

INTO ///

**Turista, sostenibilidad y tecnología:**

**Investigación para la competitividad del turismo**

Mallorca, 21 de octubre de 2010

***¿Podemos descifrar las claves del éxito de un destino turístico?***

¿Qué podemos aprender exactamente de todas las clasificaciones de destinos turísticos que se hoy en día se publican en las revistas de viajes y los medios en general, que a menudo hacen referencias mal definidas a varios criterios?

¿Por qué algunos destinos son líderes en segmentos de mercado específicos mientras que otros aún están luchando con su propia imagen?

Los destinos privilegiados son los que heredaron un medio urbano o rural con raíces históricas, con los recursos de un patrimonio rico y bien conservado, ubicado en un paisaje y un entorno atractivos y con un *'orgware'* sólido.

La tendencia a considerar que los recursos culturales son el núcleo del proceso de desarrollo turístico se ha vuelto obvia y, de hecho, está estrechamente vinculada a los potenciales propios de una economía cultural global emergente. El primer reto para las autoridades y los emprendedores locales consisten en lograr un consenso sobre los puntos fuertes y débiles de los activos culturales locales y regionales: la identificación de *'ventajas comparativas'* del lugar y sus productos. *¿Qué tenemos que sea más, mejor, más bonito, más interesante en comparación con otros destinos del mismo mercado (el 'hardware')?*

El reto para los promotores turísticos es mucho más complicado que hacer una lista de los activos locales y regionales; la evaluación que hagan diferentes partes interesadas de los beneficios directos e indirectos dependerá de cómo perciban el potencial turístico, el apoyo real de los actores locales y, por encima de todo, de la interacción entre las agencias locales y globales. Las perspectivas y expectativas económicas deben estar respaldadas por información basada en datos y estudios de mercado *'serios'*. Los puntos más cruciales son los incentivos y las capacidades para desarrollar una *'valorización visionaria'* de los recursos y oportunidades locales. Teniendo en cuenta las ventajas comparativas, cómo se pueden traducir y aplicar en forma de *'estrategias competitivas'* (el *software*).

¿Entonces cuáles son los factores clave para el éxito de una combinación específica de producto - lugar - mercado?

El *proceso de transformación* de recursos culturales en activos turísticos es realmente complejo y requiere un planteamiento basado en la investigación sistemática para orientar y supervisar un desarrollo integrado y sostenible del destino.

La palabra clave de esta presentación será **cohesión** entre el pasado y el presente, entre lo local y lo global, entre la cultura, el entretenimiento y la economía.