

Diseño de productos, servicios y destinos turísticos. Planificación del territorio

Autor: Roselló Busó, Esther (Licenciada en Derecho, Profesora de Enseñanza Secundaria, especialidad: Hostelería y turismo).

Público: Ciclo Formativo de Grado Superior de Guía, Información y Asistencia Turística. **Materia:** Diseño de Productos Turísticos.

Idioma: Español.

Título: Diseño de productos, servicios y destinos turísticos. Planificación del territorio.

Resumen

En el siguiente artículo analizamos cómo se realiza la planificación del territorio y la planificación de un destino turístico. Así mismo tratamos el papel de las administraciones públicas en la planificación turística y las barreras a la misma. Veremos una clasificación de los destinos y los aspectos clave de un plan turístico. Para terminar desarrollaremos las etapas del plan de desarrollo turístico y propondremos actividades. Tratamos la delimitación del territorio y su estudio, el análisis de la realidad, análisis DAFO y obtención de un diagnóstico, las estrategias y actuaciones a llevar a cabo para alcanzar los objetivos (plan de acción).

Palabras clave: Planificación, plan turístico, territorio, destino, estrategias.

Title: Design of products, services and tourist destinations. Territory planning.

Abstract

In this article we analyze how the planning of the territory and the planning of a tourist destiny is realized. We also discuss the role of public administrations in tourism planning and the barriers to tourism planning. We will see a classification of the destinations and the key aspects of a tourist plan. Finally we will develop the stages of a tourism development plan and propose activities. We deal with the delimitation of the territory and its study, the analysis of reality, SWOT analysis and obtaining a diagnosis, the strategies and actions to be carried out to reach the objectives.

Keywords: Planning, tourism plan, territory, destination, strategies.

Recibido 2017-08-22; Aceptado 2017-09-06; Publicado 2017-09-25; Código PD: 087086

Actualmente los cambios económicos, sociales, tecnológicos y medioambientales, han llevado a una mayor preocupación por realizar una correcta gestión y planificación del territorio.

El éxito de un destino depende de las mejoras que se hagan en él, ello se traducirá en competitividad. Turismo y territorio son inseparables ya que el territorio contiene los recursos y sufre el desarrollo. Además el turismo puede desarrollar económicamente el territorio y condiciona su ordenación-planificación, ya que lo necesita y lo modifica. La modificación del territorio deberá ser siempre sostenible.

CONSERVACIÓN MEDIOAMBIENTAL + RENTABILIDAD ECONÓMICA + INTEGRACIÓN SOCIAL =SOSTENIBILIDAD

SOSTENIBILIDAD + PLANIFICACIÓN= DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE

CONCEPTO DE PLANIFICACIÓN

Proceso a través del cual se ordena y racionaliza en un destino turístico (o potencialmente turístico) los recursos, atractivos, infraestructuras, equipamientos y servicios y, en general, todos los elementos que integran la oferta, adecuándolos a las necesidades de la demanda y tendencias del mercado. Se ordena y racionaliza la oferta turística en un destino.

PLANIFICACIÓN CONJUNTA E INTEGRADA

El turismo es una actividad global, por ello, debemos diseñar una planificación y gestión conjunta que integre los distintos recursos, bienes, servicios e infraestructuras que afecten a la actividad turística (seguridad, sanidad, tráfico...)

Una planificación correcta incluirá respeto y mejora medioambiental, añadir valor añadido al destino, por tanto, mejora de competitividad, correcta vía de comercialización y distribución, Impulso del desarrollo socio-económico del destino y creación de productos turísticos competitivos, modernos, viables, sostenibles y que satisfagan al turista.

Los componentes del sector turístico que deben planificarse de forma integrada son:

- Residentes y administración
- Infraestructuras
- Demanda, mercados turísticos
- Alojamientos, transporte, atracciones y actividades turísticas

PLANIFICACIÓN TURÍSTICA EN ESPAÑA

Para mejorar el territorio, incrementar el flujo turístico, aumentar la calidad y las condiciones de vida de los núcleos de población las distintas administraciones (estatal, autonómica y local) establecen normativas para conseguir un desarrollo turístico sostenible. Se realizan planes a corto, medio y largo plazo con financiación pública y privada.

La planificación permite hacer acciones sobre el territorio al nivel que corresponda, internacional, nacional, autonómico, comarcal, regional, local y de mancomunidad.

Las comunidades autónomas planifican en sus territorios, establecen sus normativas. Existen multitud de normativas y de planes en España, algunas, fruto de la cooperación entre distintas administraciones, ya que los productos turísticos muchas veces afectan a más de un territorio. Vamos a tratar sólo las iniciativas llevadas a cabo por el gobierno central iniciadas hace 20 años y la normativa de la Comunidad Autónoma Valenciana.

Surgieron entre otros:

1- PLAN MARCO DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL (Futures): 1992-1995

2- PLAN MARCO DE COMPETITIVIDAD (Futures II): 1996-1999

3- PLAN INTEGRAL DE CALIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL: (PICTE) 2000-2006

4- HORIZONTE 2020

Analizaremos:

PLAN NACIONAL INTEGRAL DE TURISMO 2012-2015

PLAN ESTRATÉGICO GLOBAL EL TURISMO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA 2010-2020

1-PLAN MARCO DE COMPETITIVIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL (FUTURES) 1992-1995

OBETIVOS: económicos, sociales, medioambientales. Mejora de la CALIDAD, formación y cualificación, mejora en I+D, mejora de la comercialización, conservación del entorno, revalorización del patrimonio, modernización... para aprovechar las oportunidades que ofrecía el mercado, basándose en la segmentación y diversificación. Aparecen los PET. (Planes de Excelencia Turística).

Los planes de acción consistieron en Coordinación y cooperación institucional; Modernización e Innovación turística; Nuevos productos turísticos (dada la cantidad de recursos existentes en España) y Excelencia Turística.

PET: PLANES DE EXCELENCIA TURÍSTICA (CALIDAD DESTINOS): Son para mejorar destinos maduros (sol y playa), exigieron una importante inversión en la costa. Ej Municipio mallorquín Calviá 1992 fue uno de los pioneros en ejecutar un PET

2-PLAN MARCO DE COMPETITIVIDAD (FUTURES II) 1996-1999

Basado en la mejora de la COMPETITIVIDAD Y SOSTENIBILIDAD en una época de bonanza económica del sector. Nuevos productos basados en la diversificación y desestacionalización.

Los planes de acción consistieron en: Coordinación, cooperación e internacionalización; Calidad; Formación; Nuevos productos turísticos; I +D; Actuación sobre destinos turísticos: aparecen los PDT y PET (Planes de Dinamización turística, Planes de Excelencia Turística).

PDT-PLANES DE DINAMIZACIÓN TURÍSTICA (SOSTENIBILIDAD): dirigidos a destinos emergentes para su desarrollo sostenible. Construcción de infraestructuras, concepto de capacidad de carga turística. Ej Benasque (Huesca), Cuellar (Valladolid) y Tena (Huesca) fueron pioneras en 1996 en ejecutar un PDT

3-PLAN INTEGRAL DE CALIDAD DEL TURISMO ESPAÑOL (PICTE) 2000-2006

Este Plan continuó los anteriores, siendo su principio básico el concepto de CALIDAD Y COOPERACIÓN ENTRE ADMINISTRACIONES.

Las líneas estratégicas fueron: Calidad de los destinos turísticos. Calidad en productos turísticos, sectores empresariales, formación...; Desarrollo e Innovación Tecnológica; promoción; Información estadística y análisis económico; Internacionalización de la empresa turística; Cooperación Internacional; Apoyo a la comercialización exterior.

En 2005 los PET y PDT se sustituyen por los PDPT (Planes de Dinamización de los productos turísticos). El objetivo era crear productos turísticos comercializables.

PDPT: PLANES DE DINAMIZACIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO

Es una actuación por parte de la Administración pública que pretende favorecer el desarrollo de destinos que aunque con recursos suficientes, no están incorporados totalmente al proceso de desarrollo turístico.

No distingue entre destinos maduros y emergentes. Se centran en crear productos turísticos atractivos, de calidad, sostenibles y comercializables asegurando el éxito.

4- HORIZONTE 2020

El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, promovió el desarrollo del Plan Turismo 2020, El 8-noviembre 2007 se aprobó, fruto del consenso del sector público y privado. Sus retos fueron:

Un nuevo modelo para destinos turísticos maduros; Mejorar el posicionamiento de España; Promover y desarrollar productos experienciales innovadores; Impulso de una cultura de detalle y atención al cliente; Compromiso de sostenibilidad, revalorización de recursos con equilibrio sostenible; Promover la Innovación...

Dentro del Plan Horizonte 2020 aparecen los **PCPT, PLANES DE COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS**, su objetivo principal es incrementar la competitividad, sostenibilidad y accesibilidad de los destinos, dinamizar económicamente zonas en principio no turísticas y combatir la estacionalidad. Son una herramienta para mejorar la oferta de las entidades locales en la que participa la Admón. Del Estado, las comunidades autónomas y las Corporaciones locales. Son de 2 tipos, de zonas o comarcas de alto potencial y de destinos turísticos de proyección internacional.

PERIODO	PLAN	LINEAS DE ACTUACION	DESTINOS	ACTUACIONES
1991-1995	FUTURES I	PET (Plan de Excelencia Turística)	Maduros y consolidados Litoral Grandes ciudades monumentales	Recuperación. Regeneración de destinos maduros Coordinación y cooperación institucional Modernización e Innovación turística Nuevos productos turísticos (múltiples recursos existentes en España) Excelencia Turística
1996-1999	FUTURES II	PET (Plan Excelencia T.) PDT (Plan Dinamización T)	Destinos Emergentes en fase de desarrollo. Pequeñas ciudades patrimoniales. Destinos naturales	Oferta de calidad en destinos emergentes (PDT) Sostenibilidad y Dinamización Coordinación, cooperación e internacionalización Calidad Formación Nuevos productos turísticos I+D
2000-2006	PICTE	PET Y PDT PDPT	Consolidados y emergentes	Sostenibilidad y Dinamización
2006-2007 (se alarga 1 año más)	PICTE	PDPT (Plan Dinamización del Producto Turístico)	Nuevos mercados	Promoción de los destinos Calidad y Sostenibilidad Innovación Tecnológica Internacionalización de la empresa turística Cooperación Internacional
A partir de 2007	PLAN DE TURISMO ESPAÑOL HORIZONTE 2020	PCPT (Plan de competitividad del producto turístico)	Destinos con alto potencial turístico. Proyección internacional	Gestión de destinos. Coordinación público-privada Mejora del posicionamiento de España Productos experienciales innovadores Cultura de detalle y atención al cliente Sostenibilidad e Innovación...

CLASIFICACIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS:

Aunque en el artículo anterior hemos visto algunas clasificaciones, existen múltiples clasificaciones, entre ellas:

a) En función de la distribución de los recursos y su utilización por los turistas:

- 1- Destino Único: los turistas no tienen necesidad de visitar ningún otro destino.
- 2- Destino con sede central y visita a los alrededores: existe un destino como punto central y desde éste los turistas se desplazan a otros de las cercanías.
- 3- Circuito: los turistas se desplazan de un destino a otro sin retornar a ninguno. No existe punto central.
- 4- Viaje en ruta: incluye varias paradas, cada parada o vivencia en la ruta aporta un valor a cada persona. Ejemplo el Camino de Santiago.

b) Según la oferta predominante y atractivos principales:

- 1- Urbano: Patrimonio y arquitectura. Cultura, shopping, congresos, negocios...
- 2- Costa: sol y playa. Relax, deportes acuáticos...
- 3- Rural: Naturaleza. Agricultura, campo...
- 4- Deportivo: circuitos o características necesarias para su realización. Deportes de riesgo, campeonatos...
- 5- Lujo: Paraísos: sol. Paya, exotismo y lejanía, experiencias únicas, relax...
- 6- Montaña: deportes de naturaleza, montaña...
- 7- Salud: Agua. Tratamientos, relax, belleza...
- 8- Medioambiental: naturaleza, observación, deportes...

Actividad 1: Realizar un listado principales destinos turísticos de España en 2016-17.

Actividad 2: Realizar un listado de los principales destinos turísticos del mundo 2016-17

PLANIFICACIÓN DEL DESTINO TURÍSTICO

Según la OMT, un Plan Estratégico integra todos los aspectos del desarrollo turístico, incluyendo recursos humanos, medioambientales y socioculturales.

Es un proceso global de toma de decisiones, orientado a definir: los objetivos generales, la estrategia de mercado global a seguir, la estrategia particular para cada uno de los colectivos del sector y los programas de actuación encaminados a alcanzar la posición estratégica deseada.

Las planificaciones turísticas pueden estar dentro de las planificaciones territoriales generales de zonas o pueden ser independientes. Se elaboran para un determinado período de tiempo de 10 a 20 años, el último año se llama horizonte.

La Planificación Turística persigue minimizar problemas, maximizar beneficios sociales y económicos, mantener la sostenibilidad del sector, proteger el medio ambiente y a la población local mejorando su nivel de vida, mejorar u optimizar los recursos disponibles y buscar la satisfacción de los clientes, todo ello, manteniendo la ventaja competitiva del destino.

Aspectos fundamentales de la Planificación turística:

Integral: toman parte todos los sectores implicados, públicos y privados.

Realista: basada en la realidad.

Población Local: respetándola y beneficiándola.

Racional: aprovechando el potencial del territorio.

Flexible: que permita cambios e imprevistos.

Sostenible: respetando y mejorando la calidad ambiental.

Compatible: estrategias compatibles entre sí para conseguir los objetivos propuestos.

Coherente con otros planes o programas. Se deben tener objetivos generales comunes.

Para planificar se tendrá en cuenta:

Si existe incompatibilidad entre turismo y otros sectores que generan contaminación, visual, olfativa, acústica o medioambiental (fábricas, granjas, centrales eléctricas...)

La oferta laboral de la zona debe estar en consonancia con las necesidades del sector turístico. (Se ofertarán sólo las plazas necesarias)

Las costumbres y tradiciones locales podrán verse afectadas por el turismo (nuevos hábitos que aportan los turistas, deseo de los residentes de adaptarse a los visitantes...) Ej pérdida de comida local y aparición de comida rápida...

El ciudadano que no vive del turismo suele estar en contra del desarrollo del mismo. Se siente atacado por los visitantes.

La existencia de turistas de diferentes nacionalidades y costumbres en un mismo destino plantea la necesidad de conseguir buena armonía en su convivencia.

Según La OMT para homogeneizar las diferentes actuaciones en materia de planificación se debe:

- Establecer los OBJETIVOS del desarrollo turístico y las políticas para alcanzarlos (de todo tipo, económicos, sociales, ambientales...)
- Garantizar la conservación de los recursos turísticos, especialmente los no renovables.
- Favorecer las relaciones del turismo con otros sectores de la economía.
- Ofrecer información veraz y útil de las decisiones públicas y privadas
- Coordinar todos los elementos del sector turístico para alcanzar objetivos más rentables.
- Optimizar beneficios, favoreciendo una justa distribución social de ellos.

- Favorecer la coordinación del sector público y privado
- Facilitar el marco institucional para el desarrollo de la planificación y la gestión turística permanente.
- Evaluación continua de la gestión turística mediante la revisión de los planes de desarrollo turístico.

ASPECTOS CLAVE DE UN PLAN TURÍSTICO

ANÁLISIS DE LA REALIDAD, conocimiento profundo de una zona para alcanzar el mejor rendimiento posible.

REDUCCIÓN DE LA INCERTIDUMBRE, no cabe la improvisación.

PROCESO MULTISECTORIAL.

SISTEMATIZACIÓN, UNIFORMIDAD en la secuencia de las etapas de la planificación.

PLAN DE DESARROLLO DEL DESTINO TURÍSTICO: ETAPAS

ETAPA 1 - DELIMITACIÓN DEL ESTUDIO: Es la primera etapa de la planificación turística, se establecen las bases del proceso, y se determinan los objetivos, los logros a alcanzar. Comprende:

- Delimitación geográfica de la zona que se va a gestionar. En muchas ocasiones se deben coordinar distintas administraciones ya que se engloban varios municipios.
- Zonificación: Se estudia el uso y ocupación del suelo, con uso de tecnología, Sistemas de información geográfica (SIG). Se prioriza la caracterización de medio físico, será necesario clasificar los recursos con el uso más apropiado de los mismos. Se identifican zonas sensibles a catástrofes. Habrá estudios geográficos, económicos e históricos de la zona objeto de desarrollo.
- Elección del equipo humano responsable que será multidisciplinar, especialistas en planificación, economía, medio ambiente, comercialización... Serán organismos públicos y entidades privadas.
- Se fijan las Metas y Directrices. Se realiza una visión estratégica con opiniones de todos los implicados.
- Calendario para la realización y aprobación del plan.
- Determinación de objetivos: se irán revisando y adaptando según se obtenga información.

ETAPA 2 – ESTUDIO Y EVALUACIÓN (análisis de la realidad. Diagnóstico) : **Se hará un análisis DAFO y se obtendrá un diagnóstico que permitirá determinar la posición competitiva de la zona objeto de desarrollo. Se analizarán todos los aspectos posibles como:**

Características del terreno; Estructura económica, empleo...; Estructura demográfica (población local); Potencial de la zona (recursos, atracciones...); Alojamientos (inventario); Estudio de la demanda (actual y potencial); Infraestructuras en instalaciones, transporte; otras infraestructuras como residuos, agua, electricidad...; Marco político-institucional; Capacidad de carga turística; Competidores actuales y potenciales; Disponibilidad de personal cualificado, programas de formación...

ETAPA 3- FORMULACIÓN DE POLÍTICAS Y PLANES: PLAN DE ACCIÓN: Tras los pasos anteriores **se propondrán las estrategias y actuaciones** encaminadas a alcanzar los objetivos marcados.

Las estrategias hacen referencia a aspectos como: ordenación del territorio, promoción turística, desarrollo de productos turísticos, formación de recursos humanos, medidas sostenibles,... Normalmente hay varias alternativas y se seleccionan las más adecuadas.

Los factores de evaluación dependen del caso concreto y son aspectos como impacto sociocultural, medioambiental, contribuye a la conservación de los recursos históricos.... Se fijará una escala de evaluación como ej. de 1 a 5 (nivel más alto: 5).

Un Plan de Acción se compone de:

- OBJETIVOS: Generales-estrategias-específicos

b) TIPOS DE ACTUACIÓN: actuaciones para conseguir los objetivos específicos.

c) ACCIONES/ PROYECTOS ESPECÍFICOS: Fichas de acción, ej. modelo que indica: número de proyecto, la línea de actuación, el objetivo general perseguido, el objetivo específico...

ETAPA 4- EJECUCIÓN Y GESTIÓN (Nos aseguramos de que el plan se materializa): **Los planes deben ejecutarse y deberán fijarse claramente las responsabilidades de las partes y la aprobación del plan por parte de la comunidad local.**

Es una tarea de la administración pública y del sector privado que deben colaborar y organizarse eficazmente, incluso creando comités o un consejo asesor.

Al Sector Público le corresponde: crear y consolidar la estructura básica, desarrollar las atracciones, formular y aplicar normas de calidad en instalaciones y servicios, calificar y ordenar el territorio, protección medioambiental, seguridad, fomento de la educación y formación en turismo, promoción y comercialización, estimular la iniciativa privada ...

Al Sector Privado le corresponde: desarrollar aspectos específicos: alojamientos, oferta complementaria..., mantenimiento de los niveles de calidad, formación del personal...

La financiación general será por parte de la administración, la iniciativa privada sufragará los gastos de los estudios de viabilidad específicos (hoteles, instalaciones turísticas...)

Técnicas de Ejecución durante el proceso:

Zonificación y calificación de terrenos para impedir su degradación: Ej. Directrices en cuanto a diseño arquitectónico y paisajístico.

Programación del desarrollo con plazos y medidas para revisar y actualizar las actuaciones, para desarrollar el plan de forma coordinada y sistemática.

Estándares de calidad de instalaciones turísticas: intentando conseguir certificaciones.

Técnicas de Gestión durante el proceso:

Dinamización de la población y del turista: Es fundamental que la población local participe activamente en los planes de desarrollo turístico.

Desarrollo de los recursos humanos: persiguiendo estándares de calidad en ej. Programas de formación del personal, idiomas, atención al cliente... cuyo fin es satisfacer al cliente.

Comercialización y promoción.

ETAPA 5- SEGUIMIENTO Y CONTROL (revisión del proceso): **Seguimiento y vigilancia del desarrollo del Plan y su correspondencia con los objetivos establecidos.** Es necesaria una base de datos constantemente actualizada que permita tomar decisiones.

Son Indicadores de seguimiento: el grado de desarrollo de los programas de actuación; La previsión del presupuesto; el cálculo del impacto de las actuaciones; el estado de ejecución; corrección de las desviaciones detectadas.

Actividad 3: Analizar el Plan Nacional Integral de Turismo 2012-2015 y el Plan Estratégico Global del Turismo de la Comunidad Valenciana 2010-2020. Se expondrá en clase en grupos de cinco personas, analizando sus objetivos generales y las actuaciones que se llevan a cabo.