



## 17.2.5 - El creuament de la informació I

La diagnosi no s'enllesteix amb la redacció de la taula anterior de les oportunitats, amenaces, fortaleeses i debilitats. L'autèntic potencial de la tècnica és la capacitat que té de relacionar l'anàlisi interna amb l'externa. Es poden establir les relacions entre cadascun dels 4 blocs temàtics per tal de definir-ne la qualitat competitiva de les relacions.



Aquesta és la **matriu conceptual** de les relacions.

Les estratègies han de sorgir de la **identificació d'oportunitats** que pugin ser aprofitades amb punts forts de la destinació. Aquestes seran les estratègies més eficients.

Quan hi ha oportunitats, però no fortaleeses a explotar, sinó que estan associades a punts febles, sense força per aprofitar-los estratègicament, podem parlar d'escenari d'**il·lusió**, donat que, encara que es pugin aprofitar, difícilment podrem obtenir el resultat esperat. Probablement algun destí competidor estarà en millors condicions.

Si la situació externa és d'amenaça i l'associació s'estableix amb fortaleeses, serà possible el **desenvolupament**, però es produirà un **desgast** com a resultat d'un esforç d'explotació superior.

Finalment, si l'escenari extern és desfavorable i, a més, no comptem amb elements forts, la situació és clarament preocupant i la capacitat competitiva molt baixa.

**Vegem a continuació com seria  
utilitzant l'exemple.**



## 17.2.5.1 - Matriu conceptual

	Oportunitats	Amenaces
Fortaleses	Estratègia	Desgast
Debilitats	Il·lusió	Alt risc



## 17.2.6 - El creuament de la informació II

- **Punt fort:** Recordem que hem identificat allotjament rural de qualitat.
- **Amenaça:** El projecte de construcció d'un poblat rural en un nucli que pot ser competidor.

### Quina informació podem treure del creuament d'aquesta informació?

Malgrat que en un principi sembla que el producte de poblat rural ens pot fer mal com a destinació de turisme rural, si ho analitzem amb més profunditat constatarem que la nostra oferta rural és força diferent a la del poblat rural, que és més semblant a un ressort rural o una ciutat de vacances.

Probablement, el segment de turisme rural, en clara expansió, també està en procés de diversificació; per tant, és poc probable que aquest projecte ens faci mal, més aviat ens beneficia en reafirmar que el nostre és un projecte de turisme rural vinculat a les explotacions reals i amb una producció de qualitat.

Per tant, en lloc de malbaratar esforços intentant generar una oferta semblant a la de la competència, incidirem en els valors de ruralitat, autenticitat i qualitat que ens permetin potenciar el turisme.



## 17.2.7 - El creuament de la informació III

- **Oportunitat:** Recordem que hem identificat també el fet que les preferències vacacionals dels habitants de les grans ciutats tendeixen cap a pobles i comarques de tradició rural i amb un entorn ben conservat.
- **Punt feble:** Hem identificat com a punt feble la mala senyalització i la manca de fidelització.

### Quina conclusió podem treure del creuament d'aquesta informació?

Hem vist que la nostra destinació ofereix un destacat potencial que s'adapta perfectament a les necessitats de la demanda i que sense fer gaires accions tenim èxit. Haurèm de fer mans i mànigues per desenvolupar les eines que millorin les **condicions d'acollida** de la destinació. D'aquesta manera, respondrem millor a les necessitats dels visitants i si, a més, ho completem amb productes orientats específicament cap al visitant -com la recuperació del celler cooperatiu- l'èxit estarà garantit.

Ara hauríem de continuar fent el mateix amb la resta de la informació.