



11.2.22 - Què té la nostra destinació que no tinguin les altres destinacions?

El següent pas serà detectar quins són els elements amb els quals podem ser capaços d'atraure més turistes que les altres destinacions. Aquests elements constituïran el nostre **avantatge competitiu**.

L'avantatge competitiu d'una destinació turística rau en aquells **elements que la fan diferent respecte de les altres**.

Pel que fa al nostre exemple, després d'haver recollit informació sobre els atractius dels municipis que realment podrien ser competidors, hem de detectar en quins aspectes podem competir i en quins altres no podem fer-ho.

Podria ser que els nostres competidors no disposessin d'una oferta d'allotjaments rurals important i, en canvi, la nostra fos àmplia, reconeguda i de qualitat. La gent ens reconeix per aquesta especialització.

Podem afirmar, doncs, que la nostra oferta de turisme rural destaca per damunt de la dels nostres competidors.

Podria ser, també, que algun dels nostres competidors propers tingués un patrimoni històric medieval que nosaltres no tenim, i que un altre dels competidors tingués surgències d'aigües termals i un parell de balnearis, i que un altre, com ja hem dit abans, tingués un destacat atractiu per les activitats artesanals.

Queda clar, doncs, que hi ha actius que ens fan disposar d'avantatges respecte als competidors i que, al seu temps, aquests disposen o poden disposar d'actius que els donen avantatges.