

Máster Oficial en Turismo:
Dirección de Empresas Turísticas
Juan Antonio Márquez Domínguez

Planificación y Gestión Medioambiental de Recursos Turísticos



- 1.Desarrollo insostenible. Cambio climático. Amenazas.**
- 2.Turismo sostenible. Gestión medioambiental**
- 3.Planificación y desarrollo turístico**

3.Planificación y desarrollo turístico

El consumo de espacio finito. El urbanismo

Planificación estratégica. Gijón, Marbella...

Sobre el Plan de Turismo España 2020

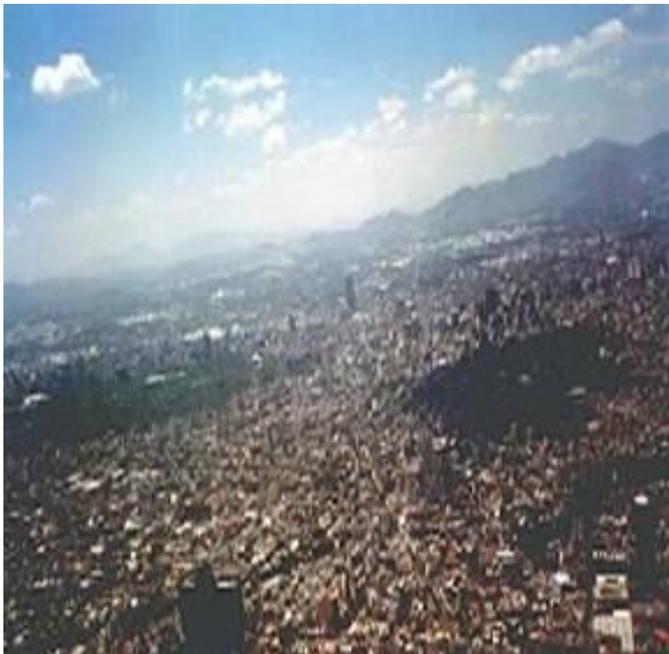
El plan General de Turismo de Andalucía 2008-2011

Agendas locales 21.Otras planificaciones estratégicas.

Herramienta: Carga turística

Los museos de Allariz

El poblamiento y el consumo del espacio finito

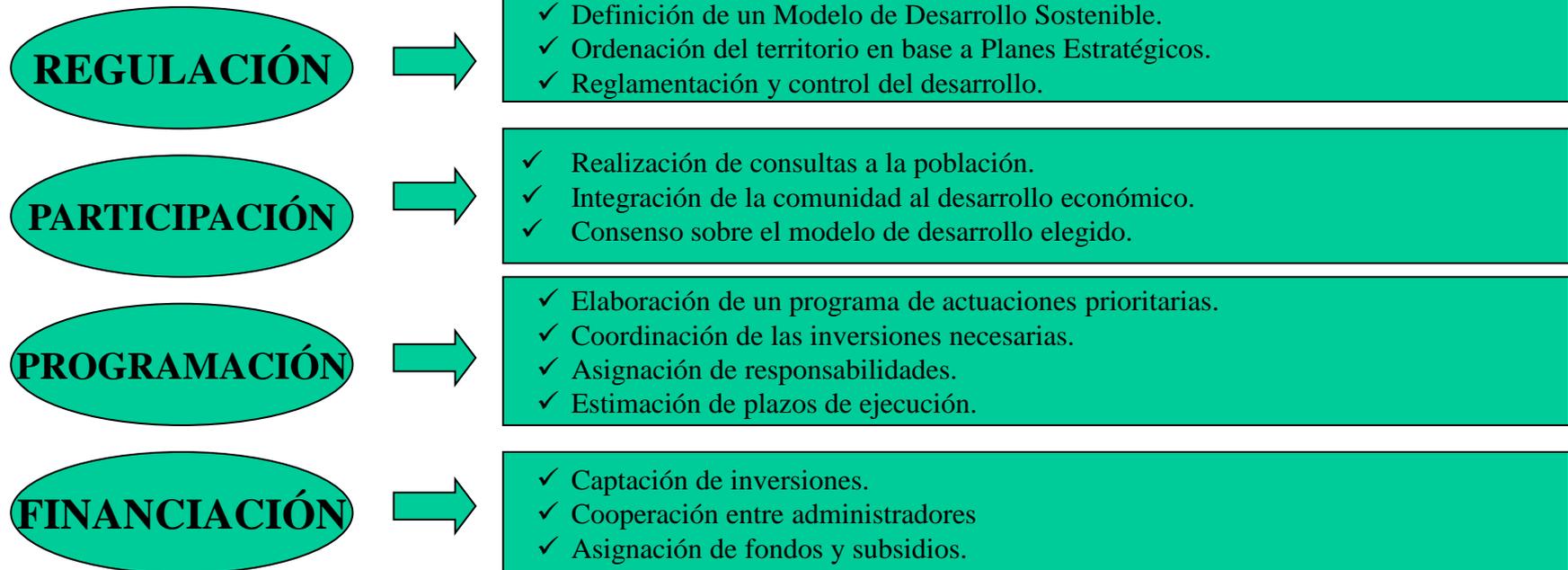




Torremolinos

La planificación del turismo sostenible

El ejercicio de LA PLANIFICACIÓN se resume en CUATRO ASPECTOS FUNDAMENTALES:



EVOLUCIÓN OBJETIVOS DE LAS POLÍTICAS TURÍSTICAS

Políticas y estrategias del turismo





HACIA UN NUEVO PARADIGMA TURÍSTICO :

DEL “CRECIMIENTO ILIMITADO” AL DESARROLLO BASADO EN UN “VALOR AÑADIDO”

OBJETIVOS

- Valor experiencia turística
- Preservación recursos naturales y culturales
- Rentabilidad Socioeconómica

CLUSTER

- A. Mercados
- Productos Actividades
- Alojamiento
- Entorno

LÓGICAS

Rentabilidad

Sostenibilidad

Diversificación +
Desestacionalización

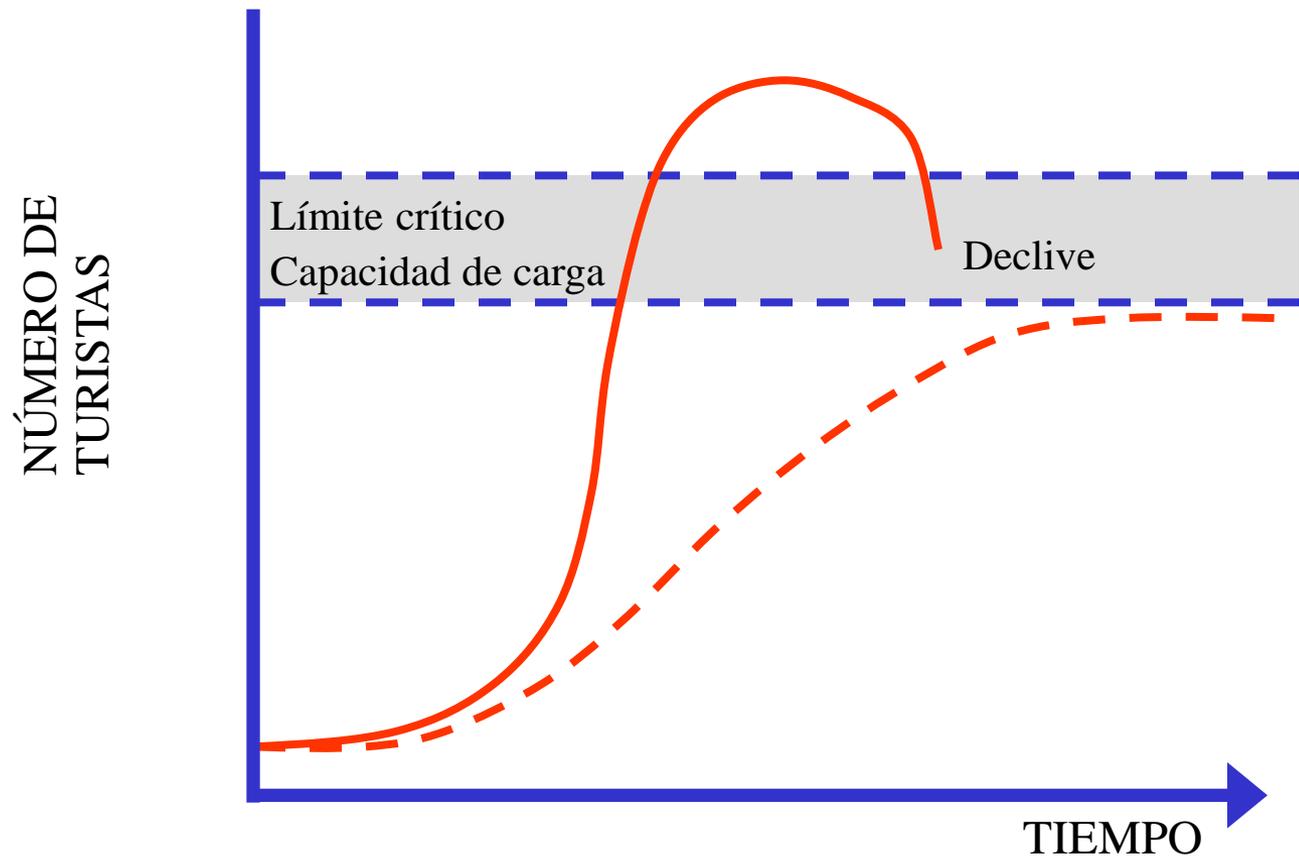
C
a
l
i
d
a
d

D
i
f
e
r
e
n
c
i
a
c
i
ó
n

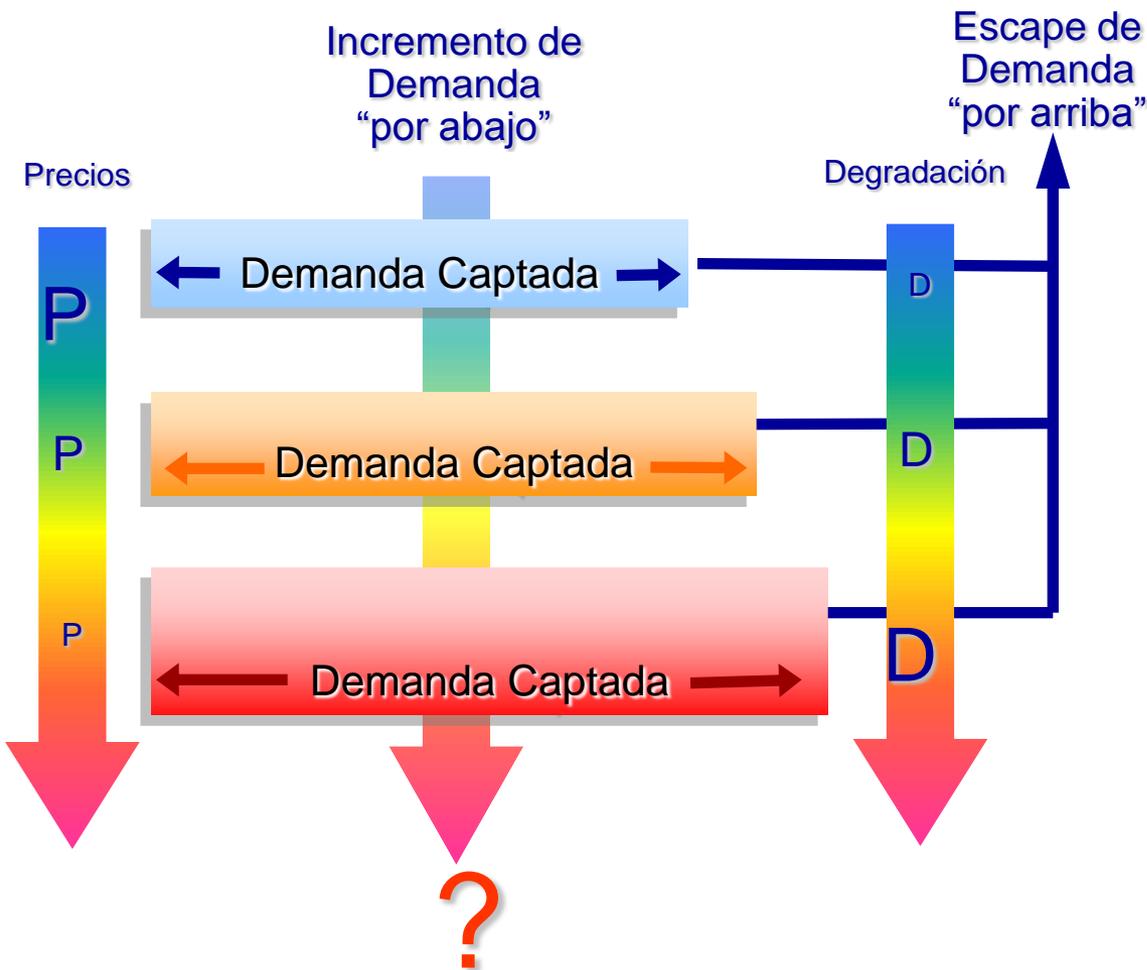
GOBERNABILIDAD

- Institucional
- Empresarial
- Social
- Gestión Integral

CICLO DE VIDA DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS



LA CONGESTIÓN URBANÍSTICA ACABA INDUCIENDO LA FUGA DE LOS SECTORES TURÍSTICOS Y RESIDENCIALES MÁS RENTABLES



LA POBLACIÓN TURÍSTICA DE LA COSTA DEL SOL OPINA:

- UN 64% CONSIDERA QUE HAY UNA "CONSIDERABLE" DENSIDAD URBANÍSTICA
- UN 38% ESTIMA QUE EL NIVEL DE MASIFICACIÓN NO ES DESEABLE
- UN 25% CONSIDERA ABANADONAR LA ZONA
- UN 10% HA DECIDIDO TRASLADAR SUS VACACIONES A OTRO DESTINO

LOS + AFECTADOS CONSTITUYEN LOS SEGMENTOS TURÍSTICOS DE MAYOR INTERÉS ESTRATÉGICO

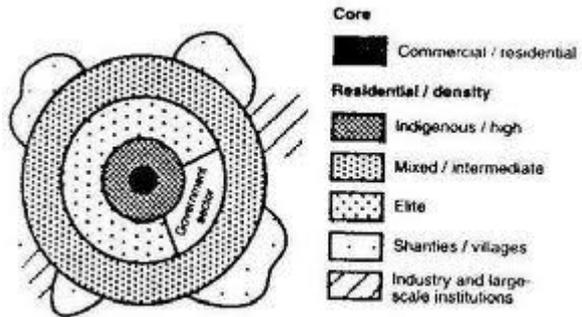
LA NECESIDAD DE CONTENER EL DESBORDAMIENTO URBANÍSTICO

Pérdida de equilibrios básicos, patrimonio y calidad de vida

Destrucción de ecosistemas, servicios naturales y paisajes

Imposibilidad de asumir más carga ambiental (agua, energía..)

Evitar incrementar la congestión y la pérdida de valor y atractivo turístico



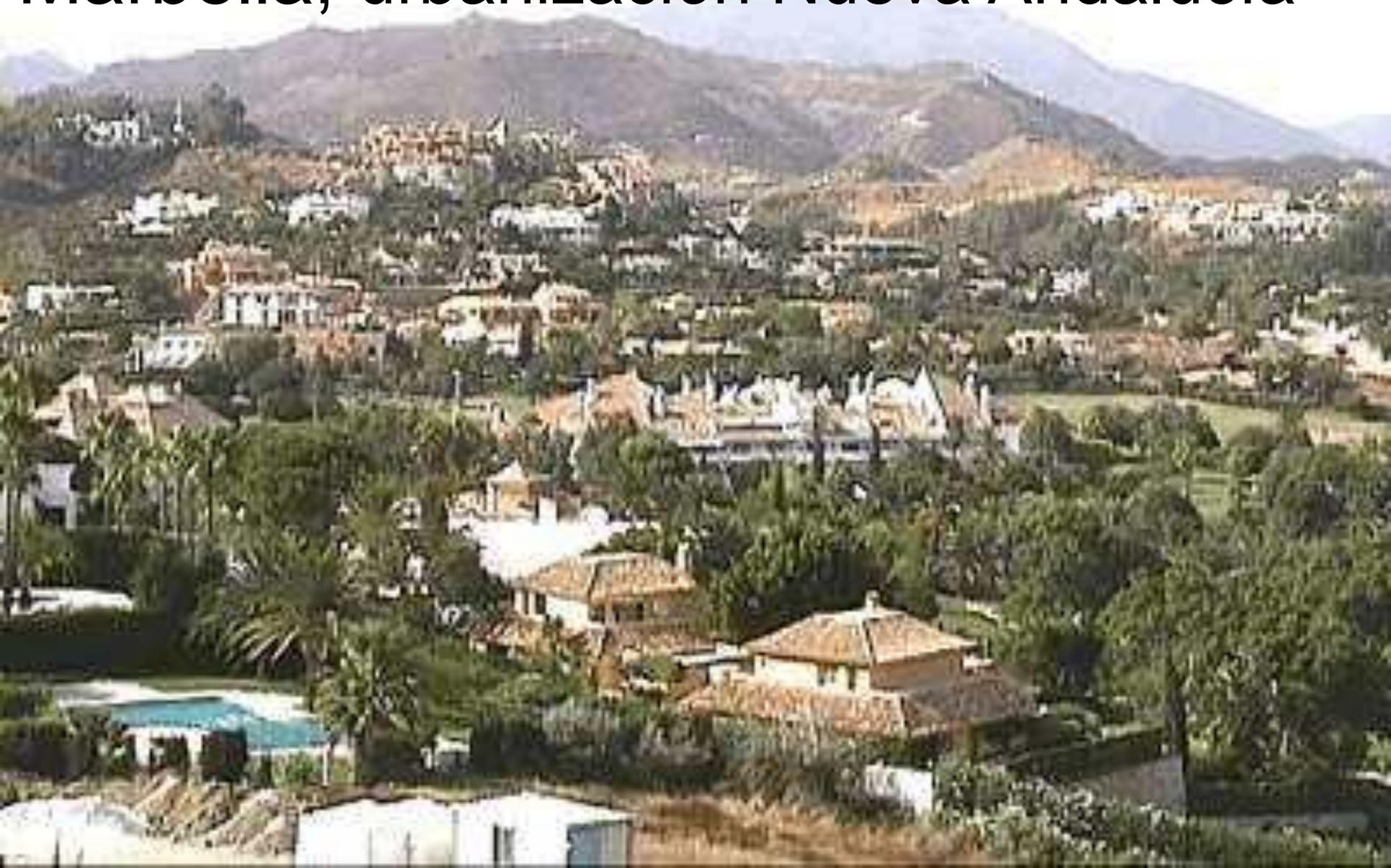
URBANISMO

- **ORDENACIÓN/TRANSFORMACIÓN CIUDAD**
- **IMPLICA FUNCIÓN SOCIAL PROPIEDAD**
- **GENERA PLUSVALÍA MAYOR COSTE SUELO**
 - **COSTE URBANIZACIÓN**
 - **ASUNCIÓN DOTACIONES GENERALES/LOCALES**
 - **DEPORTIVAS**
 - **ZONAS VERDES/ESPACIOS LIBRES**
 - **ZONAS SOCIALES/ESCOLARES**
 - **VIARIAS**
 - **REVERSIÓN PARCIAL (10% APROVECHAMIENTO MEDIO)**

INSTRUMENTOS URBANÍSTICOS

- **SISTEMA URBANÍSTICO**
- **ORDENACIÓN/PLANIFICACIÓN**
- **RÉGIMEN SUELO**
- **EJECUCIÓN/GESTIÓN PLAN**
- **PATRIMONIO MUNICIPAL SUELO**
- **DISCIPLINA URBANÍSTICA**

Marbella, urbanización Nueva Andalucía



CLASIFICACIÓN SUELO

- **URBANO**
 - CONSOLIDADO
 - NO CONSOLIDADO
- **URBANIZABLE**
 - SECTORIZADO/PROGRAMADO
 - NO SECTORIZADO/NO PROGRAMADO
- **NO URBANIZABLE**
 - ESPECIAL PROTECCIÓN
 - PRESERVADO/COMÚN

SUELO URBANO

- **CIUDAD CONSOLIDADA**
 - **CIUDAD HISTÓRICA**
 - **ENSANCHE**
- **ESCAPA ESFERA VOLUNTARISTA**
ADMINISTRACIÓN: REGLADO
- **SERVICIOS IDÓNEOS**
 - **ACCESO RODADO VÍA PÚBLICA**
 - **ABASTECIMIENTO DE AGUA**
 - **SANEAMIENTO**
 - **SUMINISTRO ENERGÍA ELÉCTRICA**
- **INSERCIÓN MALLA URBANA**

SUELO NO URBANIZABLE

- **EXCLUÍDO PROCESO URBANIZADOR**
 - POR VALORES PROTEGIDOS
 - POR MODELO TERRITORIAL
- **APROVECHAMIENTO RURAL**
 - **EXPLOTACIÓN AGROPECUARIA TIERRA**
 - **IUS AEDIFICANDI AGRARIO**
 - **VIVIENDAS SUBSUMIBLES EXPLOTACIÓN AGRARIA**
 - **ALOJAMIENTO EMIGRANTES**
 - **IUS AEDIFICANDI SERVICIOS OBRA PÚBLICA**
 - **NÚCLEOS RURALES**
- **APROVECHAMIENTO CUASI URBANÍSTICO**
 - **CONSTRUCCIONES UTILIDAD PÚBLICA O INTERÉS SOCIAL**
 - **VIVIENDAS FAMILIARES AISLADAS**

SUELO URBANIZABLE

- **RESIDUAL**
- **INTERVENCIONISMO/LIBERALIZACIÓN**
- **PROGRAMADO**
- **NO PROGRAMADO**

CLASES PLANES URBANÍSTICOS

- **PLANEAMIENTO GENERAL**
 - PGOU
 - NORMAS SUBSIDIARIAS
 - PDS
- **PLANEAMIENTO DESARROLLO**
 - PAU-PLAN SECTORIZACIÓN
 - PLAN PARCIAL
 - PERI

PLAN GENERAL CONTENIDO

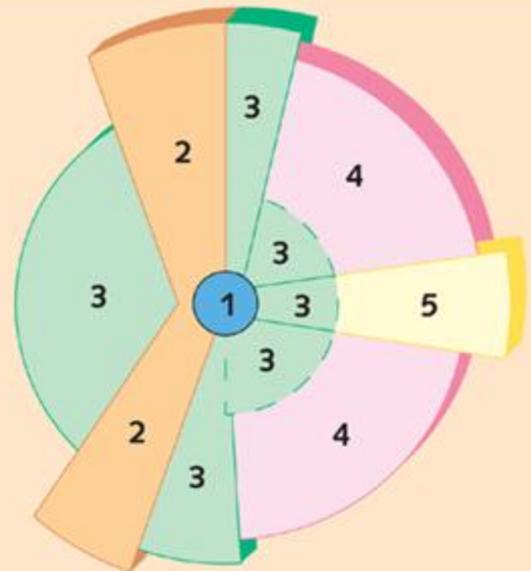
- **DIVISIÓN TERRITORIO SEGÚN CLASE SUELO**
- **ZONIFICACIÓN**
 - **RESIDENCIAL**
 - **INDUSTRIAL**
 - **EQUIPAMIENTOS LOCALES**
- **ESTRUCTURA GENERAL Y ORGÁNICA**
 - **SISTEMA COMUNICACIONES**
 - **ESPACIOS LIBRES**
 - **EQUIPAMIENTOS COMUNITARIOS**
 - **AREAS DE REPARTO**
- **PROGRAMA Y ESTUDIO ECONÓMICO FINANCIERO**



Expolio de recursos difícilmente renovables²¹



Valldemosa, Mallorca



Las clases altas articulan la ciudad al buscar las zonas mejor comunicadas y de mayor calidad medioambiental. Las empresas también buscan zonas bien comunicadas. Las clases con pocos recursos se distribuyen por toda la ciudad. Esta teoría fue elaborada por **Hoyt** en 1939.

Planificación Estratégica



Persigue al desarrollo



El futuro



El futuro no es un destino inexorable. Se puede construir de acuerdo con creencias y convicciones plasmadas como ideales de vida. Puentes, aeropuertos, murallas, autopistas..., rutas marítimas, cambios sustanciales en el territorio: **Construir un escenario futuro con mejor calidad de vida**

Futuro y sueño



Descubrir estas convicciones, los anhelos más profundos, ver cuáles se comparten y cuáles alienan, adivinar cuál es el futuro al que un grupo social aspira, es el primer trabajo del sujeto planificador Porque un plan es, ni más ni menos, que *un sueño colectivo transformado en proyecto realizable*.

Planificar desarrollos turísticos

EL turismo no es una actividad inocua para el entorno.

Necesidad de planificar al detalle los desarrollos turísticos de un territorio y la puesta en marcha de cualquier actividad.

El desarrollo turístico no debe suponer en ningún momento la sobreexplotación del medio natural que provoque daños irreparables al medio ambiente.

Se debe limitar en los enclaves naturales la carga turística, analizadno la capacidad de acogida que puede absorber

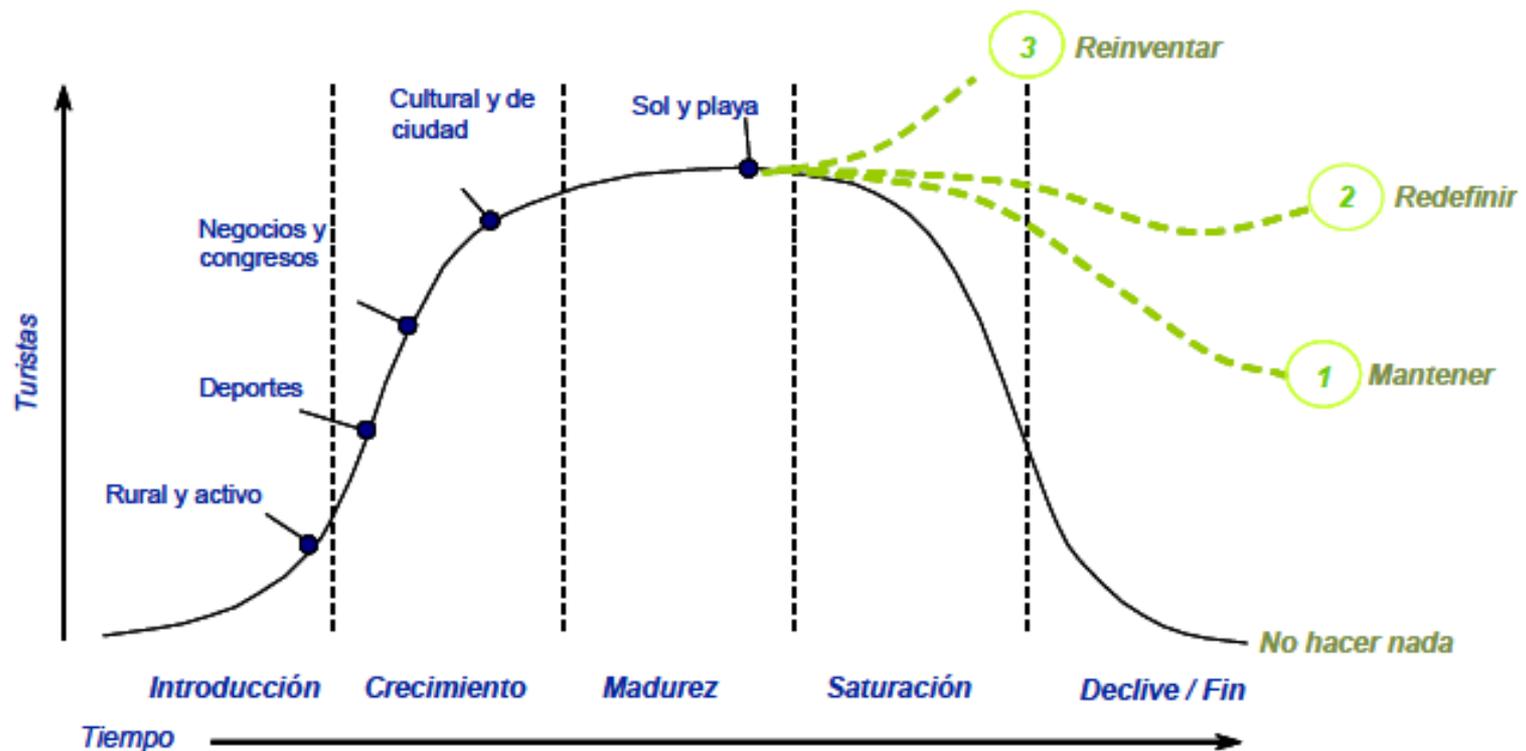
Cuando decir no mas turistas?

- Normatividad para medir capacidad de carga
- Beneficios de bajo impacto que le dan valor al destino
- Abrir abanico de servicios para incorporar mas operadores



Gráfico 15: Ciclo de vida de los productos turísticos españoles

Fuente: everis



P.E.¿ qué y para qué?

La planificación estratégica es un instrumento de desarrollo promovido por agentes públicos y privados para ganar, consolidar o alcanzar la competitividad requerida para la inserción económico-social en un contexto marcado por la globalización, la competencia entre territorios y la movilidad de las empresas.

En general, la planificación estratégica, como un futuro deseable, puede ser aplicada a distintas escalas y en diferentes ámbitos territoriales. Una ciudad, un área metropolitana, una comarca e incluso la región pueden ser objeto de la planificación estratégica.

Plan estratégico del Andévalo Occidental 2002

Permite participar en la construcción del propio futuro, evitando quedar a merced de los avatares del entorno.

Plan estratégico de Victoria 2005

Estrategia

ESTRATEGIA

**SITUACIÓN
DESEADA**



**SITUACIÓN
ACTUAL**

- **Información limitada e incierta.**
- **Recursos limitados, actuales y futuros.**
- **Coordinación temporal y espacial.**

MODELO DE PENSAMIENTO ESTRATÉGICO

MESAS CONCERTACION SOCIAL-TECNICA

MISION Y VISION

ANALISIS EXTERNO

ANALISIS INTERNO

DIAGNOSTICO

EJES ESTRATEGICOS

ACTUACIONES

CUADRO DE MANDO



Un **Plan Estratégico** es una **OPORTUNIDAD** de pensar, definir, **elegir y hacer realidad el mejor territorio para el futuro** entre todas las opciones posibles. Por eso, el Plan Estratégico de la Costa del Sol Occidental **es un proceso participativo** que define un diagnóstico, unos objetivos y un escenario de futuro. Y a la vez, es un catálogo de proyectos concertados entre agentes públicos, sociales y económicos

2. ANALISIS EXTERNO

2.1. Macroentorno

2.2. Microentorno

Amenazas

Oportunidades

Posibilidades

ANÁLISIS INTERNO: FACTORES Y ACTORES

FACTORES TERRITORIALES

Recursos humanos. Trabajo

Empresas. Emprendedores

Organizaciones sociales. Tejido social

Capital monetario. Posibilidades

Articulación territorial. Infraestructuras

Patrimonio cultural. Usos y proyecciones

Generación o acceso al conocimiento

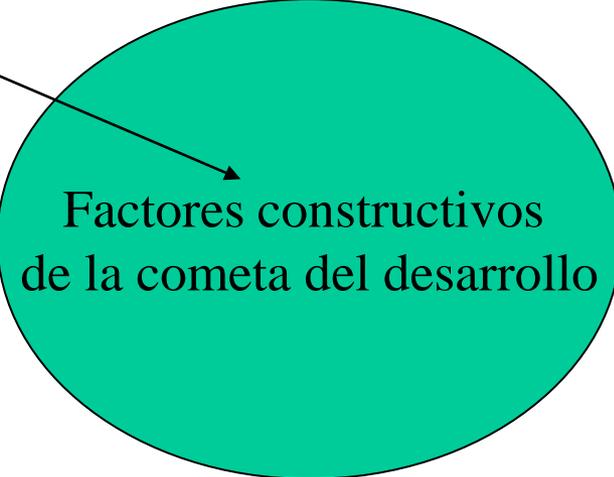
Recursos naturales. Medio ambiente

AGENTES TERRITORIALES

Responsables políticos: Imagen corporativa

Empresarios: Fidelidad empresarial

Las gentes: Lealtad al lugar



Factores constructivos
de la cometa del desarrollo



Los vientos y la brisa
que elevan la cometa

DIAGNOSTICO

DAFO. La difusión de la planificación estratégica viene dada por la utilización de metodologías sencillas y pedagógicamente exitosas, que han llevado al entendimiento de los distintos agentes que impulsan el desarrollo, especialmente en el diagnóstico. A partir de un análisis, que sirve para establecer el diagnóstico, con Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, se piensa en un escenario futuro de desarrollo, donde es necesario **inmovilizar las debilidades y amenazas e impulsar las fortalezas y oportunidades**, estableciendo Ejes Estratégicos, con que se concretarán en actuaciones.

DEBILIDADES: Falencias internas -pobreza de los suelos, escaso emprendimiento-

AMENAZAS: Peligros externos –productos más baratos, innovación-

FORTALEZAS: Factores de desarrollo -clima, formación recursos humanos-

OPORTUNIDADES: Posibilidades externas –mercado ecológico, demanda de productos

Matriz DAFO

	O1	O2	O3	O4	O5	Σ	A1	A2	A3	A4	A5	Σ	$\Sigma+\Sigma$
F1													
F2													
F3													
F4													
F5													
Σ						1						2	3
D1													
D2													
D3													
D4													
D5													
Σ						3						4	7
$\Sigma+\Sigma$						4						6	

0 si no hay relación; 1 si la relación es baja; 2 si la relación es media; 3 si la relación es alta.

No se trata sólo de enumerar, sino de identificar los puntos más fuertes y más débiles en relación a las oportunidades y amenazas. Esto ayudará a definir los grandes ejes estratégicos y objetivos de la institución.

5.EJES ESTRATÉGICOS

Ejes Estratégicos básicos para el desarrollo

Coherentes con misión, visión, análisis y DAFO.

Pocos, entre 3 y 7. Hay que priorizar, seleccionando los más relevantes, guiados por la matriz dafo. Se pueden clasificar como ejes estratégicos que proponen:

	ESTRATEGIAS OFENSIVAS: potenciar las Fortalezas para aprovechar las Oportunidades.
	ESTRATEGIAS DEFENSIVAS: potenciar las Fortalezas para defendernos de los efectos de las Amenazas.
	ESTRATEGIAS ADAPTATIVAS: superar las Debilidades para aprovechar las Oportunidades.
	ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA: superar las Debilidades para defendernos de los efectos de las Amenazas.

Actuaciones PE

Hacen referencia a los objetivos generales y específicos que se pretenden conseguir en la segmentación de los ejes estratégicos, se corresponden con los hechos concretos que modificarán los escenarios futuros de desarrollo. Las **actuaciones deben tener en cuenta los fundamentos y objetivos del desarrollo territorial : crecimiento económico (inversión) , equidad (socorrer el sustento, emplear) y sustentabilidad ambiental (cuidar el medio ambiente).**

- El crecimiento económico debe ser autosostenido por las organizaciones y estructuras sociales de las que se beneficia.
- La equidad se mide por la distribución de los beneficios del desarrollo al conjunto de la población que habita el territorio
- La sustentabilidad ambiental se orienta a una explotación del patrimonio natural y cultural no agresiva y que permita procesos de resiliencia.

Pero, además, para cada actuación, se debe construir una ficha donde se identificará:

1. Objetivos que deberían cumplirse.
2. Organismos y/o personas físicas o jurídicas responsables de su financiación.
3. Organismos y/o personas físicas o jurídicas encargadas de su ejecución.
4. Puestos de trabajo estimados para poner en marcha y desarrollar la actuación.
5. Ubicación o ubicaciones geográficas preferentes.
6. Valoración económica aproximada de la actuación.
7. Una cuantificación numérica, que mediría el grado de prioridad o nivel jerárquico de la actuación. Debe ser realizada por un equipo de trabajo teniendo en cuenta: la transversalidad y sinergias de las actuaciones; la factibilidad o posibilidades reales monetarias; la sociabilidad o generación de puestos de trabajo; los efectos mediatos e inmediatos de las actuaciones sobre el medio ambiente.

7. CUADRO DE MANDO

EJE	ACTUACION	VALOR	RESPONSABLES	IVO	CALENDARIO	RECURSOS NECESARIOS
1	1.1	5				
1	1.2	7				
1	1.3	10				
1	1.4	9				
2	2.1	7				
2	2.2	8				
2	2.3	6				
3	3.1	5				
3	3.2	4				

Experiencia

en Planificación Estratégica

Creer, creer y creer

Transmitir, transmitir

Hacer, hacer y hacer

Ámbitos

DE LA PLANIFICACION ESTRATEGICA

DISTINTOS NIVELES TERRITORIALES:

MUNICIPIO: Lucena del Puerto

COMARCA: Andévalo

PROVINCIA: Huelva

¿Nación, Estado? CONTRATADOS EN ORIGEN

SECTORES y SUBSECTORES PRODUCTIVOS

TURISMO: El turismo en el arco atlántico-onubense-algarvi

AGRICULTURA: Fresas y cítricos

ROCA ORNAMENTAL: Suroeste Peninsular

INDUSTRIA QUÍMICA BÁSICA: Mejora territorial

TRANSPORTE: Aeropuerto Huelva

INDUSTRIA AUXILIAR: Cluster Agricultura

ORGANIZACIONES EMPRESARIALES Y SOCIALES

COOPERATIVAS: Fedeccon

INSTITUCIONES: UHU

An aerial photograph of a densely populated city, likely New York City, showing a grid of streets, numerous buildings, and a large circular stadium in the foreground. The city extends to a coastline with a sandy beach and blue water. The sky is clear and blue.

El Plan Estratégico: Una Herramienta para el Gobierno Local

Gijón



LÍNEAS ESTRATÉGICAS

- 1: Innovar y diversificar la base industrial de Gijón para conseguir un centro económico de la Cornisa Cantábrica y del Arco Atlántico
- 2: Hacer de Gijón una ciudad más accesible y de gran calidad ambiental
- 3: Modernizar la oferta comercial y conseguir un incremento de los mercados
- 4: Mejorar la oferta turística**
- 5: Integrar lo rural y lo urbano
- 6: Aumentar las cualificaciones de los recursos humanos como medio para el progreso económico y personal
- 7: Asegurar para todos los ciudadanos un aumento de la calidad de vida

Plan Estratégico Costa del Sol Occidental

**Marbella, 12 de Abril de
2007**

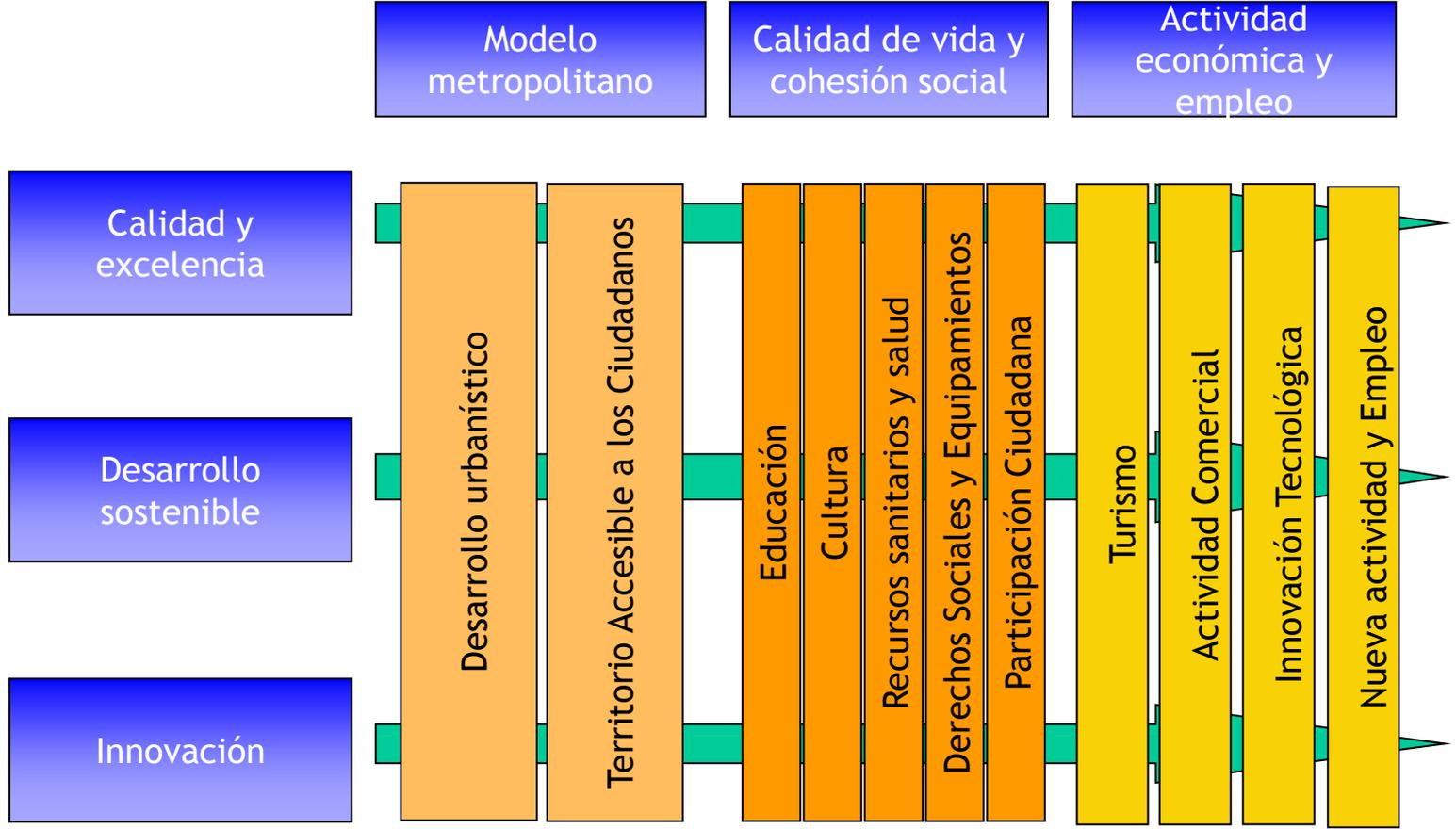
• Ideas Fuerzas

- **1.- Impulsar un Modelo de Desarrollo Económico Diversificado.**
- **2.- Convertir la Costa del Sol en referente de políticas medioambientales activas y exigentes.**
- **3.- Garantizar a la Población de la CSO el disfrute de un alto grado de bienestar y calidad de vida.**
- **4.- Desarrollar un nuevo modelo de Participación democrática y gestión pública local.**

Convertir la zona en referente de políticas medioambientales activas y exigentes

- Apostando por un modelo de crecimiento sostenible, tanto en aspectos económicos, sociales, como los propiamente medioambientales,
- Potenciando municipios energéticamente eficientes y desarrollando la implantación de las energías renovables y
- Desarrollando los valores y medidas de la nueva cultura del agua como mejor medio para garantizar su acceso en el futuro.

ESTRUCTURA DEL PLAN



ANÁLISIS DAFO: AMENAZAS

- Excesos por la demanda turística que han desnaturalizado el medio físico y humano.
- Falta de rigor en aplicar la legislación (suelo, medioambiente, energía, aguas, costas,..)
- Cambio climático (elevación nivel mar, sequías,...)
- Contaminación marina (vertidos desde alta mar: petróleo, residuos, ...)
- Especulación urbanística (vivienda inversión, turismo residencial, ...)



Sobre el Plan Turismo 2020

Es un trabajo desde el sector para el sector ... A través de un amplio proceso de participación transmitiendo el valor de turismo a la sociedad. Se estructura en tres fases: diagnóstico de las áreas críticas de mejora; definición de planteamientos por el entorno experto, participación y debate social y fijación de la estrategia para el 2020.

CONSEJO GENERAL DEL TURISMO DE ESPAÑA

Objetivos

La mejora de las condiciones de vida de los ciudadanos y la consolidación de nuestro liderazgo mundial en turismo. Para ello el desarrollo turístico de España hoy y mañana se basará en la **competitividad y la sostenibilidad medioambiental, social y económica**

Desarrollo de modelos de negocio sostenibles tanto medioambientalmente, como social y culturalmente.

Incorporación de la cultura de la innovación y de la mejora permanente como algo habitual en el Sector

Atracción del talento y de la cultura emprendedora de la sociedad española al Sector del Turismo

La realización del Plan del Turismo Español Horizonte 2020 tiene como objetivos:

- 1 Revalorizar el sistema turístico español en **clave de sostenibilidad**, fortaleciendo la calidad, eficacia y eficiencia teniendo en cuenta la capacidad de carga ambiental
- 2 Mejorar el modelo de gestión de las personas en el sector, atrayendo y conservando el talento para obtener un mejor posicionamiento frente a destinos competidores
- 3 Aumentar la competitividad del turismo español sumando esfuerzos en torno a una promoción y comercialización diferencial, especializada y rentable
- 4 Generar y difundir el mayor y mejor conocimiento útil para la toma de decisiones por parte de los agentes del turismo español
- 5 Mejorar el rendimiento económico del turismo español aumentando el valor de los productos ofertados, adaptados a cada cliente y con personalidad propia
- 6 Crear las mejores condiciones para el desarrollo de la actividad turística, las infraestructuras, el marco económico, legislativo, y fiscal , así como los instrumentos de gestión y relación de los agentes públicos y privados
- 7 Incorporar la innovación como elemento diferencial de los negocios, los productos y los destinos turísticos, creando una nueva cultura de la innovación característica del turismo español en el mundo

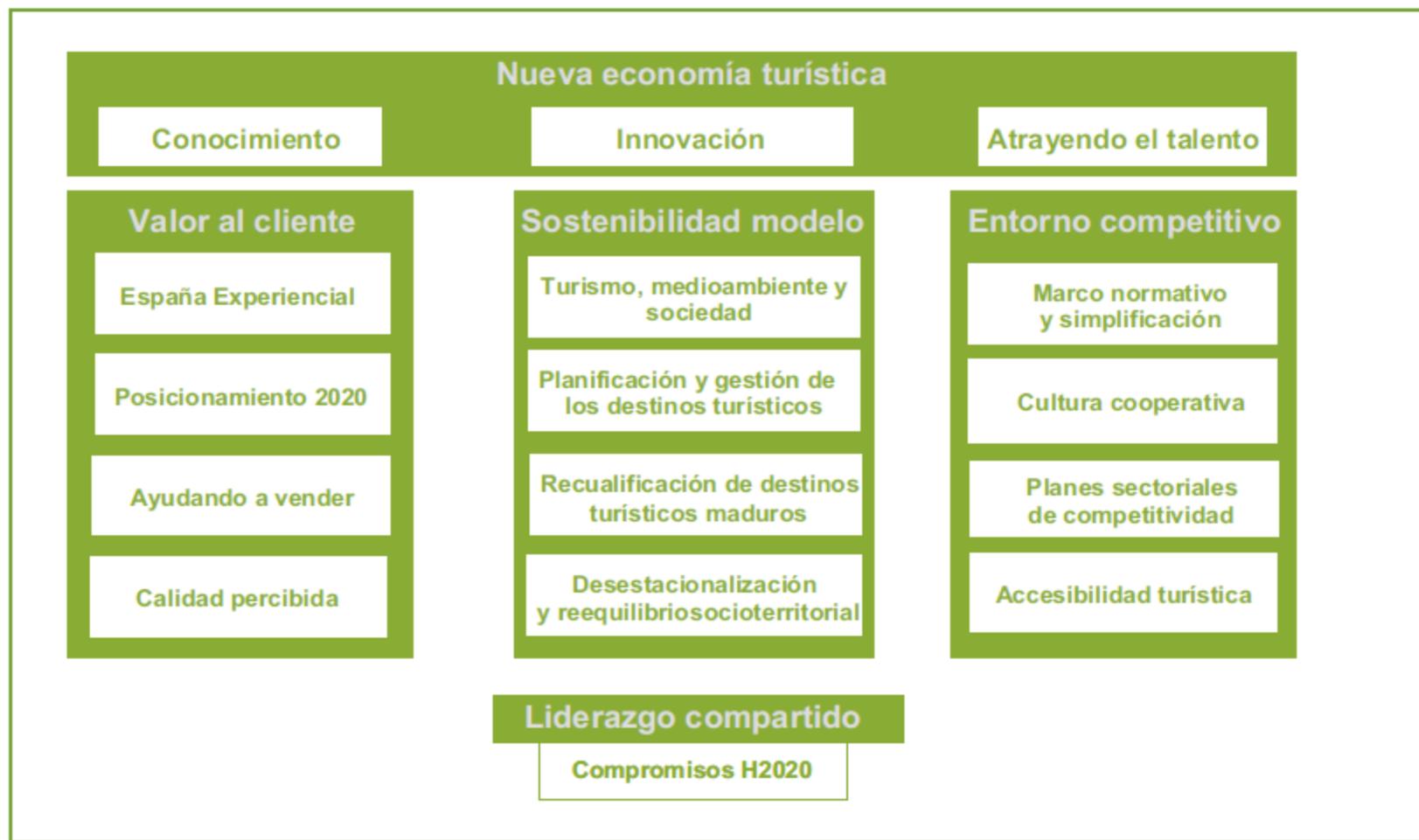
El turismo ha supuesto y supone para España un modelo de éxito, motor de la economía e impulsor del desarrollo social, independientemente de los cambios estructurales en la economía y sociedad españolas:

- 1 Por su aportación al PIB (11% en 2005) .**
- 2 Por su aportación a la balanza de pagos(40.710 millones de € de ingresos).**
- 3 Como principal generador de empleo (más de 2,3 millones de personas equivalentes al 12% de la población total ocupada en 2005).**
- 4 Por su contribución a la integración social (371.000 inmigrantes empleados equivalentes al 17,9% de los inmigrantes ocupados en España).**
- 5 Es la actividad empresarial con más futuro, según el 60% de los directivos españoles.**

Sin embargo, el entorno es cambiante ...:

- 1 En el marco de la globalización económica y la desregulación de los mercados, se produce un fuerte incremento de la competencia internacional**
- 2 Existe una influencia creciente de los aspectos medioambientales, reflejada en una mayor preocupación social y en medidas legislativas.**
- 3 La relación con el cliente está cambiando, dándole al consumidor un poder de información, decisión y compra antes inimaginable**
- 4 El turismo de sol y playa sigue siendo la base del turismo español**
- 5 El crecimiento y la diversificación de los productos turísticos tiene en el turismo urbano su gran exponente, con las mayores tasas de crecimiento esperadas**

Ejes y programas del Plan del Turismo Español 08-12



Eje Sostenibilidad del modelo

OBJETIVO

Mejorar la sostenibilidad del modelo turístico español, optimizando los beneficios por unidad de capacidad de carga sostenible y de inversión, garantizando la calidad del entorno natural y cultural de cada lugar, la integración y bienestar social y el reequilibrio socio-territorial.

PROGRAMA TURISMO, MEDIOAMBIENTE Y SOCIEDAD.

OBJETIVO GENERAL

Avanzar en la asunción de compromisos por la sostenibilidad y en el desarrollo de fuertes prototipos integrales de referencia con proyección internacional en actividades empresariales y destinos costeros, culturales, patrimoniales y de naturaleza.

LÍNEAS DE ACCIÓN

TU1 Conocimiento e identificación de bases para la sostenibilidad turística

Estudiar en profundidad los diferentes impactos generados por la actividad turística, con objeto de establecer las bases y los criterios de sostenibilidad e identificar y analizar las principales causas motivantes de estos efectos.

TU2 Observatorio del turismo y la sostenibilidad

Definir y desarrollar, a través de un observatorio, un modelo de evaluación continua del resultado generado por la actividad turística sobre la economía, el medioambiente y la sociedad, estableciendo un sistema de información y los mecanismos necesarios para su seguimiento.

TU3 Sensibilización y formación en sostenibilidad

Impulsar un programa de sensibilización y formación de líderes, directivos y gestores turísticos para facilitar e impulsar la alineación progresiva del sector con los grandes retos de sostenibilidad, haciendo especial hincapié sobre la eficiencia, productividad, adaptación a los requerimientos de la demanda y valor medioambiental de los destinos turísticos.

TU4 Proyectos demostrativos en red de turismo y medio ambiente

Impulsar potentes experiencias integrales de referencia en sostenibilidad, de alta calidad y amplio reconocimiento en actividades empresariales clave de la cadena de valor en destinos costeros, patrimoniales y de naturaleza.

TU5 Códigos y compromisos por la sostenibilidad

Impulsar la asunción progresiva por el sistema turístico español de códigos y compromisos relacionados con la sostenibilidad de la actividad turística, que queden demostrados a través de la consecución de logros y resultados tangibles para su comunicación a la sociedad y al mercado.

TU6 Modelo de reconocimiento de la responsabilidad social

Elaborar un plan de involucración del sector en prácticas responsables y establecer un modelo de reconocimiento de estos comportamientos.

PROGRAMA PLANIFICACIÓN Y GESTIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS

OBJETIVO GENERAL

Impulsar la aplicación de nuevas metodologías y criterios de planificación y gestión de los destinos turísticos basados en la corresponsabilidad público-privada, capaces de integrar y desarrollar una visión estratégica del modelo turístico que, desde la orientación al mercado, considere el desarrollo territorial, la calidad del entorno, la calidad y profesionalidad de los servicios turísticos y el bienestar social.

LÍNEAS DE ACCIÓN

PA1 Herramientas de evaluación de la competitividad-sostenibilidad

Desarrollar un instrumento de evaluación de la competitividad-sostenibilidad de los destinos turísticos, de acuerdo a la fase de evolución en la que se encuentren, tomando como bases de referencia los requerimientos de una demanda cada vez más exigente, una sociedad más sensibilizada y un medioambiente más frágil, maximizando la contribución económico-social de la actividad turística.

PA2 Metodologías para la planificación y gestión de destinos turísticos

Desarrollar metodologías e instrumentos técnicos que permitan definir y reforzar los procesos estratégicos de planificación y gestión de los destinos turísticos según su estadio de desarrollo. Teniendo en consideración el carácter multidisciplinar y multicompetencial de la actividad turística, las metodologías e instrumentos deben facilitar la integración de las aportaciones de las diferentes disciplinas. La metodología definida debe incorporar como etapa fundamental la revisión estratégica de los destinos turísticos realizada sobre la base de la matriz producto-mercado y la propuesta de posicionamiento, tomando como principios de referencia la especialización y diferenciación de los destinos.

PA3 Impulso a la planificación estratégica

Impulsar la aplicación de un proceso de planificación estratégica en los destinos que, de acuerdo a las metodologías e instrumentos técnicos diseñados, defina un modelo turístico basado en los principios de diferenciación y especialización, involucre y comprometa a los diferentes agentes y áreas competenciales, considere -desde la perspectiva del mercado y las nuevas tendencias de la demanda- la selección de los productos turísticos a ofrecer e incorpore los criterios y buenas prácticas de sostenibilidad para su aplicación por parte de todos los agentes.

PA4 Gestión de destinos: refuerzo de capacidades y conocimiento

Reforzar los organismos de gestión de los destinos turísticos para orientar, desde la planificación estratégica, su desarrollo hacia los principios de colaboración públicoprivada, profesionalización de la gestión y de la toma de decisiones y eficiencia en la gestión.

Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía 2008 - 2011

CONSEJERÍA DE TURISMO, COMERCIO Y DEPORTE

DECRETO 261/2007, de 16 de octubre, por el que
se aprueba el Plan General del Turismo Sostenible de
Andalucía 2008-2011.

El Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía se

estructura con el siguiente contenido: diagnóstico, objetivos y orientaciones estratégicas, programas y medidas, programa financiero y mecanismos de evaluación y seguimiento del Plan.

Los objetivos básicos marcados por el Plan son la redefinición del posicionamiento competitivo, la adecuación de la estructura productiva a las nuevas necesidades y la mejora de la coherencia y la eficacia en la actuación conjunta

PRESENTACIÓN

1 ARQUITECTURA DEL PLAN

2 DIAGNOSTICO

3 OBJETIVOS DEL PLAN

4 ORIENTACIONES ESTRATÉGICAS

5 PROGRAMAS Y MEDIDAS DEL PLAN

6 PROGRAMA FINANCIERO

7 GESTION DEL PLAN

8 EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO

ANEXO. Fichas de Medidas

Plan General del Turismo Sostenible de Andalucía 2008 - 2011

PLAN GENERAL DE TURISMO SOSTENIBLE	Diagnóstico	Retos
	Objetivos	Orientaciones
	Programas	Medidas
DESARROLLO DEL PLAN	Instrumentos	PROGRAMA OPERATIVO
		Planes Directores
		Gestión de espacios
		Programas territoriales de iniciativa autonómica
		Programas de iniciativa local
		Gestión de procesos

**A. REDEFINICIÓN
POSICIONAMIENTO
COMPETITIVO**

- A.1. FOMENTAR EL DESARROLLO BASADO EN LA DIFERENCIA A PARTIR DEL REFORZAMIENTO DE LA IDENTIDAD DEL ESPACIO TURÍSTICO BASADO EN EL PATRIMONIO NATURAL, CULTURAL Y PAISAJÍSTICO
- A.2. HABILITAR UN INSTRUMENTO DE ANÁLISIS DE MERCADOS PARA ORIENTAR MARCAS Y PRODUCTOS
- A.3. PROPICIAR UNA MEJORA DE LA RELACIÓN ENTRE EL MERCADO EMISOR Y LAS EMPRESAS ANDALUZAS

**B. ADECUACIÓN DE
LA ESTRUCTURA
PRODUCTIVA A LAS
NUEVAS
NECESIDADES**

- B.1. ACTUALIZACIÓN Y 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 REFUERZEN LA IDENTIDAD Y REDUZCAN LA ESTACIONALIDAD
- B.4. DISPONER DE UNA ESTRUCTURA DE DESTINOS PRIORITARIOS VÁLIDA PARA CADA SEGMENTO ESPECÍFICO QUE SIRVA DE REFERENCIA A LOS DISTINTOS AGENTES ACTUANTES
- B.5. FORMULACIÓN DE POLÍTICAS DIFERENCIALES PARA CADA UNO DE LOS GRANDES ÁMBITOS DEL ESPACIO TURÍSTICO
- B.6. PROPICIAR UNA INCORPORACIÓN CORPORATIVA Y ACTIVA DE LOS AGENTES SOCIALES EN LA ORIENTACIÓN DE LOS DESTINOS
- B.7. MODERNIZAR Y FOMENTAR LA INNOVACIÓN EN EL TEJIDO EMPRESARIAL ANDALUZ
- B.8. INTERNACIONALIZAR LA EMPRESA TURÍSTICA ANDALUZA
- B.9. PROPICIAR UNA MAYOR EXTENSIÓN EN LA ESTABILIDAD Y LA CALIDAD EN EL EMPLEO
- B.10. CAPACITACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS FAVORECIENDO POLÍTICAS DE FORMACIÓN
- B.11. IMPULSAR UNA CULTURA INNOVADORA EN PRODUCTOS Y PROCESOS EN UN ENTORNO DE INTEGRACION AMBIENTAL

**C. MEJORAR LA
COHERENCIA Y LA
EFICACIA EN LA
ACTUACIÓN
CONJUNTA**

- C.1. ESTABLECER ELEMENTOS DE VINCULACIÓN CON LAS POLITICAS PATRIMONIALES (CULTURA Y MEDIO AMBIENTE)
- C.2. ESTABLECER LOS ÁMBITOS DE CONVERGENCIA ENTRE LAS POLÍTICAS TURÍSTICA, COMERCIAL Y DEPORTIVA
- C.3. ESTABLECER UNA INICIATIVA DE TURISMO SOSTENIBLE COMO MARCO PARA LA COLABORACIÓN CON OTRAS ENTIDADES EN MATERIA DE FOMENTO LOCAL
- C.4. FOMENTAR LA FORMACIÓN DE CLUBES DE PRODUCTOS
- C.5. ESTABLECER UN ÁMBITO DE ACTUACIÓN COMÚN ENTRE LA POLÍTICA TURÍSTICA Y LA DE ORDENACIÓN DEL TERRITORIO, URBANISMO 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 ADAPTADAS A LA NUEVA POLÍTICA
- C.8. DESARROLLAR UN PROGRAMA DE VALORIZACIÓN SOCIAL DEL TURISMO POR PARTE DE LOS ANDALUCES



En concreto el Plan considera los siguientes destinos prioritarios:

- Sol y playa: Costa del Sol, Costa de Almería, Costa de la Luz- Huelva, Costa de la Luz- Cádiz y Costa Tropical.
- Cultural: Granada, Sevilla, Córdoba, Málaga, Jerez de la Frontera, Ronda, Úbeda, Baeza, Antequera y red de ciudades medias.
- Reuniones: Costa del Sol, Sevilla, Málaga, Granada, Córdoba y Jerez de la Frontera.
- Rural-Naturaleza: Sierra Morena, Doñana, Alpujarras-Sierra Nevada, Cazorla-Segura, Cabo de Gata, Grazalema-Serranía de Ronda y Subbética.
- Golf: Costa del Sol, Sotogrande, Bahía de Cádiz - Novo Sancti-Petri.
- Salud y Belleza: difuso.
- Náutico: Costa del Sol, Bahía de Cádiz, Tarifa.
- Idiomático: Sevilla, Málaga y Granada.
- Ecuestre: Jerez-provincia de Cádiz, Doñana-Huelva, provincia de Sevilla.
- Cruceros: Málaga, Cádiz, Campo de Gibraltar y Sevilla

PROGRAMAS	I. Adecuación del espacio turístico
	II. Fortalecimiento del tejido empresarial andaluz
	III. Fomento de la promoción y comercialización turística
	IV. Cualificación de los recursos humanos
	V. Gestión de la Calidad y atención al turista en destino
	VI. Innovación e investigación turística
	VII. Solidaridad en materia turística
	VIII. Sistema de información y apoyo a la gestión

INSTRUMENTOS	Planes Directores
	Gestión de espacios
	Programas territoriales de iniciativa autonómica
	Programas de iniciativa local
	Gestión de procesos

¿Que es AL21?

La Agenda 21 Local es un plan de sostenibilidad aplicado a un núcleo de población, municipio o agrupación supramunicipal, siguiendo los principios emanados de la Cumbre de Río de Janeiro de 1992. Se denomina “**Agenda**” porque en ella **se recogen compromisos, acciones y proyectos a realizar** a corto, medio y largo plazo, elaborados con la participación de los ciudadanos y los agentes económicos locales.

La Agenda 21 Local es el instrumento preciso para lograr un desarrollo local sostenible y eficaz en las vertientes económica, social y medioambiental.



¿Uso AL21?

1.Mejora de la competitividad del territorio.

En la medida que supone un aumento de la atraktividad del territorio

2.Ventajas para los ciudadanos.

La Agenda 21 Local implica una mejora en la calidad de vida y la participación de los ciudadanos

3.Promoción de la imagen del territorio.

Aumenta la capacidad de atracción de inversiones de alto valor añadido y de obtención de distintivos o premios reconocidos a nivel internacional

4.Captación de subvenciones.

La Agenda 21 Local facilita la obtención de subvenciones y ayudas para el Desarrollo Local

5.Ventajas para las empresas.

Optimiza la gestión de los recursos (agua, energía, residuos) así como sus relaciones con el entorno social y natural

AL21.4 Secciones

Agenda Local 21. 4 Secciones y 40 Capítulos	NºCapítulos	
I: Dimensiones sociales y económicas	8	
II: Conservación y gestión de los recursos	14	
III: Fortalecimiento del papel de los grupos sociales	10	
IV: Medios para la puesta en práctica	8	

AL21 HitosA

Principales hitos históricos

1987 Informe Brundtland. Se formaliza el concepto de Desarrollo Sostenible, con el informe de Naciones Unidas elaborado por la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo " Nuestro futuro común".

1992 Conferencia de Río de 1992, La Cumbre de la Tierra. Agenda 21 y Agenda 21 Local, amplio acuerdo intergubernamental en torno a un plan de acción global a favor del desarrollo Sostenible. Se crea la Comisión para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

1992V Programa de Acción en Materia de Medio Ambiente de la UE "Hacia un desarrollo sostenible"

Objetivo: integrar las políticas ambientales en el resto de políticas, económicas y sociales de la UE.

1994 Primera conferencia de Ciudades Europeas Sostenibles. Aalborg (Dinamarca). Carta de Aalborg nace la Campana Europea de Ciudades y Pueblos Sostenibles.

AL21 HitosB

Principales hitos históricos

1996 Segunda Conferencia de Ciudades Europeas Sostenibles. Plan de Actuación de Lisboa.

1997 Cumbre extraordinaria [Río+5](#). New York. Revisión de los objetivos establecidos en la Cumbre de Río de 1992.

2000 Tercera Conferencia de Ciudades Europeas Sostenibles. Llamamiento de Hannover.

2001 VI Programa de Acción en Materia de Medio Ambiente de la UE "El futuro en nuestras Manos" 2001-2010.

2001 Estrategia de la Unión Europea para el Desarrollo Sostenible "Desarrollo Sostenible en Europa para un mundo mejor".

2002 Conferencia Mundial [Río +10. II Cumbre de la Tierra](#). Johannesburgo-Sudáfrica.

2004 Cuarta Conferencia de Ciudades Europeas Sostenibles, [Aalborg+10](#), que marca los diez años de la Campaña Europea de Pueblos y Ciudades Sostenibles

La Carta de Aalborg

La Agenda Local 21 ha tenido un substancial soporte a través de Europa, en 1994 en Aalborg, Dinamarca, 300 Ciudades pertenecientes a 28 Estados firmaron la "Carta de las Ciudades y Pueblos Europeos hacia la Sostenibilidad".

La Conferencia de Aalborg supuso un punto de partida para la Campaña de Ciudades y Pueblos Sostenibles, estando patrocinada por el Consejo Internacional para las Iniciativas Ambientales Locales (ICLEI), la Red Europea de Municipios Saludables (OMS), la Asociación Europea de Ciudades Metropolitanas (Eurocities), La Organización de Pueblos Unidos y el Consejo Europeo de Municipios y Regiones.

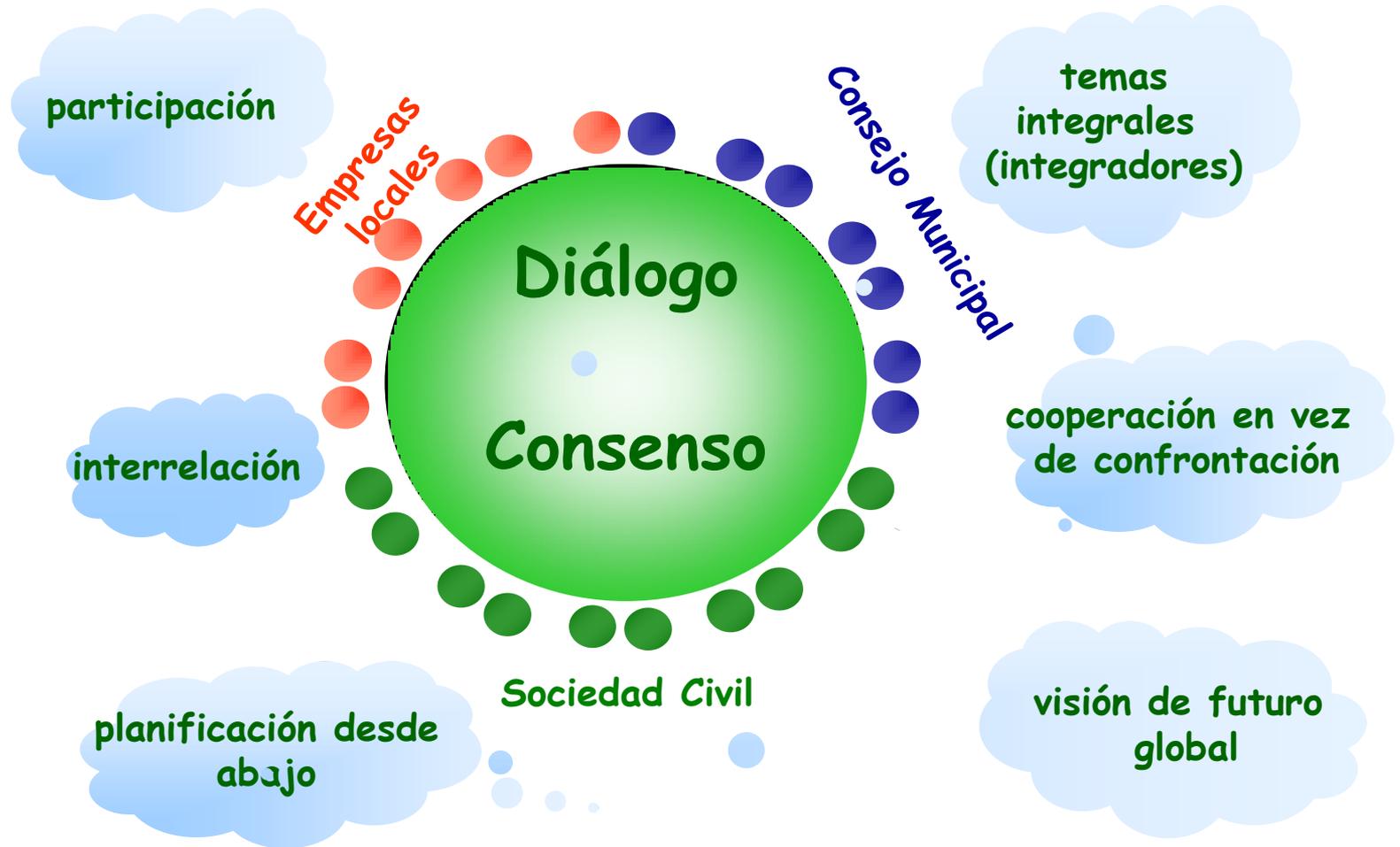
Estableciendo 14 prerrequisitos para las ciudades y pueblos europeos:

Las ciudades y municipios constituyen un ámbito privilegiado para llevar a cabo acciones a favor de un desarrollo sostenible y respetuoso con el medio ambiente

Alborg 2

- 1.Responsabilidad de las ciudades y pueblos europeos en el establecimiento de la sostenibilidad
- 2.Noción y Principios de la sostenibilidad
- 3.Estrategias locales hacia la sostenibilidad
- 4.Sostenibilidad como proceso local y creativo de visualización de los balances - desbalances sociales
- 5.Resolución de problemas por negociación
- 6.Economía urbana hacia la sostenibilidad
- 7.Equidad social para la sostenibilidad urbana
- 8.Diseños sostenibles para la Ordenación del Territorio
- 9.Diseño de la movilidad sostenible
- 10.Responsabilidad en el cambio climático
- 11.Prevenir el envenenamiento de los ecosistemas
- 12.Autogobierno local como una condición previa
- 13.Los ciudadanos como actores principales en la implicación de la comunidad
- 14.Instrumentos y herramientas para una gestión urbana hacia la sostenibilidad

Mesa redonda - concepto



Mesa redonda - actores

Autoridades locales

Universidades

Organizaciones
sociales

Empresarios
locales

Medios de
comunicación

Agencias de
cooperación

ONGs



Jóvenes

Un ejemplo de estructura de Agenda Local 21

Autoridades Locales



FASES DE LA AGENDA 21



AL21 en Europa



Agenda 21 para el Turismo Mexicano

Sistema de Indicadores de Sustentabilidad para el Turismo



Carreño



ÁREAS TEMÁTICAS:

- 1 MEDIOAMBIENTE
- 2 PATRIMONIO HISTÓRICO Y CULTURAL
- 3 ECONOMÍA Y TRABAJO
- 4 TURISMO
- 5 SOCIEDAD Y CALIDAD DE VIDA
- 6 EQUILIBRIO Y SOSTENIBILIDAD GLOBAL

AL21 Huelva

Programa ciudad 21:

Todos los municipios de Andalucía mayores de 10.000 habitantes. Adhesión voluntaria.

Secuencia del Programa:

1. Diagnóstico ambiental
2. Plan de participación ciudadana
3. Plan de acción ambiental
4. Plan de difusión
5. Plan de seguimiento
6. Ayamonte, Cartaya, Lepe, Punta Umbría, Valverde del Camino//
Almonte, Palos de la Frontera e Isla Cristina (Municipios RENPA)

VISIÓN ESTRATÉGICA
Para el 2010, lograr que Vitoria-Gasteiz sea una ciudad del conocimiento y la sostenibilidad que, impulsando lo diferente y apoyándose en sus potencialidades, cree ámbitos de identidad, atracción y referencia

LÍNEAS PRIORITARIAS

Respeto a la diferencia

Impulsar lo existente

Sentimiento de pertenencia

Convivencia y servicios a las personas

Tejido productivo diversificado y moderno

Importancia del capital humano

Gobierno de ciudad

Sectores emergentes

Internacionalización

EJES ESTRATÉGICOS

Sostenibilidad como elemento de desarrollo

Capital atractiva

Nueva dimensión de la cultura

Relación ciudadanos-naturaleza

Urbanismo y sistema de movilidad y transporte sostenibles

Industria medioambiental

Marketing de ciudad

LÍNEAS PRIORITARIAS

Conocimiento y Creatividad

PROYECTOS MOTORES

Revitalización Integral del Centro Histórico

Ejes de articulación de la ciudad y panorama ferroviario

Observatorio Social y Escuela de Valores

Ciudad Digital

E. Intermodal y Centro Negocios

Centro Investigación Sostenibilidad

VG en el mapa: imagen y marca de ciudad

PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO PARA EL ANDÉVALO OCCIDENTAL



Libro Andévalo



Juan Antonio Márquez Domínguez
Dirección y diseño





El Oro 1



PLAN ESTRATÉGICO DE DESARROLLO DE LA PROVINCIA DE EL ORO

2005-2016

INTRODUCCIÓN

La crisis económica, social y política que afecta al país y la configuración de escenarios cada vez más complejos motivan a las instituciones a recurrir a la planificación para encontrar alternativas que encaminen las energías sociales en un sendero de progreso y desarrollo. Los gobiernos seccionales, con mayor razón, deben hacer uso óptimo de sus escasos recursos para atender las demandas urgentes de la población. Además, el proceso de descentralización y reordenamiento del estado convoca a que los gobiernos locales asuman nuevas responsabilidades. Todos estos elementos explican la necesidad de contar con un Plan Estratégico de Desarrollo Provincial.

FASES PARA LA FORMULACIÓN DEL PLAN

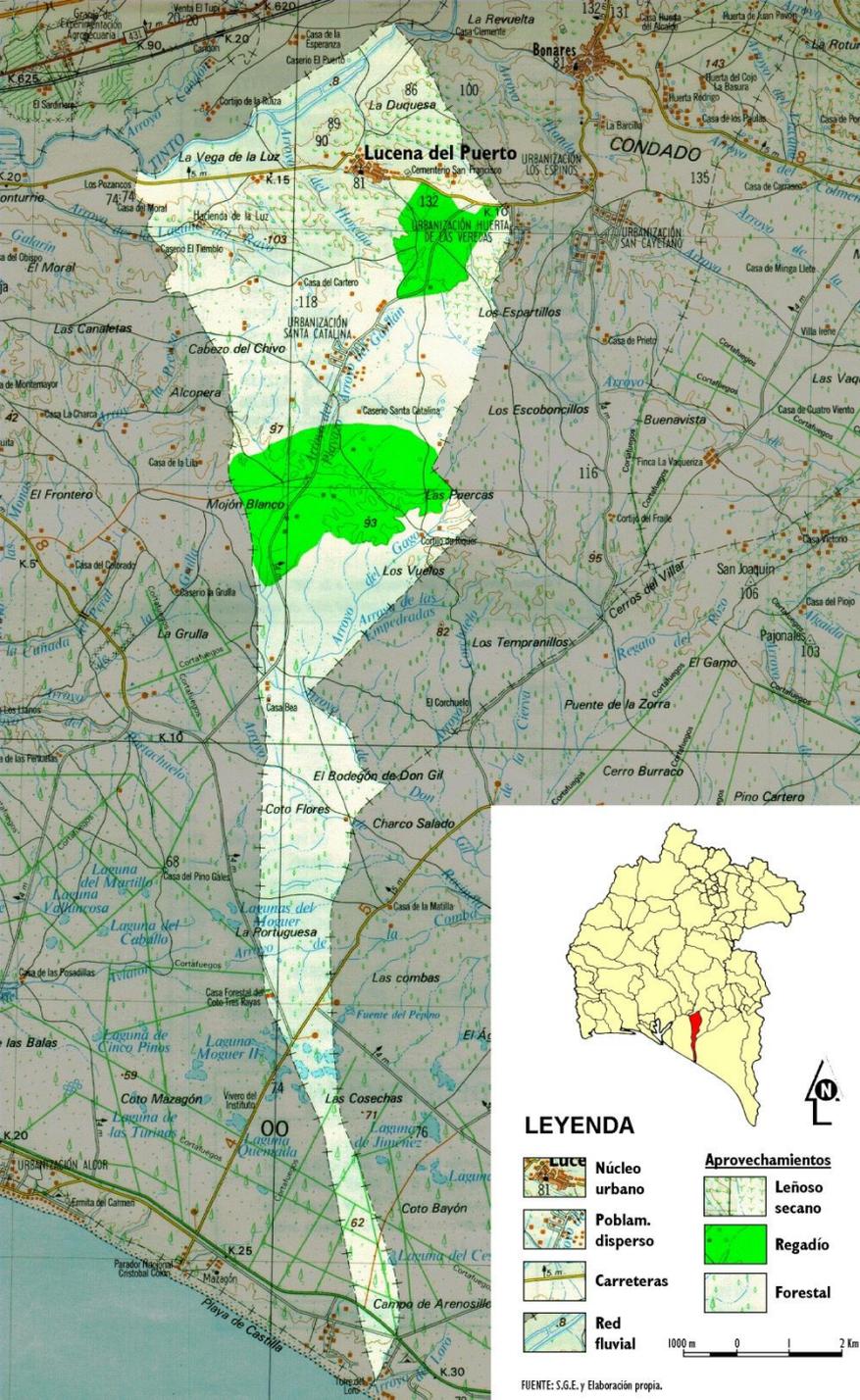
La elaboración del Plan de Desarrollo Provincial de El Oro, abordó las siguientes fases y momentos:



El Oro2

Lucena del Puerto

Plan director de desarrollo



LEYENDA

LEYENDA	
Núcleo urbano	Leñoso seco
Poblam. disperso	Regadio
Carreteras	Forestal
Red fluvial	

FUENTE: S.G.E. y Elaboración propia.

Universidad de Huelva

PROPUESTA OPERATIVA. ETAPAS para implantar un sistema de dirección estratégica.

0.Comisión Estratégica: El Rector, el Vicerrector de Dirección Estratégica, el Vicerrector de Nuevas Tecnologías, el Comisionado para la D.E , El Director de Contabilidad Analítica y posteriormente se incorporarán los secretarios de cada mesa de trabajo, elegidos en la primera sesión de cada mesa, que será convocada por el Comisionado para la D.E.

1-Elaboración pequeño documento borrador para distribuir (no más de 3 páginas) Enero 2006:

Propuesta teórica modificable: Misión, Visión, Valores, Factores claves del éxito

2-Reunión con la comunidad universitaria –Decanos, Directores Dpto., Consejo Alumnos. Junio 2006

3-Objetivos (cartera de problemas que se convierte en objetivos, participa toda la comunidad universitaria y se le da opción a toda la sociedad vía internet)

4-Propuesta de 4 mesas de trabajo voluntarias (Docencia, Investigación, Servicios, Relaciones con la Sociedad), que perfilen objetivos y desarrollen ejes estratégicos y actuaciones (concretas) Junio 2007

5-Diseño de sistema de dirección Estratégica que pilote y haga real la Planificación Estratégica -cuadro de mando-, responsables e indicadores verificables objetivos Julio 2007

6-Publicación del Plan Estratégico UHU, de forma clara y asumible 2007