

CURSO DE GESTORES GDT TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA PYME TURÍSTICA

UNIDAD: CLAVES DEL SECTOR TURÍSTICO: TURISMO 4.0

WEBINAR: Planificación turística

PONENTE: ENRIQUE NIÑEROLA
7 DE NOVIEMBRE DE 2023



GENERALITAT
VALENCIANA



economistas
Consejo de Colegios de Economistas
de la Comunidad Valenciana

Introducción

La planificación turística evoluciona constantemente en su metodología debido a:

- La sociedad (sociología-demografía, estructura del mercado turístico, tendencias, etc)
- La legislación vigente y a la vista (diferentes ámbitos legislativos y objetivos a futuro OD'S, agendas 21, 20-30)
- La tecnología (sistemas de datos reales y predictivos)

Por tanto, no existe una metodología o protocolo estricto, todos ellos están adaptados a los puntos anteriores, no existen dos territorios o circunstancias iguales aunque tengan puntos de coincidencia.



Playa de La Concha (San Sebastián)



Playa de Levante (Benidorm)

Planificación turística en el siglo XX hasta 2010

Obsoleta por los elementos que no se valoraban según los criterios actuales (legislativos, sociales y ecosostenibles) pero interesante porque establece un léxico específico y metodologías base según la visión que se tenía en los años 70 ' y 80 ' .

Planificación del espacio turístico de Roberto C. Boullon (PDF): <https://www.entornoturistico.com/planificacion-del-espacio-turistico-de-roberto-c-boullon-pdf/>

Planificación del espacio turístico de Roberto C. Boullon por la Profesora Caro Mercado (VIDEO): <https://www.youtube.com/watch?v=ELuuO3NMDJM>

Otros autores:

- o **Marcial Pons** <https://www.marcialpons.es/>
- o **Jesús I. Rivas García**

Contemplaban ideales y objetivos a medio y largo plazo tanto en el ámbito de la ordenación local y autonómica como de mercados. En parte las estrategias estaban basadas en presupuestos futuros no aprobados que cuando llegaron en su totalidad o parte no fueron correctamente aprovechados por falta de previsión real, infraestructura inadecuada, experiencia (cualificación) de los equipos de trabajo o cambios en los intereses políticos locales.

"Caso típico, hacer un palacio de congresos para 500 personas sin una infraestructura hotelera adecuada en el entorno cercano"

Las acciones de marketing internacionales tenían que ser supervisadas o estar en el marco de las realizadas por la Secretaría General de Turismo.



Planificación turística en el siglo XXI

¿Por qué 2010???

- Tecnología: el sistema Android ya está en un cuota del 50% tras dos años de su lanzamiento en 2008, abre la puerta a la interacción con y entre los usuarios y a su "trackeo". Actualmente su cuota es prácticamente del 90%.
- Agenda local XXI y Declaración de Río sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo: nacidas en el año 1992 de la mano de la ONU, toman forma como respaldo legislativo en todos los ámbitos. Actualmente **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)**.
- Nuevos conceptos: sostenibilidad, responsabilidad social y RSC, circularidad, poner en valor, indicadores, kpis, etc.
- Nuevos problemas: recursos naturales con capacidades de carga limitada, gestión de residuos/mala praxis, masificación, gentrificación, inflación local derivada del turismo, etc.

Marco A. Celdrán, profesor de la UA y miembro del laboratorio del turismo inteligente de Torreveija define los datos como:

"una herramienta que nos ayuda a aplicar soluciones a los problemas que se generan; mejora la gobernanza y ayuda a tomar decisiones". Además, fomenta la innovación dentro del sector y aportan soluciones"



Planificación turística en el siglo XXI



Ejemplos de planificación actual:

- **PLAN META 27 DE ANDALUCIA**

<https://www.juntadeandalucia.es/sites/default/files/2022-02/PlanGeneralTurismoSostenibleAndaluciaMETA2027.pdf>

- **PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA 2020-2025**

www.turismecv.com/wp-content/uploads/2020/07/Plan-Estrategico-de-Turismo-CV-2020-2025-def.pdf

- **II PLAN TURÍSTICO DE EXTREMADURA 2021-2023 Y ESTRATEGIA TURISMO SOSTENIBLE 2023**

www.turismoextremadura.com/viajar/shared/documentacion/publicaciones/PlanTuristicoExtremadura2021-2023.pdf

- **PLAN ESTRATÉGICO DE TURISMO DE CATALUÑA 2018-2022. RESUMEN EN CATALÁN:**

<https://act.gencat.cat/wp-content/uploads/2019/01/Resum-PETC.pdf>

Planificación turística en el siglo XXI

Apartados Generales

Visión sistémica del plan en su entorno territorial, de mercado, legislativo y de directrices que le afectan para cumplir su misión

Estadísticas de situación actual

Visión y objetivos

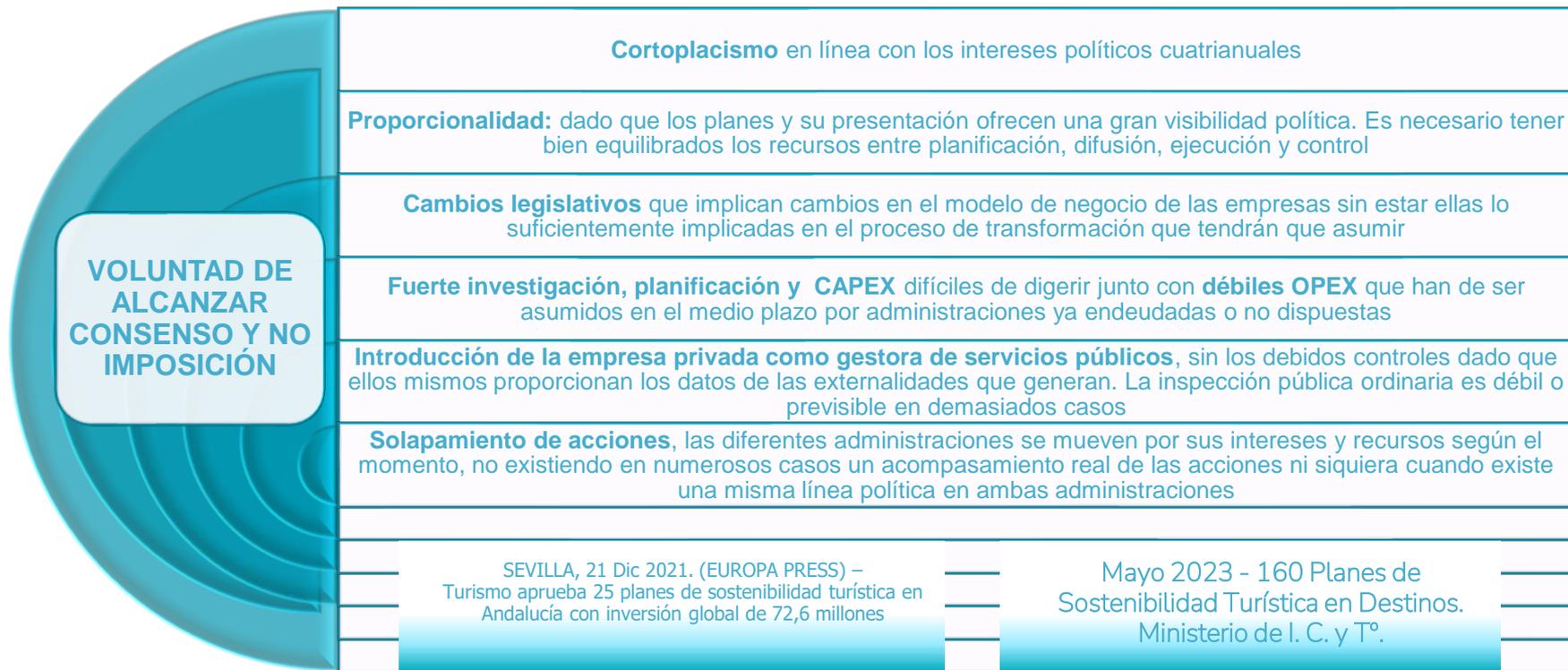
Estrategias, ordenación y líneas de actuación

Recursos económicos, líneas de financiación

Establecimiento de indicadores, flujos de información y cuadros de mando



Planificación turística en el siglo XXI Problemas a evitar:



Planificación turística en el siglo XXI Datos:



Planificación turística en el siglo XXI Datos, de donde?

SOCIOECONÓMICOS, DE LA POBLACIÓN RESIDENTE →

sepe – servicios territoriales de empleo y sanidad pública – sanidad privada - hacienda – ayuntamientos – sindicatos

SOCIOECONÓMICOS DE LA DEMANDA REAL →

industria turística y asociaciones de empresarios (pms – encuestas – auditorías de calidad) – Google – Telefónica – etc.

DE LOS RECURSOS NATURALES DEL TERRITORIO →

asociaciones – agencias públicas del ámbito - ayuntamientos – clubes de producto – patronatos – sistemas de información geográfica

DE LA REALIDAD Y LA POTENCIALIDAD DE LA OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS ACTUALES, PLANIFICADOS Y PLANIFICABLES →

Industria turística – patronal – ayuntamientos – proveedores de suministros y servicios locales

DE LA CAPACIDAD DE ABSORBER EFICIENTEMENTE LAS EXTERNALIDADES →

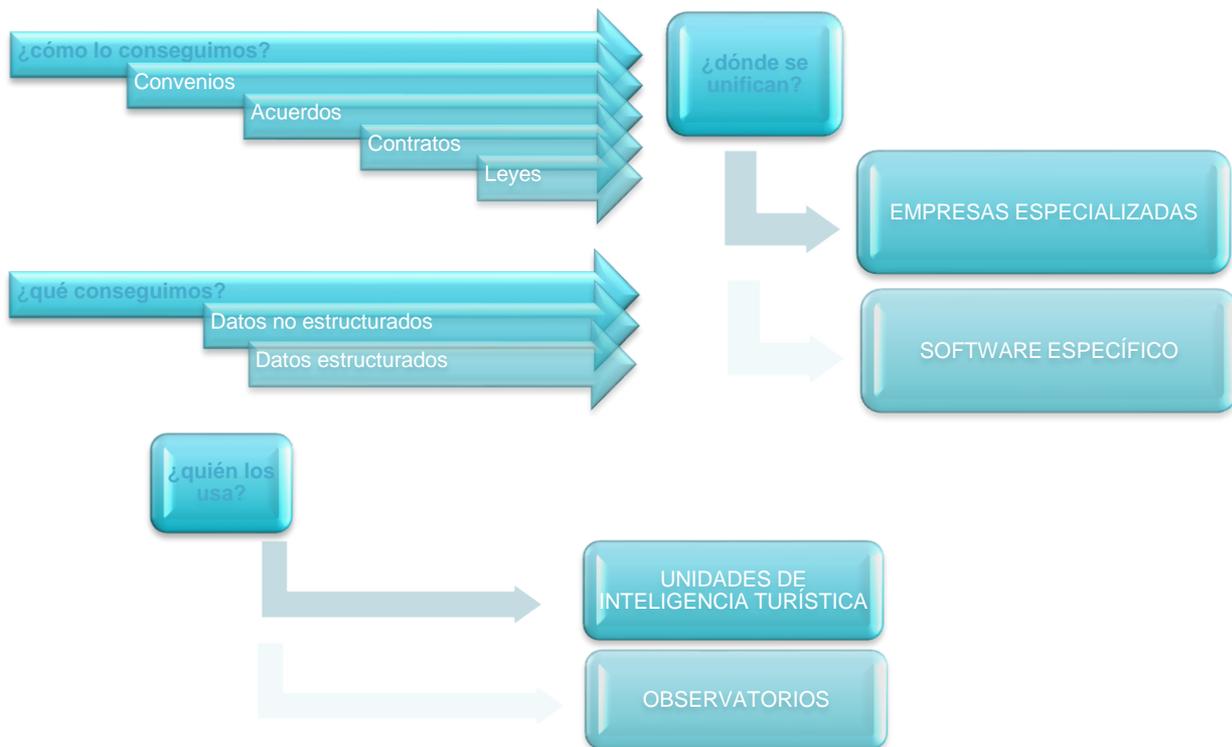
agencias y servicios públicos – proveedores de ámbito local

DE LA ESTRUCTURA DE LOS DIFERENTES MERCADOS QUE YA EXISTEN EN EL ÁMBITO – COMPETENCIA – MEDIOS - INTERMEDIARIOS (OTA'S Y OTROS) – SISTEMAS DE CONTRATACIÓN ENTRE ELLOS, ETC →

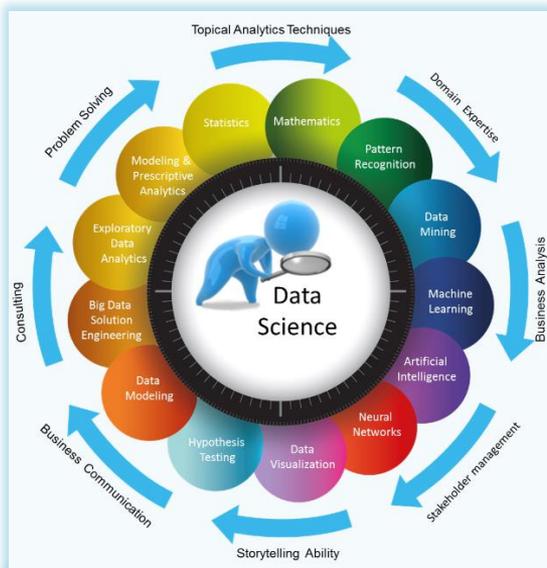
Industria turística y patronal – investigación de medios de comunicación convencionales y online

Planificación turística en el siglo XXI Datos, ¿cómo los gestionamos?

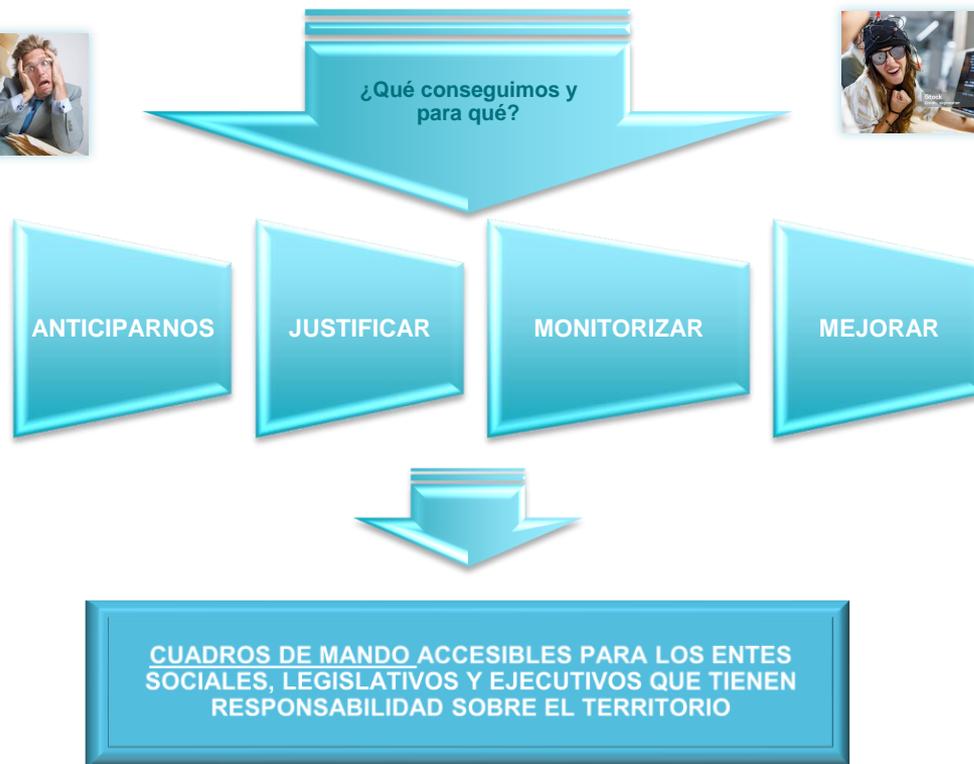
sepe – servicios territoriales de empleo y sanidad pública – sanidad privada - hacienda – ayuntamientos – sindicatos - industria turística y asociaciones de empresarios (pms – encuestas – auditorías de calidad) – Google – Telefónica- asociaciones y agencias públicas del ámbito – clubes de producto – patronatos - proveedores de suministros y servicios locales – empresas de investigación de medios de comunicación convencionales y online



Planificación turística en el siglo XXI Datos, ¿Qué conseguimos y para qué?



Planificación turística en el siglo XXI Datos, ¿Qué conseguimos y para qué?



Planificación turística en el siglo XXI

Ejemplo 1: valorización residuos



PLAN DE SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA 20-30 DE LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DE PLAYALTA

- Línea estratégica: Circularidad en las externalidades de residuos orgánicos de origen vegetal
- Objetivo específico; introducir el compostaje de residuos de poda en al menos el 50% de los establecimientos de alojamiento turístico que cuenten con una zona ajardinada de más de 2.000 metros cuadrados. Reducir las externalidades de residuos orgánicos de origen vegetal en estos establecimientos al menos en un 70%.
- Línea de presupuesto. Sostenibilidad aplicada a la empresa turística. Presupuesto de la acción: 248.000€

FASE PREVIA:

- Se deberán ejecutar al menos una reunión con las asociaciones empresariales y sindicatos para conocer su sensibilización hacia la propuesta y predisposición general
- Se deberá consultar a los proveedores que actualmente ejecutan las labores de recogida y valorización de residuos orgánicos, en el caso que los hubiere, para conocer cómo les afectarán las medidas propuestas
- Se deberá consultar a los proveedores que actualmente suministran productos y servicios de jardinería al colectivo objetivo, para conocer el alcance de las posibles pérdidas y oportunidades que les puede suponer la medida.
- Se deberá de obtener un quórum positivo mínimo del 50% de las empresas susceptibles de ser beneficiadas por la medida.

Planificación turística en el siglo XXI

Ejemplo 1: valorización residuos



FASE EJECUTIVA:

1. PREPARACIÓN
 - Creación del equipo de trabajo
 - Creación del dossier informativo general
 - Creación de Manuales de compostaje para residuos de poda adaptados a las circunstancias del establecimiento hotelero
 - Búsqueda de proveedores de equipamiento de compostaje y de aditivos biológicos. Creación pliego concurso adquisición.
 - Definición del conjunto de útiles y fungibles que proveerá la medida a los establecimientos. Logística de distribución del equipamiento
 - Establecimiento de un sistema de indicadores (KPI's) que monitorice los resultados de la estrategia por un mínimo de tres años
 - Creación del contrato/compromiso a firmar por las empresas que inicien la fase 3. Responsabilidades, obligaciones, puesto, nombre y datos contacto de la persona responsable y del equipo directivo del establecimiento
2. SENSIBILIZACIÓN
 - Convocatoria de jornadas de sensibilización y explicación del plan, llamada a través de los cauces habituales a las empresas para que remitan a sus responsables ejecutivos y a los responsables de mantenimiento/jardinería.
 - Seguimiento de los participantes
3. EJECUCIÓN
 - Firma del compromiso por parte de los establecimientos
 - Distribución del kit de compostaje y formación in-situ
 - Apoyo técnico durante un año natural
4. SEGUIMIENTO Y CONTROL
 - Reporte mensual desde el establecimiento por tres años vía email, web o app para su introducción en el sistema de indicadores que reportan a los diferentes cuadros de mando y control.

Planificación turística en el siglo XXI

Ejemplo 1: valorización residuos



FASE DE MONITORIZACIÓN:

COBERTURA Y FUNCIONAMIENTO DEL PLAN:

Número de establecimientos y % sobre la planta total que:

- han asistido a las jornadas de sensibilización
- han firmado el acuerdo
- han recibido el kit de compostaje
- han realizado la formación
- han introducido algún tipo de dato en el sistema de medición
- Introducen con la regularidad adecuada los datos a los que se comprometió

RESULTADOS MEDIBLES QUE REPORTAN A LOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS en Kilos o metros cúbicos

Por establecimiento: indicadores clave secundarios (KPI's)

- restos de poda que se han reciclado para compostaje
- restos de poda que no se han reciclado para compostaje por cualquier motivo
- compost procesado en el establecimiento que se ha reintroducido en el servicio de jardinería
- compost procesado en el establecimiento que ha sido externalizado

En el conjunto del plan, en % y durante la vigencia del plan: (indicadores clave primarios)

- establecimientos que mantienen sistemas de compostaje durante la vigencia de la monitorización sobre el 50% del objetivo
- proporción de restos de poda que son transformados en compost sobre el 70% objetivo



Muchas Gracias

Enrique Niñerola
enriquenj@hotmail.com
Tel: 630 767 794



GENERALITAT
VALENCIANA



economistas
Consejo de Colegios de Economistas
de la Comunidad Valenciana