



14.2.21 - Conclusió del tema

El resultat de tot el procés seguit al llarg d'aquest tema l'hem de traduir en la identificació d'uns punts forts (que es poden impulsar) i d'uns punts dèbils (que es poden corregir).

Ara bé, **no és necessari que s'impulsin tots els punts forts, ni que es corregeixin tots els punts dèbils.** Dependrà dels objectius i dels interessos del municipi.

Per exemple, hem detectat com a **punt fort** que s'aconsegueix atreure turistes sense que s'hagi fet una feina important de promoció i comercialització.

Però, com que la nostra destinació no té interès a atreure turisme massiu, no cal que les campanyes promocionals es facin amb l'ús de grans recursos i de *mass media*. El mateix passa amb els canals de comercialització: si volguessin entrar-hi, en tindrien prou fent-ho en els àmbits especialitzats i en els dels segments específics que han identificat (gastronomia, agroturisme, etc.).

Tenint en compte que l'objectiu és conèixer a fons la situació de la qual parteix, el que hem de fer a continuació és **relacionar les oportunitats i les amenaces** que hem detectat gràcies a l'anàlisi externa **amb els punts forts i els punts dèbils.**

El tema següent el dedicarem a explicar una **eina metodològica que ens ajuda a ordenar i creuar els resultats de les anàlisis externa i interna.** Aquesta és l'eina que es coneix amb el nom de matriu **DAFO.**



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