


# La planificación turística desde el territorio

# Índice

1. Turismo y territorio
  2. El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008–2011
  3. La Planificación Turística de la Comunidad Autónoma en Andalucía
  4. La Estrategia de Turismo Sostenible
- 

# Turismo y territorio

- ▶ Podemos definir al Turismo como “un sistema de actores, de prácticas y de lugares que tiene por objetivo permitir a los individuos desplazarse para su esparcimiento fuera de su lugar habitual, yendo a habitar temporalmente en otros lugares” Desde esta perspectiva, el turismo se visualiza a través de un gran número de prácticas personales y colectivas fuertemente **especializadas.**

# Turismo y territorio

- El turismo es fundamentalmente un desplazamiento hacia otros espacios, lo que hace que sea una de las acciones humanas más genuinamente territoriales.
- El territorio cumple un papel fundamental y se constituye en un elemento de diferenciación a partir de un conjunto que interactúa a la vez que compite con otros. La territorialidad se valora más que nunca por contener una cultura propia, seña de identidad y por sus ventajas comparativas (el patrimonio en sus diversas manifestaciones: natural, cultural, histórico, etc.)
- el turismo se constituye en una práctica que da un nuevo sentido al patrimonio, entendido éste de forma amplia y revalorizándolo como un atractivo turístico. Por otra parte, a través de la práctica turística, el patrimonio entra al mercado para ser consumido como una mercancía.

# Turismo y territorio

- En los últimos veinte años se ha producido un redescubrimiento del paisaje. Este proceso se vincula a tres variables, a saber, su revalorización social, su consideración como un recurso económico «nuevo» y la ordenación y gestión de las transformaciones que se producen en el territorio.
- El paisaje es un concepto complejo, resultado de la combinación de aspectos diversos como son los naturales, los históricos y los funcionales, pero adquiere también valor simbólico y subjetivo al ser considerado reflejo de la herencia cultural de un pueblo, de su identidad y resultado de unas prácticas históricas ejercidas por un grupo humano sobre el territorio. La explotación de los recursos naturales y el progresivo cambio en los usos del suelo en los países desarrollados desde mediados del siglo veinte originan una antropización creciente en amplios territorios que poseían altos grados de naturalidad y/o ruralidad, como consecuencia de estas rápidas transformaciones territoriales se ha generado una creciente preocupación por la degradación del paisaje

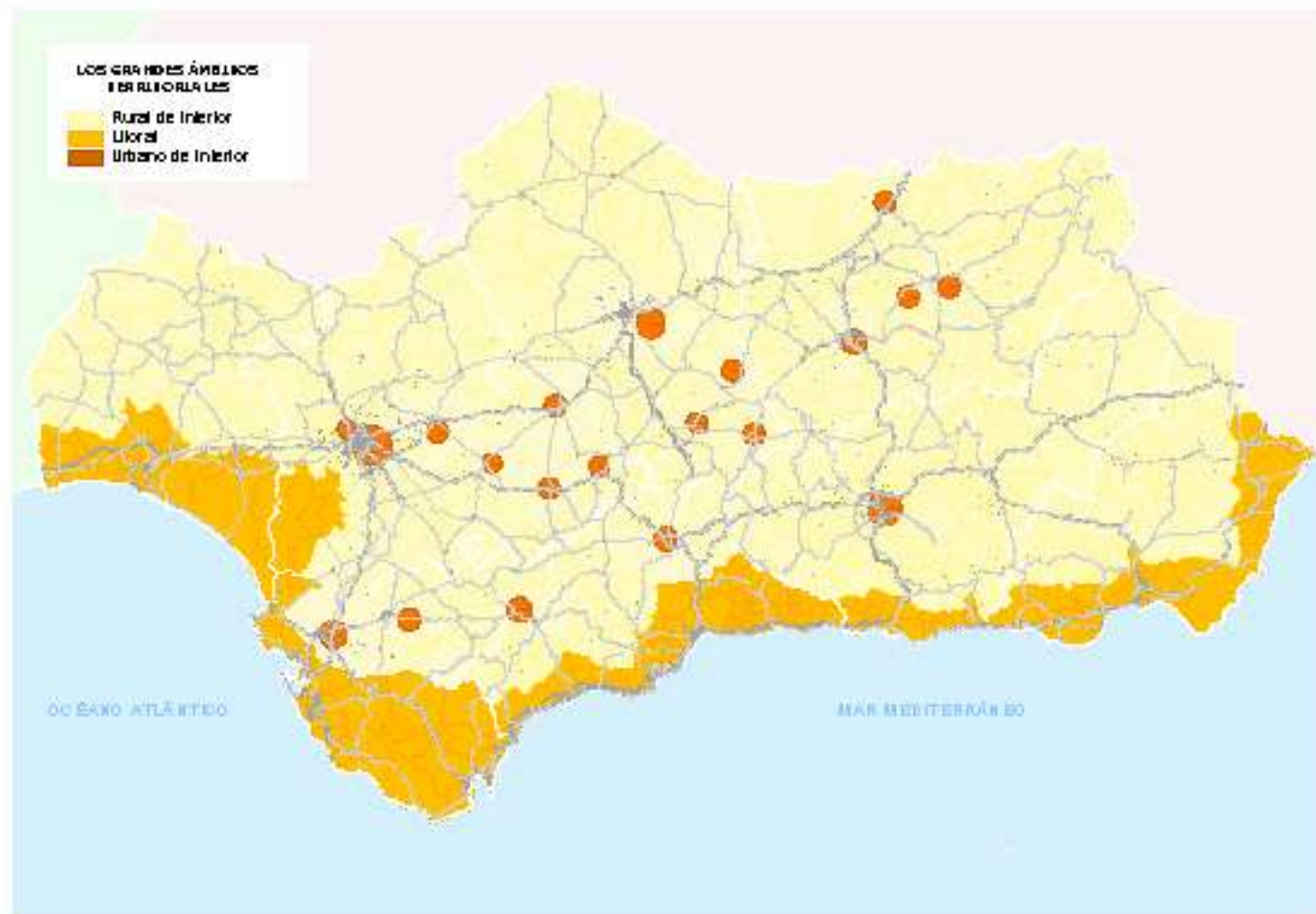
# Turismo y territorio

- El paisaje como recurso, un recurso que es contemplado, con mayor frecuencia, por amplias capas sociales como un bien escaso, difícilmente renovable y fácilmente degradable, cuya pérdida conlleva el deterioro del entorno. La dimensión paisajística, apenas considerada en el pasado, comienza a incorporarse en los últimos años al planeamiento territorial.
- El paisaje, entendido como signo de identidad territorial y los recursos patrimoniales que se asocian a éste, se han convertido en el fundamento en el que se sustentan las actividades vinculadas al denominado turismo rural.
- La trascendencia económica y social de esta nueva funcionalidad queda recogida en el informe «*Using natural and cultural heritage for the development of sustainable tourism in non traditional destinations*» (Comisión Europea, 2002), donde se afirma que alrededor del 50% de los europeos sitúan el paisaje como criterio básico a la hora de elegir destino para sus vacaciones

# Turismo y territorio

- Los investigadores a menudo coinciden en afirmar que el turismo es causa de la degradación medioambiental, pero que al mismo tiempo es un elemento fundamental para su protección y conservación. Al contrario de lo que ocurre con la mayoría de las actividades económicas, el turismo se apoya en la conservación de los recursos naturales.

# El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011





# El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011

- A nivel general, la preocupación por el territorio y el paisaje se presenta de una manera directa o indirecta a lo largo de muchas partes del PGTSA, desde el diagnóstico, los objetivos, las orientaciones, instrumentos, programas o medidas.
- Los cambios operados en la demanda de turismo en el continente europeo, o en el contexto competitivo con la aparición de nuevos productos, nuevas tecnologías o nuevos destinos, son factores que exigen una definición de respuestas adaptadas a la nueva realidad por parte de Andalucía, y la **configuración de un nuevo modelo de turismo** para la región.

# El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011

- ▶ Existe unanimidad entre los agentes públicos y privados sobre la conveniencia de que Andalucía ponga en marcha una política turística basada en la diferencia. Es imprescindible incorporar a los destinos una singularidad de valores y atributos que los hagan competitivos en este escenario actual y en el futuro. En el conglomerado turístico andaluz deben tener un peso importante los productos irrepetibles, las experiencias singulares.
- ▶ Asimismo es necesario que la Planificación concrete un modelo turístico sostenible, que apueste por maximizar los efectos económicos de un bien escaso como es el suelo, preservando el litoral, los recursos naturales y culturales sobre los que se asienta la viabilidad a largo plazo del desarrollo turístico

# El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011

- ▶ Dentro del objetivo básico **“Redefinición del posicionamiento competitivo”** se hace una explícita referencia y una apuesta sobre una línea de trabajo centrada en la recuperación efectiva de atractivo del espacio turístico y de puesta en valor de los recursos y elementos de singularidad (patrimonio territorial, cultura y paisaje).
- ▶ Las herramientas fundamentales que, en desarrollo del Plan, han aplicado este objetivo son, por una parte, los Programas de Recualificación de Destinos Maduros y, por la otra, la Estrategia de Turismo Sostenible.

# El Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011

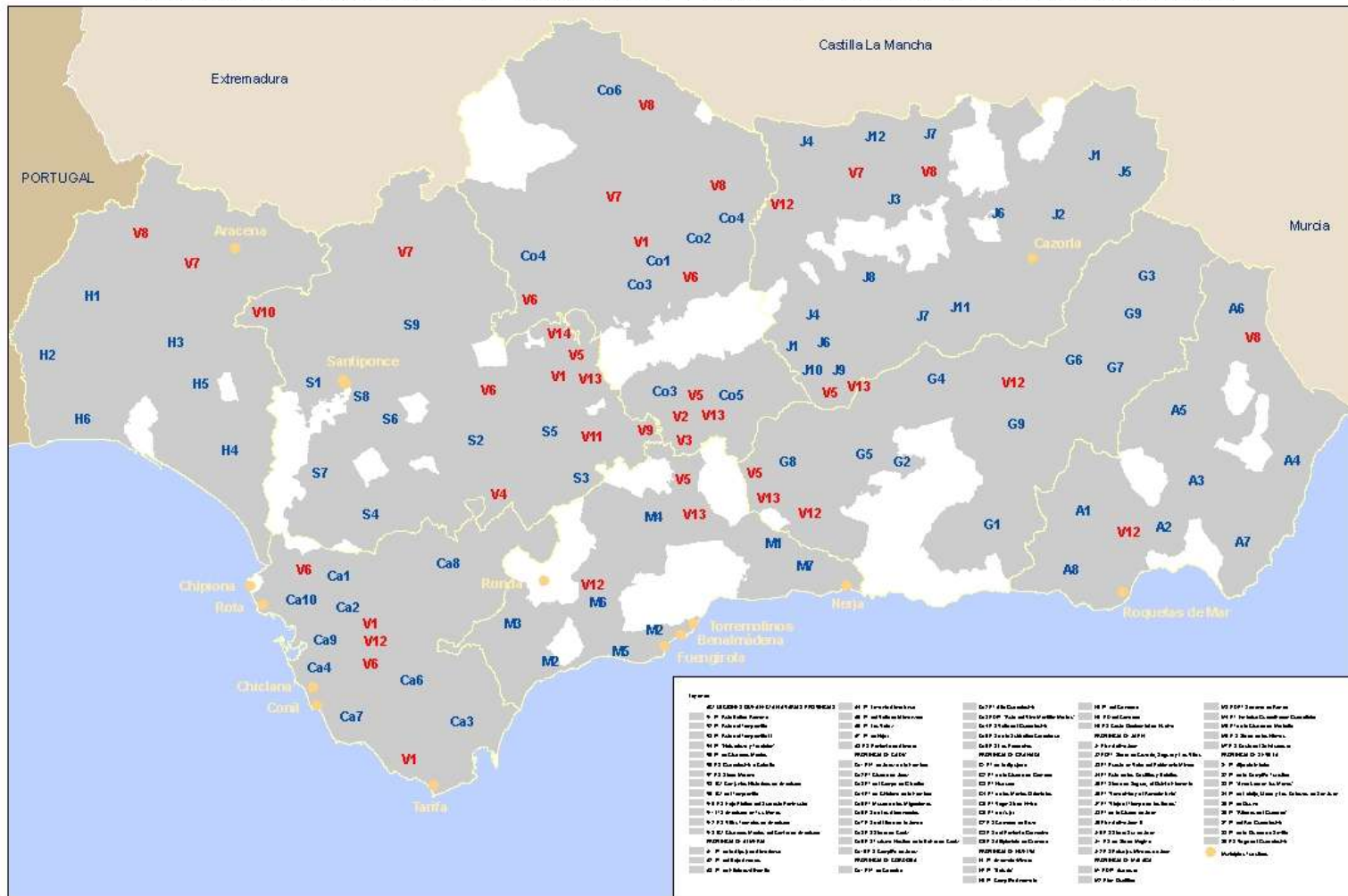
- ▶ Como colofón, el Plan reconoce que el futuro del turismo descansa en los mismos fundamentos e intereses que las políticas públicas de conservación del patrimonio y de la identidad del territorio. Esta interpretación representa una nueva relación entre la actividad turística y la conservación de valores. Ya no se trata de hacer compatible el turismo con la conservación o de corregir sus impactos sobre el medio y los recursos, sino que el turismo pasa a ser el principal interesado en la conservación y calidad de este patrimonio.

# La Planificación Turística de la Comunidad Autónoma en Andalucía

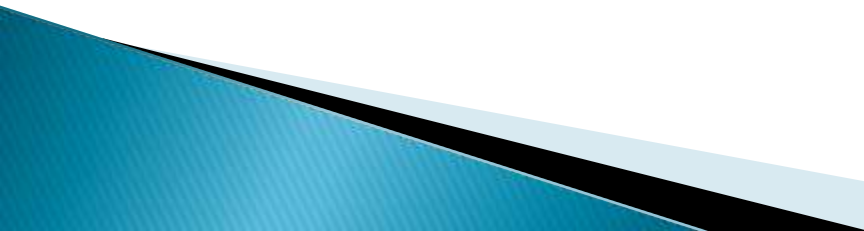
- ▶ Referente territorial y escala. Instrumentos de intervención
- ▶ **Escala Regional**
  - Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011
- ▶ **Escala supramunicipal o intermedia**
  - Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía
  - Planes Turísticos a iniciativa de la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte
  - Programa de Recualificación de Destinos Turísticos
  - Planes Turísticos impulsados en colaboración con la Administración Central
- ▶ **Escala Local**
  - Planes Turísticos de Grandes Ciudades
  - Municipios Turísticos

# La Planificación Turística de la Comunidad Autónoma en Andalucía

ACTUACIONES TURÍSTICAS EN EJECUCIÓN EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE ANDALUCÍA



# La Estrategia de Turismo Sostenible

1. Contexto y justificación
  2. Orden de 9 de Noviembre 2006 y sus modificaciones
    - Orden de 20 de febrero de 2008
    - Orden de 10 de diciembre de 2008
  3. Promotores y Programas constituidos
  4. Orden de 18 de mayo de 2011
- 

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Contexto y justificación.

- El III PAT: hacia un modelo turístico sostenible
- Un instrumento que articula medidas concretas para la planificación turística sostenible
- Integra la mayor parte de la actividad de fomento de la Junta de Andalucía en materia de turismo
- Incide en la colaboración público-privada
- Un instrumento recogido por el Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía 2008-2011
- Instrumento de **iniciativa local** e incidencia subregional
- Articula un **proceso de planificación ascendente y coparticipado donde se impulsan procesos de colaboración público-privados.**
- Es una iniciativa pionera a nivel español



# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## ▶ I. Objetivos estratégicos

- ▶ La **Estrategia de Turismo Sostenible**, se crea como instrumento para favorecer un crecimiento turístico sostenible en la CCAA.
- ▶ Se configura como un conjunto integrado de medidas dirigidas a implementar un sistema de planificación estratégica **desde el territorio**, basado en la consecución de una serie de objetivos

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

- **Iniciativas de Turismo Sostenible (ITS)**
- **Iniciativas de Ciudades Turísticas (ICT)**

## **ITS**

- **Dirigidas a:** fomento de espacios con importante potencial turístico, con recursos patrimoniales naturales o culturales de interés.
- **Para:** lograr un desarrollo equilibrado y la preservación de tales recursos o la incorporación de medidas de calidad como factores económicos de valor estratégico.

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## ICT

- **Dirigidas a:** crear espacios en redes de ciudades medias (cuya población de derecho se encuentre entre 15.000 y 100.000 habitantes), y a establecer o consolidar rutas culturales o itinerarios turísticos.
- ▶ - **Para:** ofertar productos de turismo de naturaleza, cultural o monumental de gran atractivo, a través de una gestión integrada de los recursos patrimoniales en un marco geográfico coherente.

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## ▶ **II. Figuras de intervención**

- **Los Promotores de Turismo Sostenible**
- **Los Programas de Turismo Sostenible**

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## ▶ Promotores de Turismo Sostenible

### ▶ **Papel que asumen:**

- Entidades Colaboradoras
- Y como agentes dinamizadores e impulsores de los Programas de Turismo Sostenible que definirán los objetivos, acciones y proyectos a desarrollar

### ▶ **Forma jurídica que deben adoptar:**

- Asociaciones sin ánimo de lucro
- Mancomunidades, consorcios u otras asociaciones de municipios instituidas de conformidad con las normas de Régimen Local.
- Asociaciones y fundaciones privadas legalmente constituidas

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## ▶ Requisitos que deben reunir:

- Estar constituidas legalmente
- Ámbito de intervención territorial coherente
- **Elaborar y proponer un Programa de Turismo Sostenible**
- Domicilio social en el ámbito propuesto.
- Contratación de una Gerencia
- Asumir compromiso de cofinanciación del 30% del importe de los proyectos específicos de competencia local

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

## Programas de Turismo Sostenible

Propuestas de intervención basadas en los siguientes

### **OBJETIVOS:**

- Creación de producto turístico o mejora del existente.
- Fortalecimiento de la competitividad del sector turístico local.
- Creación, mantenimiento y mejora del espacio turístico.
- Implantación de sistemas y herramientas de gestión medioambiental

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006


- ▶ Cada objetivo incluye los **TIPOS DE ACCIÓN** a los que deberán adecuarse los proyectos subvencionables que se presenten.
- ▶ Ejemplos de LÍNEA DE ACCIÓN:
  - A.1) Creación de centros de interpretación
  - B.1) Apoyo a emprendedores del territorio que quieran orientar o expandir su actividad al sector turístico
  - C.1.) Embellecimiento de entornos y accesos a los recursos
  - D.1.) Implantación de sistemas de gestión en las empresas conducentes a certificaciones o distintivos



# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

- ▶ Los Programas de Turismo Sostenible fueron confeccionados de acuerdo con el formato, aprobado por resolución 28 de diciembre de 2006.
- ▶ contaron con el siguiente **CONTENIDO**:
  - Diagnóstico
  - **Plan de Acción**
  - Plan de Seguimiento y Evaluación.
  - Plan de Difusión.
- ▶ Los convenios que de ellos se han derivado tienen un plazo máximo de duración de 4 años.


# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 9 de noviembre de 2006

- ▶ Resultados hasta 2011 de la ETS
  - ▶ Se han resuelto 3 convocatorias con un total de 31 programas de turismo sostenible aprobados. 3 ICT y 28 ITS
  - ▶ 22 de ámbitos territoriales rurales de interior
  - ▶ 6 de ámbitos territoriales del litoral
  - ▶ 3 dirigidas a la creación o mejora del producto turístico
- 

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 18 de mayo de 2011

- ▶ Principales cambios respecto a la Orden de 6 de noviembre de 2006, actualmente derogada:
  1. Un nuevo modelo que separa la selección de los Programas de Turismo Sostenible de las convocatorias de subvenciones.
  2. Promotores de Turismo Sostenible como únicos beneficiarios.
  3. Se amplían los objetivos con dos nuevos relativos a la implantación de modelos de gestión integral de la calidad y al desarrollo de actuaciones que favorezcan la accesibilidad turística

# La Estrategia de Turismo Sostenible. Orden de 18 de mayo de 2011

- ▶ **Nuevos criterios objetivos para la selección de Programas de Turismo Sostenible**
  - ▶ Actuaciones estructurales que, en el marco de los objetivos enumerados en la Orden de la ETS, desarrollen aspectos relacionados con:
    1. La articulación del producto turístico mediante la propuesta de prácticas integradas de colaboración público-privada para el establecimiento de líneas de actuación en materia de gestión de productos turísticos –clubes de producto – como clave para ser usados por los turistas.
    2. El posicionamiento del destino, con acciones que tengan por objetivo la comercialización y la ubicación de los productos territoriales en los mercados turísticos.
    3. Actuaciones de estructura que integren el desarrollo de nuevos productos o mejora de los ya existentes.
- 

Muchas gracias por su atención

