



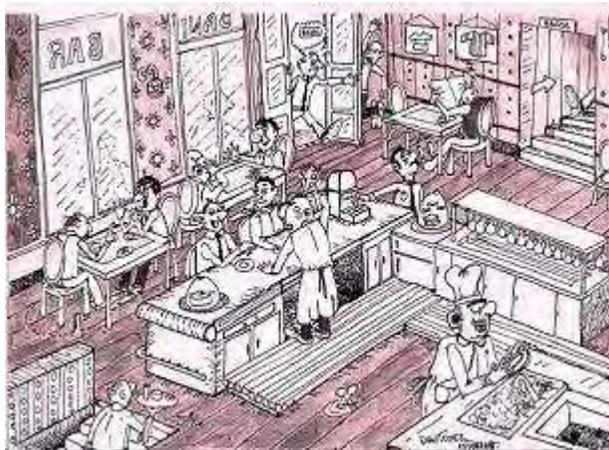
Taller: Iniciativas locales para un turismo sostenible en municipios de Andalucía.

EL PLAN ANDALUZ DE TURISMO SOSTENIBLE Y SUS IMPLICACIONES LOCALES.

Inmaculada Mercado Alonso

Cuáles son los objetivos de una charla como esta...?

- ❑ Partiendo del conocimiento previo... Señalar algunos **elementos novedosos** del Plan respecto los anteriores.
- ❑ Hacer una relectura del Plan con las gafas de quienes lo aplican en la escala local, partiendo de que **el liderazgo del desarrollo turístico se fragua en los destinos**.
- ❑ Tratar de traducir el lenguaje de la planificación estratégica al dialecto de la **experiencia y la gestión**.



- Eqwfgexcbrrhsfeurhhuwefcssdsvfvsf
de coca-cola?
-¿Una lata de qué?



¿QUÉ DESTACAR, DE ENTRADA, DE UN PLAN COMO ESTE?

- El proceso: **Debate y participación** más allá de las actuaciones Información Pública preceptivas.



- La llamada a la **diferenciación-singularidad**, a partir de los elementos que componen la IDENTIDAD.



- La componente territorial: Uno de los pilares del Plan. Incidencia en el **espacio turístico**: territorio en que se localizan todos los elementos que intervienen en la experiencia turística.

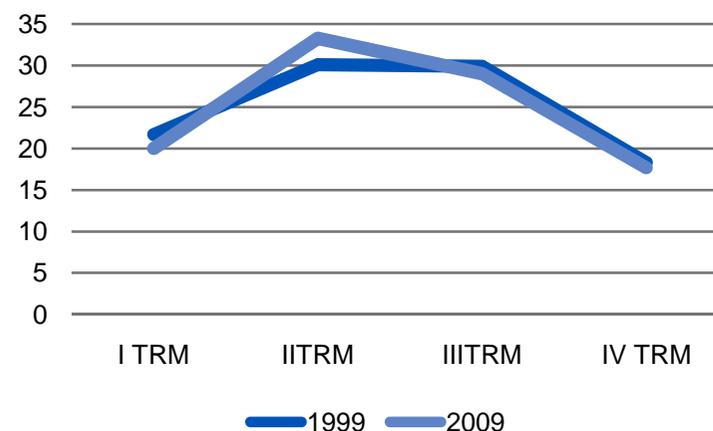


QUÉ PUNTO DE PARTIDA...

El sistema turístico andaluz está inmerso en un **cambio de modelo**...

- ✓ ¿Somos **menos estacionales**?
- ✓ La oferta es mucho más que alojamiento...
- ✓ El turismo que más crece y más gasta pide **experiencias singulares con productos a medida**.
- ✓ Los que son están en el escaparate... **Internet**.
- ✓ La imagen de productos y marcas del mercado andaluz es confusa.

PORCENTAJE DE VIAJEROS ALOJADOS EN HOTELES POR TRIMESTRES



... QUÉ RETOS



Lo que plantea **nuevos retos**:

- ✓ Acompasar los ritmos de crecimiento: **atentos a la ocupación.**
- ✓ Mantener y reforzar el **atractivo turístico de los destinos.**
- ✓ **Diferenciar** los destinos y productos andaluces para desvincular la competitividad de la carrera de precios a la baja.
- ✓ Mantener y profesionalizar el **empleo.**
- ✓ **Reducir la fragmentación** de mensajes de marcas y estructura productiva.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN



PRIMERO: CAMBIAR EL PUNTO DE MIRA

MAS NO SIEMPRE ES MEJOR... PERO MEJOR SIEMPRE ES MEJOR

A. REDEFINICION DEL POSICIONAMIENTO COMPETITIVO



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

PRIMERO: CAMBIAR EL PUNTO DE MIRA

o TENGO ALGO... QUE TE PUEDE GUSTAR;



Las viejas preguntas eran...

- ¿qué recursos tengo?
- ¿qué tienen los demás que yo no tengo?
- ¿cómo puedo aumentar el número de turistas?

Las preguntas de este plan son...

- ¿qué recursos interesantes tengo?
- ¿qué tengo yo que no tienen los demás?
- ¿cómo puedo aumentar los ingresos, la estabilidad de la afluencia y la fidelidad?

A.1. Fomentar el desarrollo basado en la DIFERENCIA a partir del reforzamiento de la identidad del espacio turístico basada en el patrimonio natural, cultural y paisajístico.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

PRIMERO: CAMBIAR EL PUNTO DE MIRA

o ¿DE QUIEN SON ESTOS PIES?

¡ NECESITO INFORMACIÓN EN MI ESCALA !



- ¿ Quiénes son los turistas que vienen?
- ¿ Cuántos vienen a mi pueblo, ciudad...?
- ¿ Cómo viven, qué les gusta, qué valoran?
- ¿ Cuándo y dónde están?
- ¿ Cómo vienen? ¿ Con quién vienen?
- ¿ Quién los trae?
- ¿ Qué quieren, qué esperan de mí?
- ¿ Cuánto y en qué piensan gastar su dinero?

TRATAR DE IDENTIFICAR OBJETIVOS Y RUMBO DEL ESFUERZO

A.2. Habilitar instrumentos de análisis de mercados para orientar marcas y productos.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

PRIMERO: CAMBIAR EL PUNTO DE MIRA

o PUEDO AYUDARTE ANTES DE QUE LLEGUES



- ¿Y si organizamos una central de reservas de todo tipo de servicios desde una web de destino?
- ¿Y si pudiéramos mantener comunicación directa con el cliente u operador antes y después de su viaje?

Misako y Ryo contactaron con una empresa de eventos de Granada y lo organizaron todo

A.3. Propiciar una mejora de la relación entre mercado emisor y empresas andaluzas.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN



SEGUNDO: RENOVARSE O...

... SE LO LLEVA LA CORRIENTE

B. ADECUACION DE LA ESTRUCTURA PRODUCTIVA A LAS NUEVAS NECESIDADES



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

SEGUNDO: RENOVARSE O...

o DESTINOS MEJORES (I)

1. **CALIDAD**: Sabemos qué se le exige al destino para incluirse en los catálogos de los principales operadores?



2. **ACCESIBILIDAD**:

Sabemos qué se valora peor en las encuestas de demanda?... Por favor quiero llegar!!!

Sabemos que no se puede vender lo que no se tiene... Pero tampoco lo que no se puede ver!!! Una guía no es un inventario.

3. **ESTACIONALIDAD**:

- ✓ ¿Qué HACER en mi comarca?
- ✓ ¿QUIÉN puede venir aquí todo el año?



- B.1. Actualización a adaptación de los destinos a las exigencias actuales en materia de calidad.*
- B.2. Incorporación de criterios generales de accesibilidad.*
- B.3. Apoyo a los segmentos específicos que refuercen la identidad y reduzcan la estacionalidad.*



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

SEGUNDO: RENOVARSE O...

o DESTINOS MEJORES (II)

4. El mapa de los destinos prioritarios



5. Políticas diferenciales:

- ✓ En el **litoral**: diversificación, sostenibilidad y reposicionamiento. MEAT.
- ✓ En el **espacio rural interior**: estructuración y cohesión de la oferta.
- ✓ En las **ciudades de interior**: ampliación y enriquecimiento de la oferta.

6. ¿Qué necesitamos para consolidar espacios mixtos de gestión?



B.4. Estructura de destinos prioritarios válida para cada segmento específico.

B.5. Formulación de políticas diferenciales para cada uno de los tres ámbitos turísticos.

B.6. Incorporación corporativa y activa de los agentes sociales en la orientación de los destinos.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

SEGUNDO: RENOVARSE O...

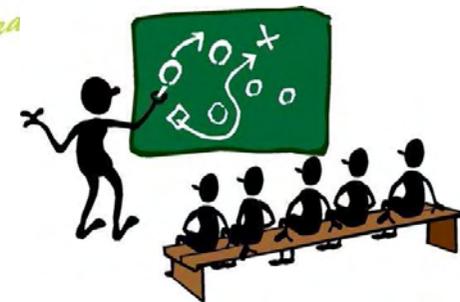
o EMPRESAS MEJORES

El papel de la administración local es ofrecer oportunidades e incentivar compromisos sociales y ambientales, pero en esto, la pelota está en el tejado de las empresas.



Parque Natural
de Andalucía

Turismo de
Naturaleza



B.7. Modernizar y fomentar la innovación en el tejido empresarial.

B.8. Internacionalizar la empresa turística andaluza.

B.9. Propiciar una mayor extensión de en la estabilidad y calidad del empleo.

B.10. Capacitación de los recursos humanos favoreciendo políticas de formación.

B.11. Impulsar la cultura innovadora en productos y procesos en un entorno de integración ambiental.



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

TERCERO: TODOS A UNA

-¿QUIÉN MATÓ AL COMENDADOR?...
-FUENTE OVEJUNA, SEÑOR.



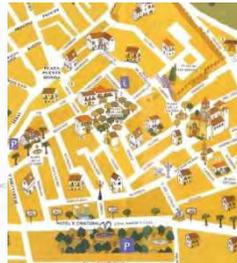
C. MEJORA DE LA COHERENCIA Y LA EFICACIA EN LA ACTUACION CONJUNTA



LOS GRANDES OBJETIVOS DEL PLAN

TERCERO: TODOS A UNA

✓ No es nada fácil: lo que nos cuesta ponernos a trabajar desde ópticas diferentes por un objetivo común: **las dificultades.**



✓ Un buen punto para converger: **el paisaje.**

✓ Y **un ejemplo** de cómo ponernos en camino: Centros Comerciales Abiertos y Turismo... O cómo buscar el mayor beneficio mutuo.

- C.1. Establecer vinculación con las políticas patrimoniales (cultura, medio ambiente)*
- C.2. Convergencia en la política turística, comercial y deportiva.*
- C.3. Iniciativas de Turismo Sostenible como marco de colaboración para el fomento local.*
- C.4. Formación de Clubes de productos.*
- C.5. Establecer vinculación con las políticas urbanísticas, de ordenación del territorio y obras públicas.*
- C.6. Concretar medidas de colaboración entre la política de control ambiental y la turística.*
- C.7. Implantar sistemas de información turística integral adaptados a la nueva política.*
- C.8. Desarrollar programa de Valorización Social del turismo por parte de los andaluces.*



LOS INSTRUMENTOS DEL PLAN

- ❑ PLANES DIRECTORES TERRITORIALES:
 - ❑ Para el ámbito rural
 - ❑ Para las ciudades
 - ❑ Para el ámbito litoral.

- ❑ GESTION DE ESPACIOS
 - ❑ Planes directores
 - ❑ Planes de desarrollo
 - ❑ Políticas activas

- ❑ PROGRAMAS DE INICIATIVA AUTONOMICA

- ❑ PROGRAMAS DE INICATIVA LOCAL

- ❑ GESTION DE PROCESOS



LOS INSTRUMENTOS DEL PLAN. ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE

- Estrategia de Turismo Sostenible: Marco legal para la intervención de la iniciativa local en el desarrollo de los objetivos del Plan (*Orden 9-11-2006*).
- La estrategia tiene dos iniciativas
 - INICIATIVA DE TURISMO SOSTENIBLE
 - INICIATIVA CIUDADES TURISTICAS
- Tres cuestiones a destacar:

MAS TERRITORIO



DESDE EL TERRITORIO



CON EL TERRITORIO



LOS INSTRUMENTOS DEL PLAN.

ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE

- **MAS TERRITORIO.** LA VISION ES MAS TERRITORIAL QUE ADMINISTRATIVA, SIGUIENDO EL ESPÍRITU DEL PLAN. LIDERAZGO DEL ESPACIO GEOGRAFICO EN LA CONFORMACION DE SU MODELO TURISTICO. Se manifiesta en la definición de los ámbitos: espacios geográficos que delimitan el territorio de desarrollo de las ITS con un importante potencial turístico y recursos patrimoniales naturales o culturales de interés, o de las CT delimitadas por redes de ciudades medias, rutas culturales o itinerarios turísticos.
- **DESDE EL TERRITORIO.** Las ITS surgen por iniciativa del territorio. En la definición: conjunto integrado de medidas dirigidas a implementar un sistema de planificación estratégica DESDE EL TERRITORIO. PROMOTORES DE TURISMO SOSTENIBLE.
- **CON EL TERRITORIO.** Se fuerza a alianzas entre lo publico y lo privado. La mayor parte de las ITS están protagonizadas por Grupos y Asociaciones a los que se han adherido empresas de la zona que cuentan con líneas de financiación propias.

LOS INSTRUMENTOS DEL PLAN. ESTRATEGIA DE TURISMO SOSTENIBLE

○ LAS ITS HOY:

- 20 en desarrollo
- 8 en trámite, pendientes de firma.



○ LAS C.T.:

- 2 en desarrollo:
Tempranillo y Conjuntos Históricos de Andalucía.
- 1 en trámite, pendiente de firma:
Ciudades Medias de Andalucía.



LOS INSTRUMENTOS DEL PLAN. OTROS INSTRUMENTOS EN EJECUCION

- **PLAN TURISTICO DE GRANDES CIUDADES:**
 - Granada, Jaén, Jerez de la Frontera, Málaga, Marbella y Sevilla
- **PLANES TURISTICOS**, de iniciativa autonómica (24) y **PLANES DE DINAMIZACIÓN DE PRODUCTO TURISTICO**, en colaboración con el Estado (7)
- **PLANES DE RECUALIFICACION DE DESTINOS**
 - Plan Qualifica. Costa del Sol Occidental
- **PLANES DE COMPETITIVIDAD POTENCIAL**, iniciativa del estado:
 - Sierra Norte de Málaga
 - Ruta de los Castillos y Batallas.

CONCLUYENDO...



✓ **OPORTUNIDAD Y RESPONSABILIDAD:** liderazgo en la construcción de un modelo sostenible de turismo en el ámbito local.

✓ **REFLEXIÓN:** El futuro del turismo está ligado a la capacidad de gestionar el territorio con criterios de sostenibilidad: objetivos, medios, ritmos...

**EN TIEMPOS DE RECURSOS LIMITADOS,
MÁXIMA EFICIENCIA DE LOS
ESFUERZOS, SIN DESDIBUJAR EL
FUTURO CON LA URGENCIA DEL
PRESENTE.**



Inmaculada Mercado Alonso

¡¡GRACIAS!!

