach-warning-flag-program>.

Heckl, J., 2021, *The 4-Step Scenario Planning Process (with Examples)* Available at: <https://www.smestrategy.net/blog/the-4-step-scenario-planning-process-with-examples>.

Motamedi, K., 2017 Resilience in Dynamic Complex Environments: Willful Adaptability and Copability. *International Journal of Business and Management*, 5(2), pp.29–39.

Promotur, 2019 *Profile of tourist visiting the Canary Islands 2019*, Canary Islands.

Shoemaker, S. and Lewis, R.C., 1999 *Customer loyalty: the future of hospitality marketing*, Elsevier.

Woods, D., 2011 Resilience and the ability to anticipate. *Resilience Engineering in Practice: A Guidebook*, pp.121–125.