

5

Consideraciones a la planeación y gestión del desarrollo turístico desde un enfoque territorial.

***Jorge Humberto Trujillo Rincón
Consultor***

¿Un nuevo horizonte?

*“Hemos sido educados y preparados durante 4 siglos para vivir bajo la lógica de un mundo conocido, por lo tanto, todas **nuestras herramientas de planificación e intervención** (en lo personal, grupal y corporativo) funcionaban en una **dinámica previsible y bajo ciertas condiciones de estabilidad, bajo límites establecidos...**”*

*“Pero **esta secuencia inédita que estamos transitando** lleva a replantear muchos **procesos estratégicos** que se diluyen en los titulares de los periódicos con palabras recurrentes y en la **incertidumbre de los líderes que miran absortos este ciclo histórico.**”*

Entonces...

Si hoy impera lo desconocido, la inestabilidad, el caos y la incertidumbre...

¿POR QUÉ SEGUIMOS ACTUANDO DE LA MISMA MANERA?

Ó más allá... Si hemos mejorado algunas cosas...

¿POR QUÉ SEGUIMOS CON LOS MISMOS RESULTADOS?

¿Cómo manejamos las situaciones?



Picapiedra

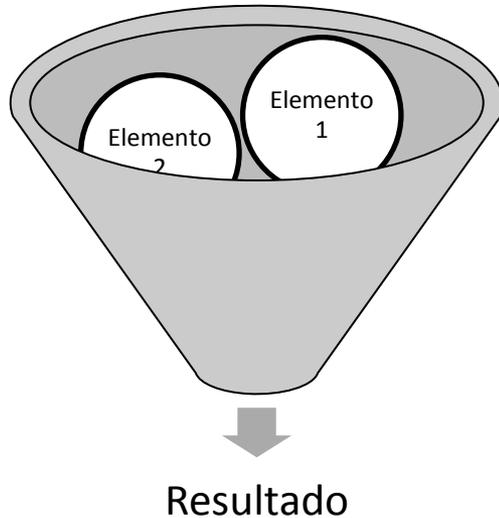


Supersónicos



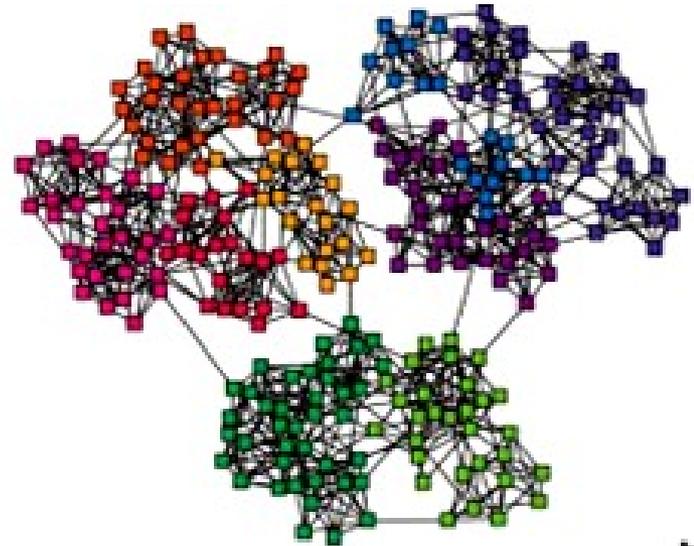
Los resultados son los mismos?...
entonces debemos revisar!

Percepciones de la Realidad



Simple

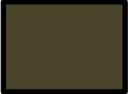
- Formada por un solo elemento o por pocos.
- Fácil, sencilla, sin complicación.



Compleja

- Se compone de múltiples elementos iguales o distintos.
- Complicado, de difícil entendimiento o resolución.

Contenido

- 1. *Apreciaciones conceptuales*** 
- 2. *Horizonte y desafíos*** 
- 3. *La planeación territorial*** 

1. APRECIACIONES CONCEPTUALES

Percepción del Turismo

¿Simple?

¿Complejo?



Disciplinario



Interdisciplinario

Ser Competitivo

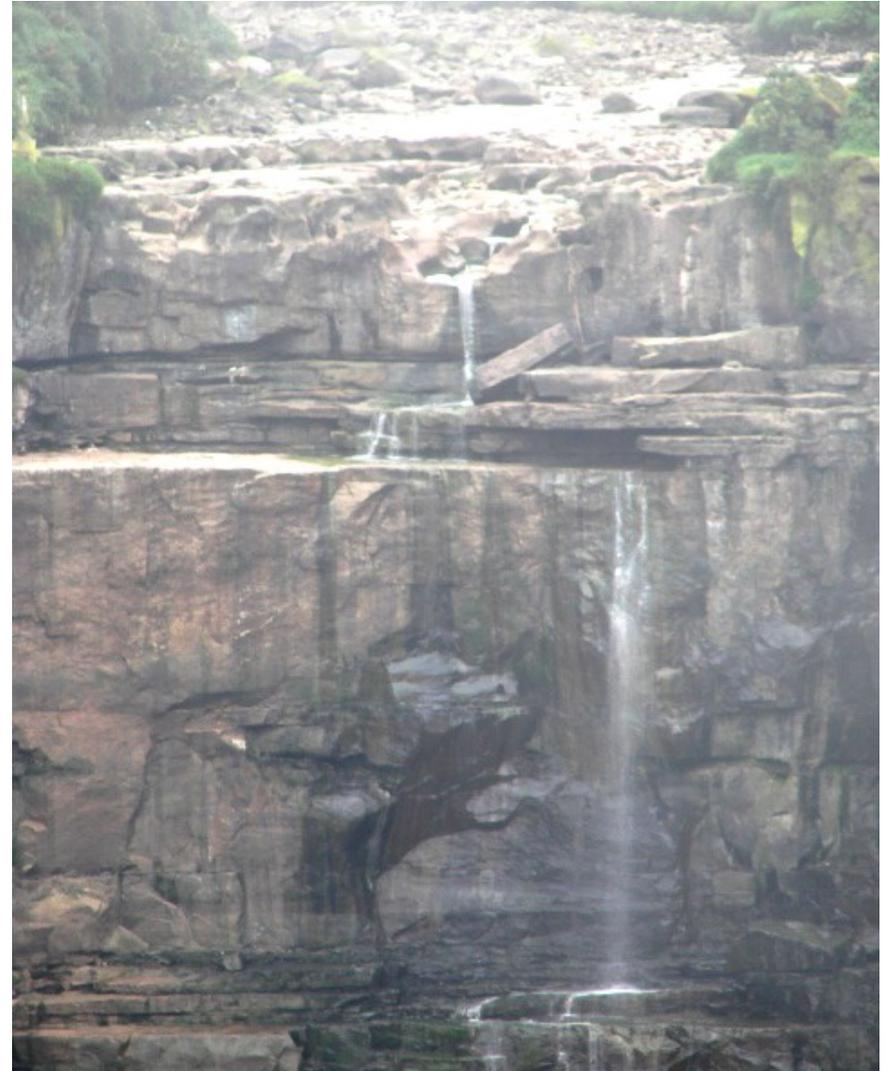
Porter

- Las ciudades no compiten entre si son solo territorio de las empresas y firmas que son las que compiten
- Las ciudades son una condición **insuficiente** para competir con éxito
- Idea del territorio como **"recipiente"**

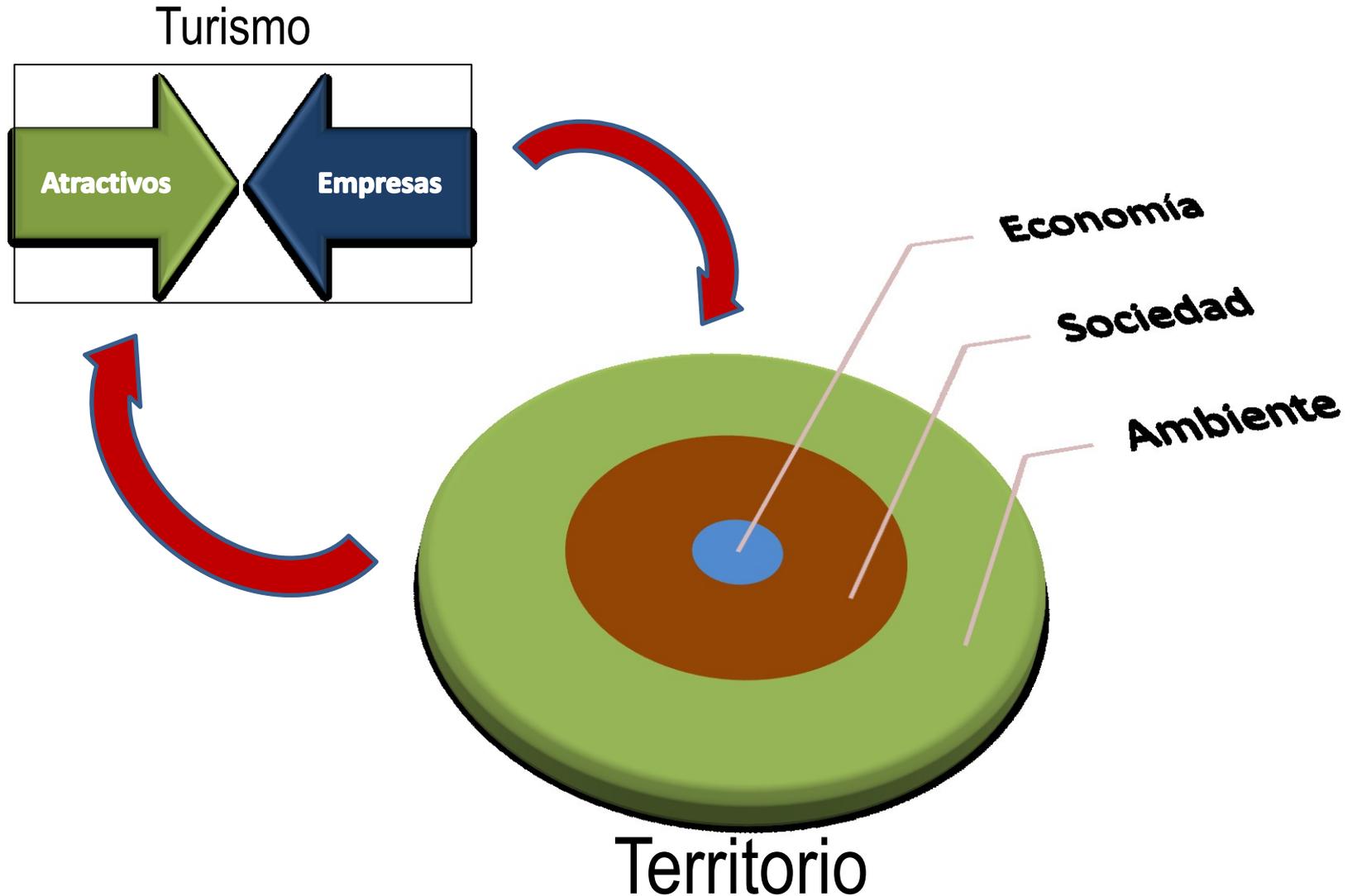
- La competitividad depende de la **capacidad** del territorio para facilitar actividades económicas
- El factor clave está en los **entornos** propicios para desarrollar actividades económicas

Desarrollo sostenible

El turismo necesita evolucionar de la concepción de servicios y atractivos para motivar flujos turísticos hacia el aprovechamiento del territorio (historia, ambiente, sociedad, cultura, producción e instituciones) y su articulación, para lograr diferenciación y desarrollo sostenible.



¿Por qué es importante la evolución?





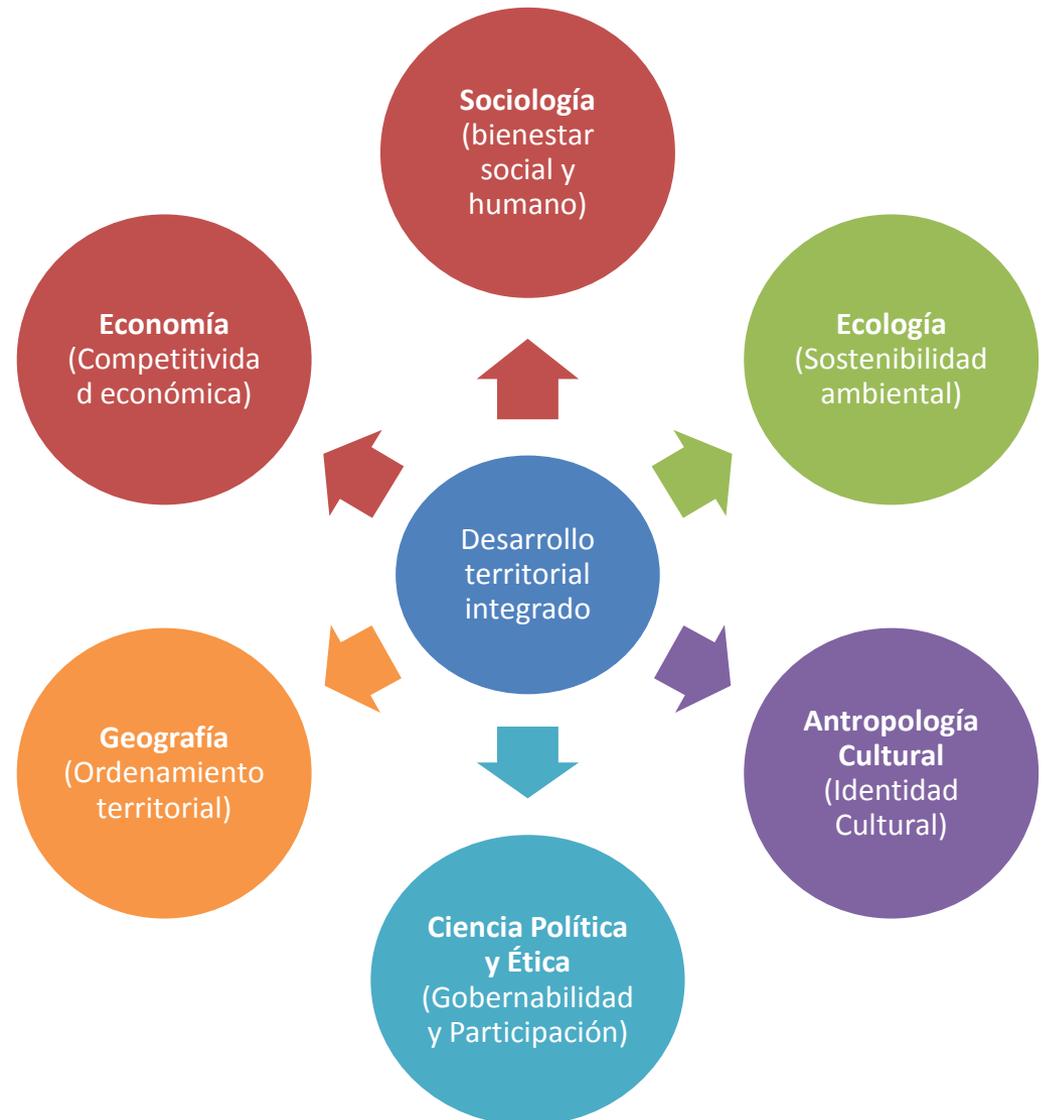
Importancia del Territorio

¿Los territorios son “recipientes” para el funcionamiento del sistema económico o bien, ofrecen condiciones para favorecer u obstaculizar la competitividad?

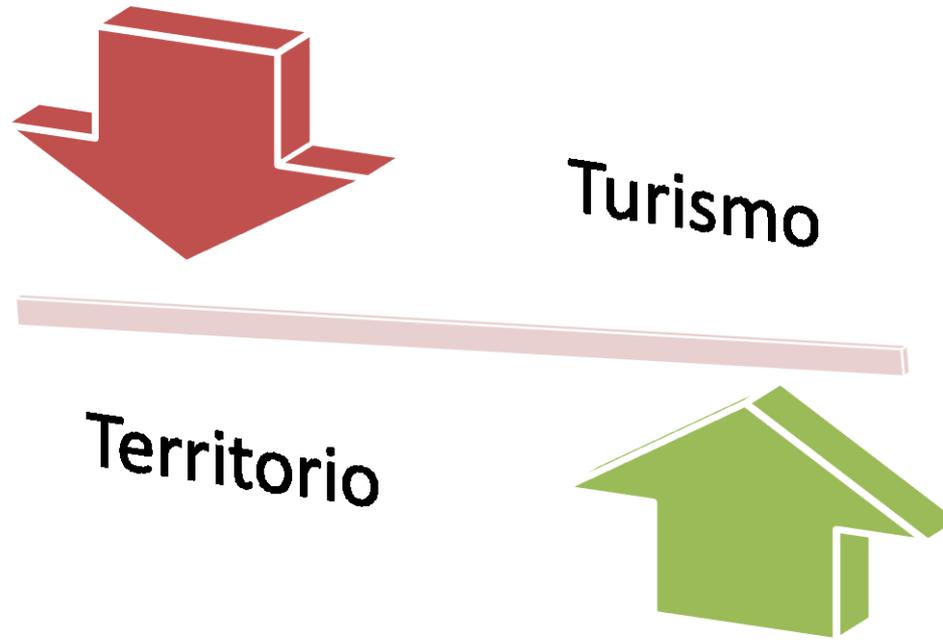


Desarrollo territorial

El campo del desarrollo territorial incluye aspectos de diferentes ciencias implicadas en el territorio, les estructura y los articula para darle sentido y a la vez operativizarlo.



Pregunta



¿El territorio está influyendo en la concepción del turismo?

¿Cómo está influyendo el territorio en los componentes de la actividad turística?

Territorio y Turista



El **TURISTA** registra un cambio de comportamiento dirigido a una mayor movilidad en la que consume el paisaje, interactúa con éste; y se expande en el destino con una lógica regional.

Territorio y Empresa turística

La **EMPRESA** **TURÍSTICA**

plantea procesos de interacción con el medio ambiente y con la sociedad local. El territorio es un motivo de innovación empresarial.



Territorio y Producto turístico

La producción y el consumo del **PRODUCTO TURÍSTICO** se lleva a cabo en el mismo lugar, por lo que el territorio es ambiente, componente, generador de atractivos, espacio de consumo, todo al mismo tiempo.



Territorio y Actividad turística



La **ACTIVIDAD TURÍSTICA** promueve la articulación de cuando menos tres territorios: el emisor, el o los receptores, y los de tránsito.

Territorio y Experiencia turística

La relación oferta – demanda turísticas se sostiene cada vez más en la calidad de vida local como factor que influye en el turista para obtener

EXPERIENCIAS

TURÍSTICAS

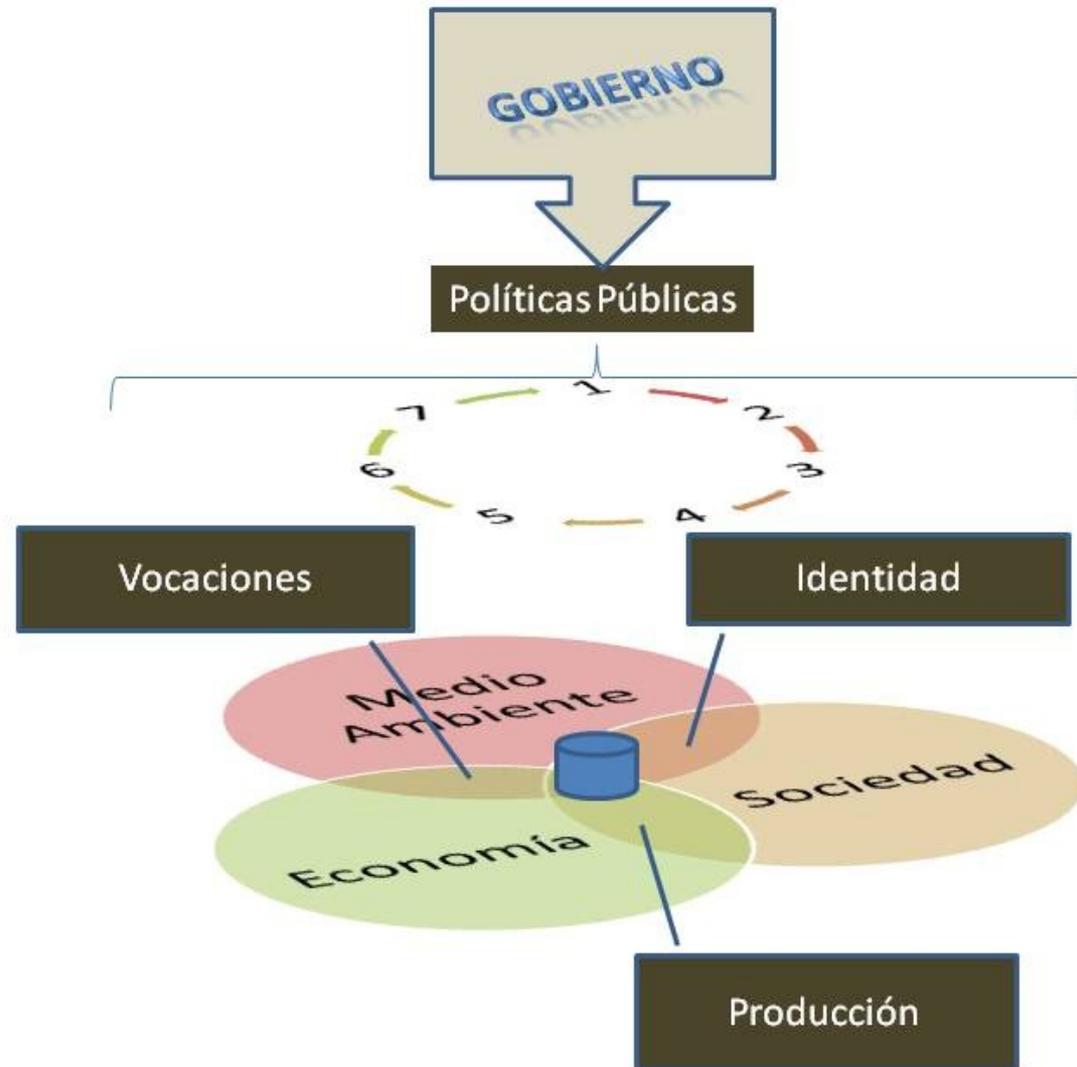
únicas, emocionantes, ancladas en sentimientos.

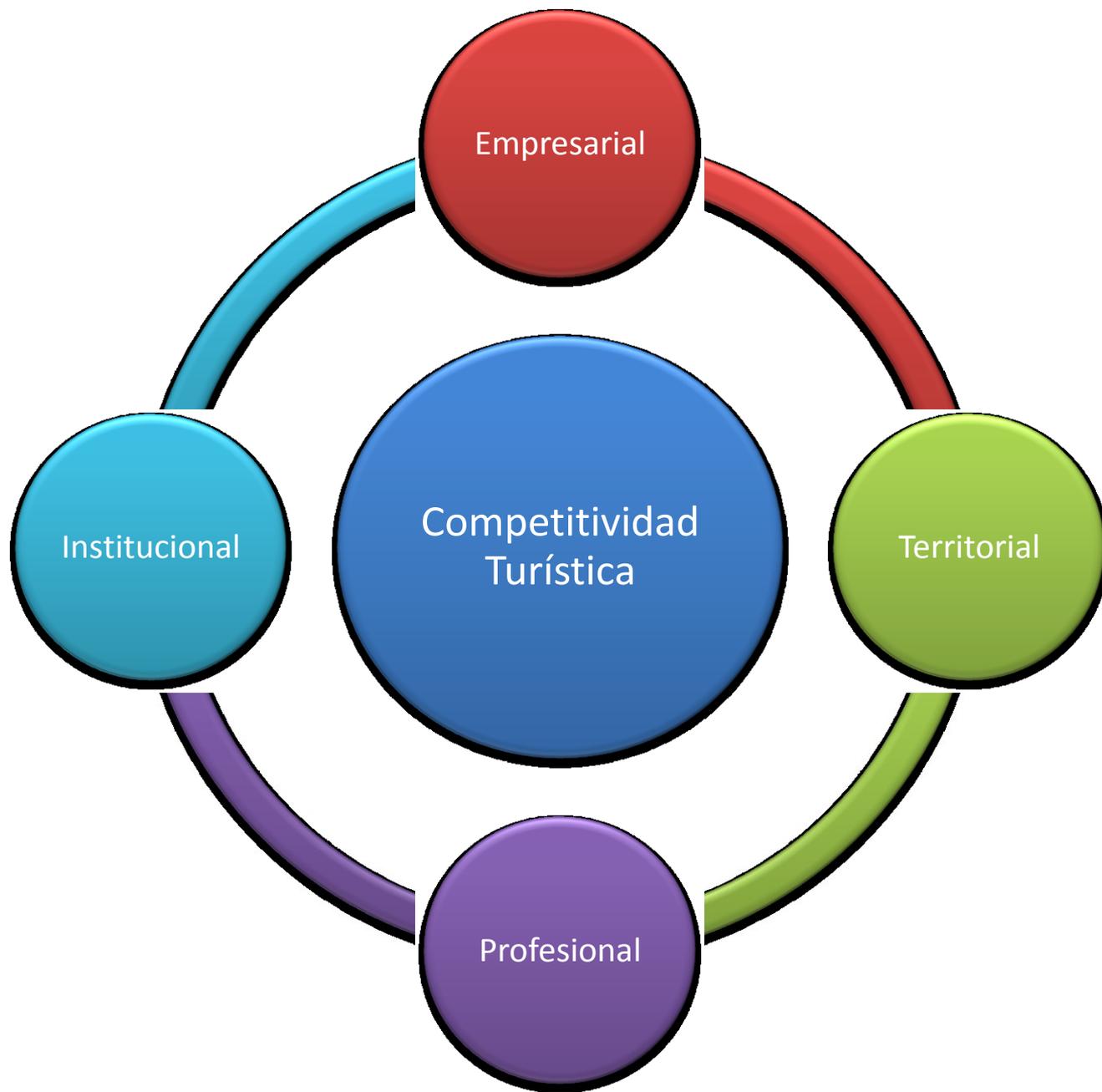


Factores territoriales

Fig. No. 5 Componentes Turísticos

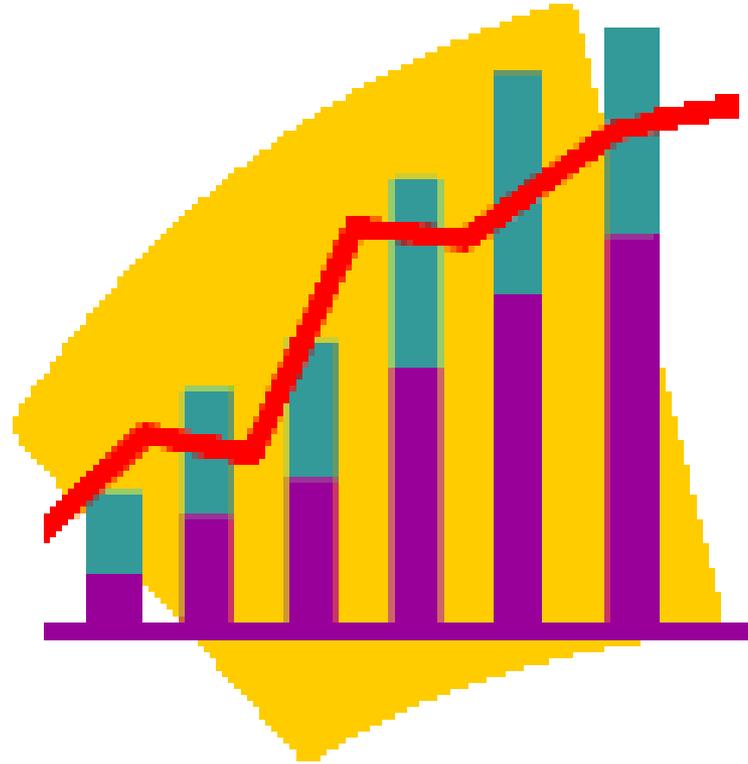
- *Turista*
- *Atractivos*
- *Servicios turísticos*
- *Infraestructura y servicios públicos*
- *Conectividad y accesibilidad*
- *Población Local*
- *Gobierno Local*
- *Organizaciones empresariales*
- *Instituciones de Educación Superior*
- *ONG's*





2. *Horizonte y desafíos*

Tendencias



1. Crecimiento mundial de la actividad turística

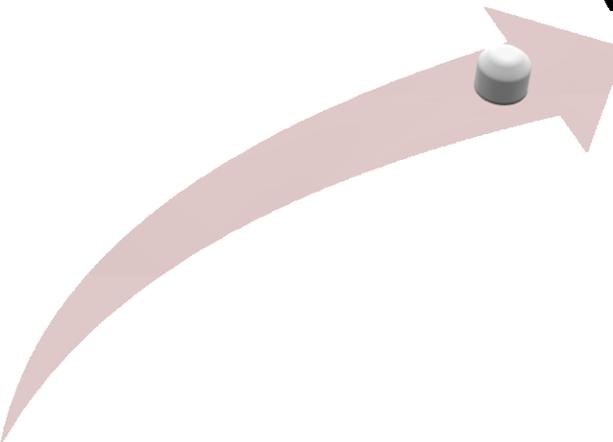
Pregunta: ¿Seguimos creciendo de la misma manera?

Estadísticas

Comportamiento de los Destinos Turísticos a partir de flujos de visitantes

Ranking Mundial	1950	1995	Variación
15 primeros	98%	68%	30 puntos
Otros	2%	32%	

Fuente: Elaboración propia con base en información de la OMT.



*De seguir la
tendencia,
para 2020 el
proceso
puede
acelerarse
rápidamente*

¿Qué significa para los
Destinos turísticos
Emergentes?

¡OPORTUNIDADES!

Tendencias



2. Aumento del poder de negociación de la demanda

La cobertura de las motivaciones se vuelve fundamental

Criterios



Tendencias



3. Requerimiento de nuevos destinos turísticos

No significa que todos serán destinos turísticos...

Pero si que todos tienen oportunidad de serlo y parecerlo!!

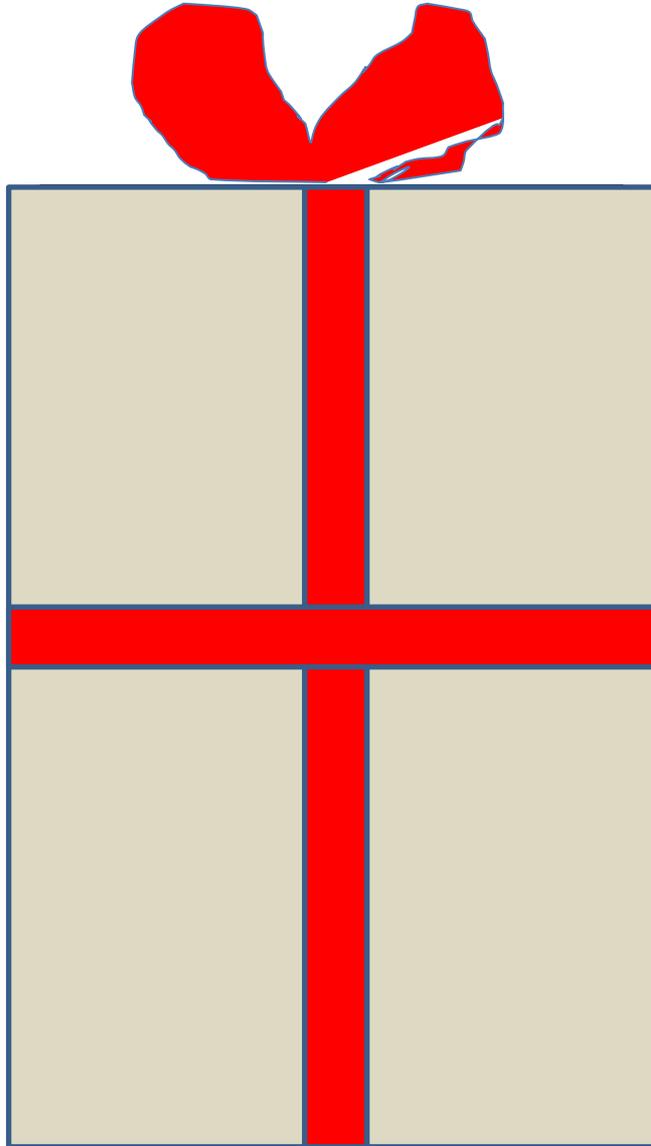
Destino Turístico

Ética:

El destino debe funcionar como tal:

Infraestructura
Serv. públicos,
Seguridad, Higiene,
Cuidado del medio ambiente,
governabilidad,
participación ciudadana
oportunidades,
Etc.

Calidad de vida



Estética:

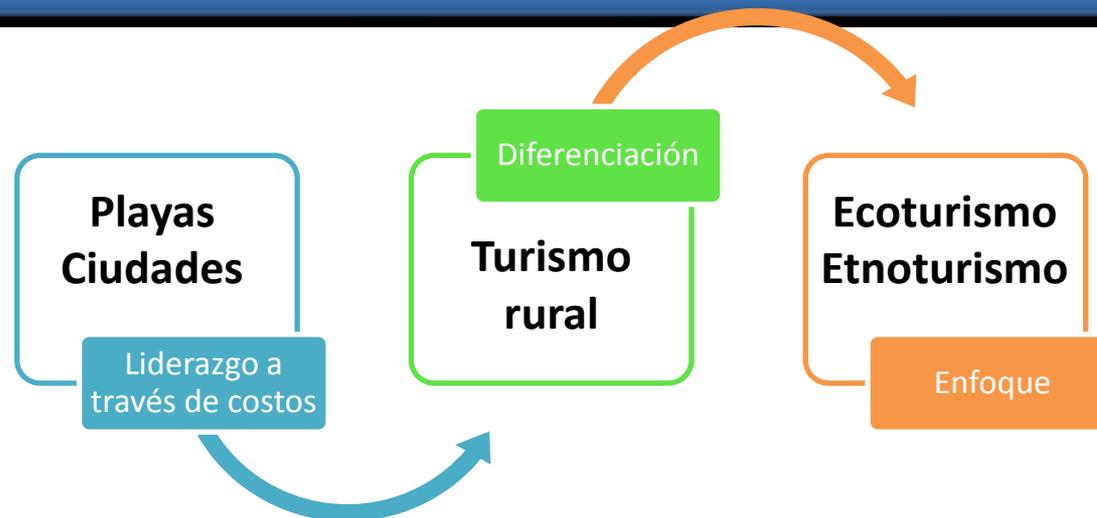
El destino debe ser percibido como tal, a través del marketing, la promoción y la publicidad.



Tendencias



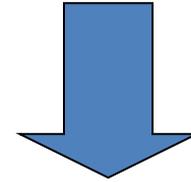
4. Demanda de nuevos productos turísticos



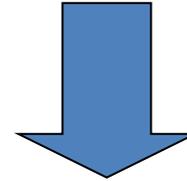
Producto Turístico es

Un Multi-componente
de bienes y servicios
localizados en un área
geográfica definida y que
combinados forman una
experiencia turística

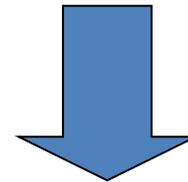
Area Geográfica



Organización



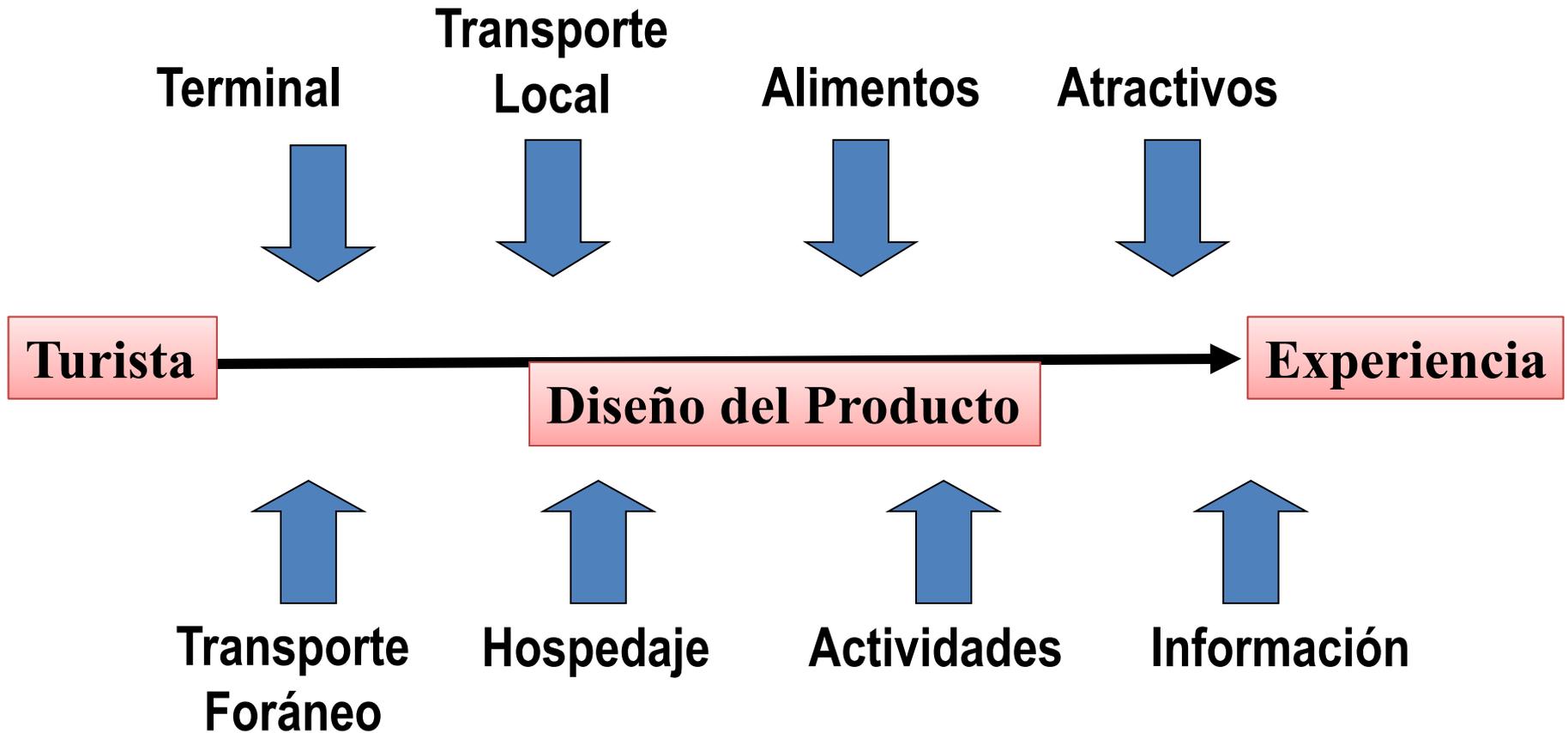
Proceso



Resultado

¿Qué es combinar?

R= mezclar múltiples elementos similares o de
Diferente naturaleza



PRODUCTO TURISTICO es...

El resultado de ...

El Recurso Turístico

+

Aumentar su valor

+

Cobertura de las motivaciones

+

Disponibilidad de compra

3. LA PLANEACIÓN TERRITORIAL

Articulación de conceptos



CATEGORÍA: DESTINO TURÍSTICO

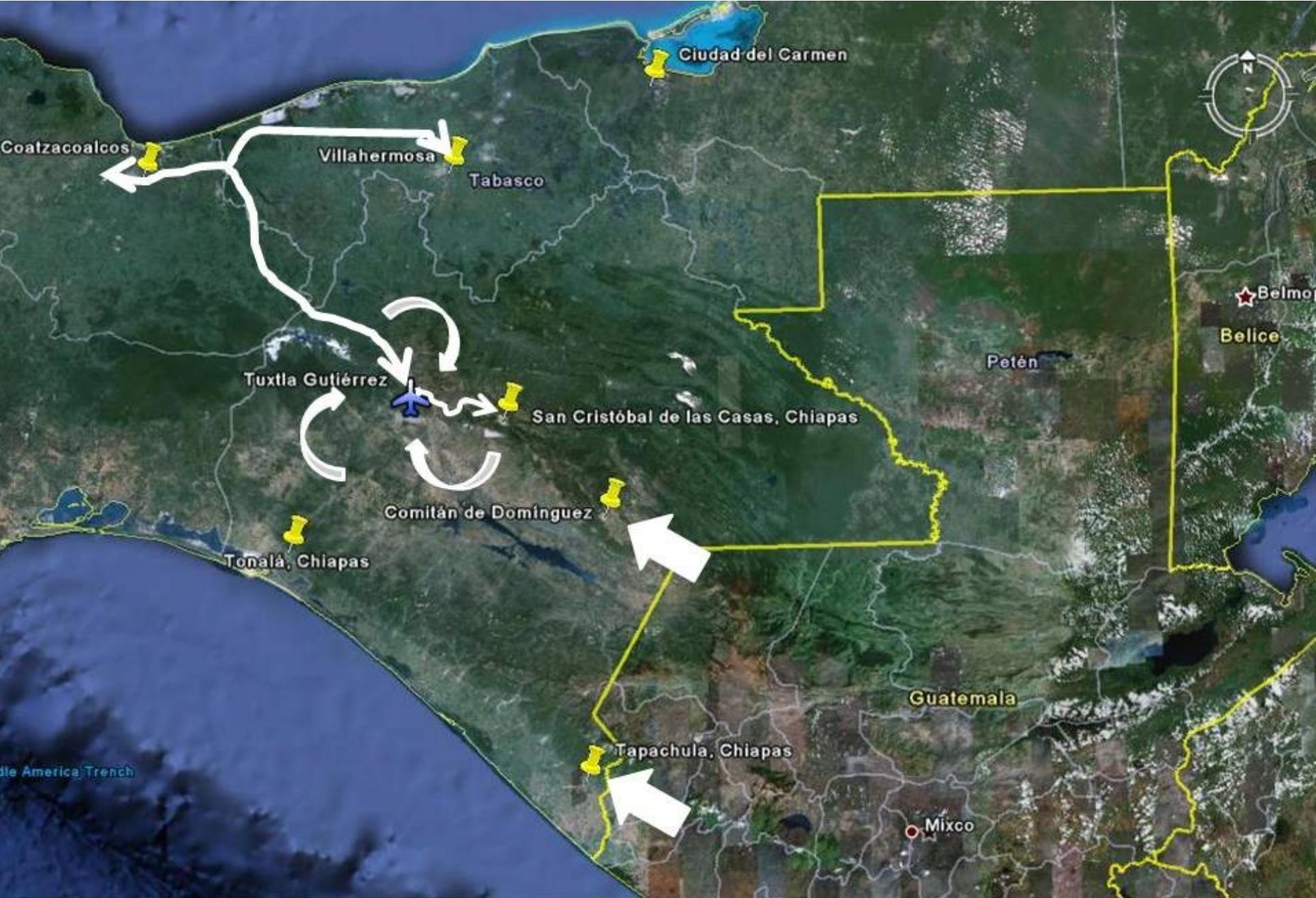


Figura No. 1 Movilidad de flujos migratorios y de viajes hacia Tuxtla Gutiérrez



Figura No. 2 Reservas Naturales, Rio Sabinal y Proyecto Ciudad del Agua

A) Estrategia hacia dentro

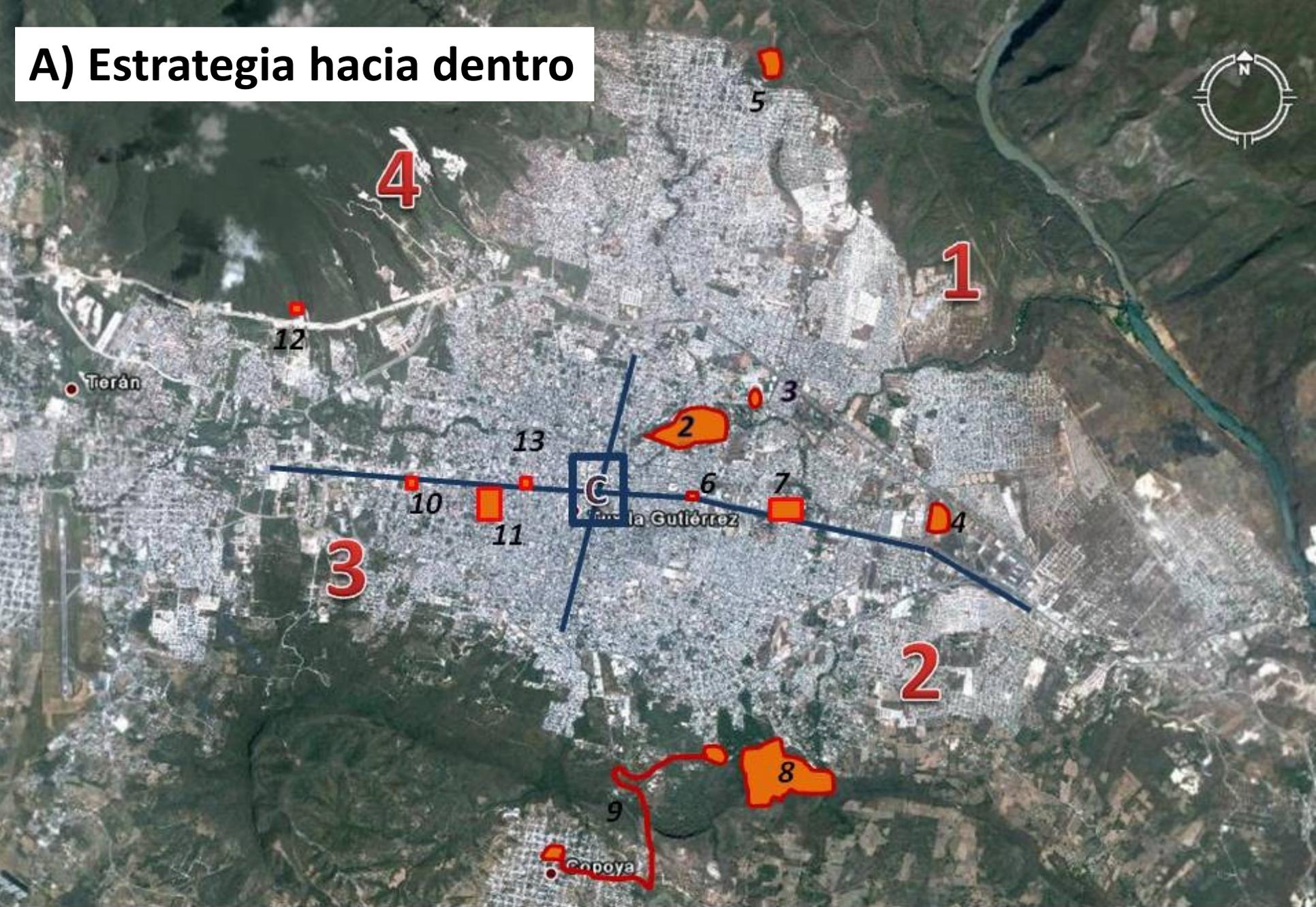


Figura No. 3 Cuadrantes, UTIs y Sitios de Interés en Tuxtla Gutiérrez

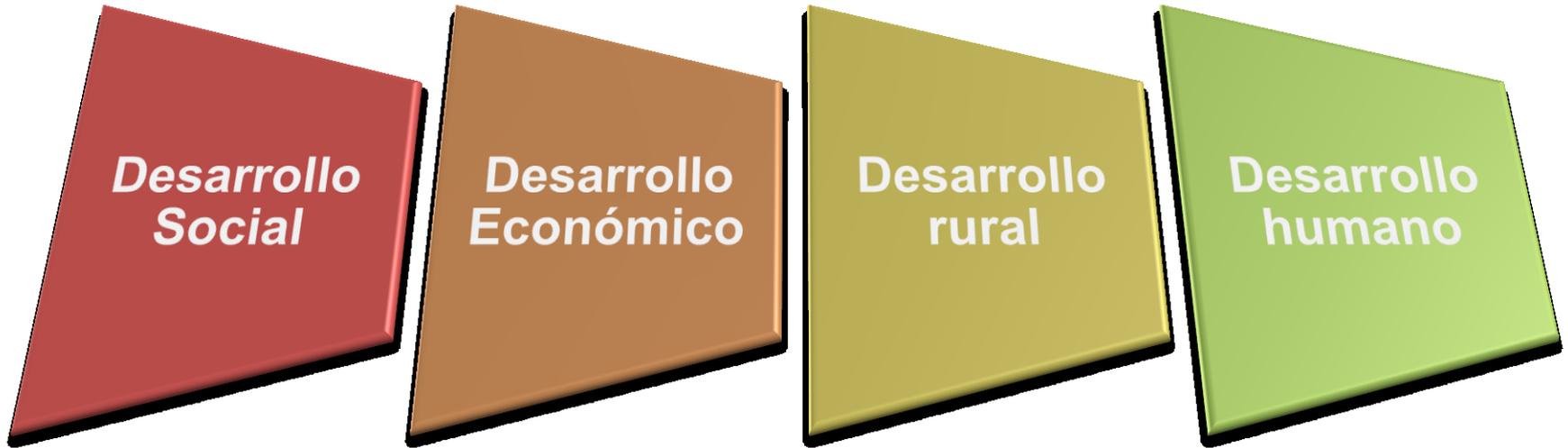


Figura No. 4 Estrategia territorial hacia fuera

5

CONSIDERACIONES A LA ACTUACIÓN

Consideración No. 1



- ***El propósito del desarrollo turístico no debe y no puede estar desarticulado de otros objetivos de mayor o similar jerarquía.***
- ***Todos buscan el mejoramiento de la calidad de vida de la población, se deben articular.***

Consideración No. 2



La agenda de actuación consiste en un catálogo temático priorizado sobre los cuales se ponen en marcha procesos de manera organizada con los actores sociales.

Consideración No. 3

¿Existen oficinas de turismo en todos los destinos y cuál es su función?

¿Producen bienes y servicios?

¿Promueven el crecimiento del Sector Privado?

¿Arbitran actores con intereses opuestos?

Acciones

Produce bienes y servicios

- Son líderes que organizan al sector
- Sistematizan la información
- Evalúan y monitorean su competitividad

Promueve al sector privado

- Gestionan financiamiento para el desarrollo
- Promueven la inversión pública y privada
- Apoyan al diseño de imagen y promoción

Arbitra intereses opuestos

- Regulan el ordenamiento territorial
- Planean el desarrollo turístico
- Fomentan el aseguramiento de la calidad

Consideración No. 4

Modelo 1: Gestión como ejecución de normativas y administración de recursos.

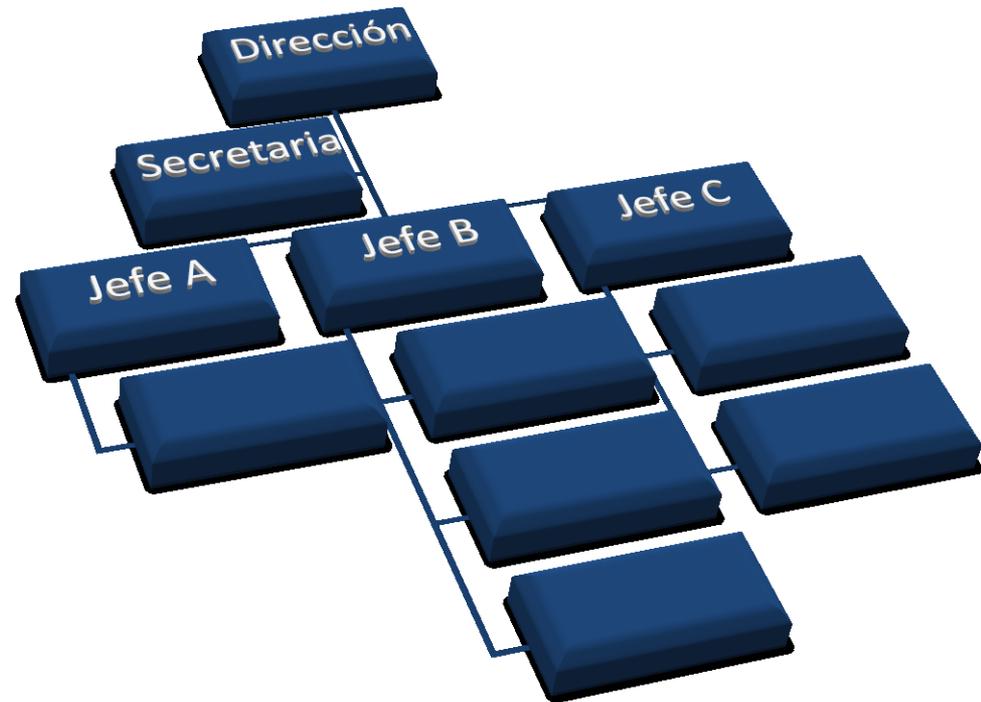
Modelo 2: Gestión como prestación de bienes y servicios de calidad.

Modelo 3: Gestión como interacción para el desarrollo de políticas

Las organizaciones públicas gestionan hacia la horizontalidad y la integración (territorio),
¿Cuál modelo es el suyo?

Modelo de Gestión como ejecución de normativas

- Trabaja con división de tareas
- Centralización de tipo vertical
- Núcleo operativo muy desarrollado y poco calificado
- Proliferación de normas
- Tareas repetitivas
- Comunicaciones formales



Modelo de Gestión como prestación de calidad

- Busca la satisfacción de necesidades de clientes con calidad
- Forma nuevos gerentes
- Infraestructuras renovadas
- Usa TIC's
- Implementa técnicas de administración privada



Modelo de Gestión como articulación de actores

- Logra orientaciones acordadas
- Busca mejorar la calidad de vida de los ciudadanos
- Su actuación es definida desde la participación de todos
- Sus valores son
Corresponsabilidad y construcción de acuerdo



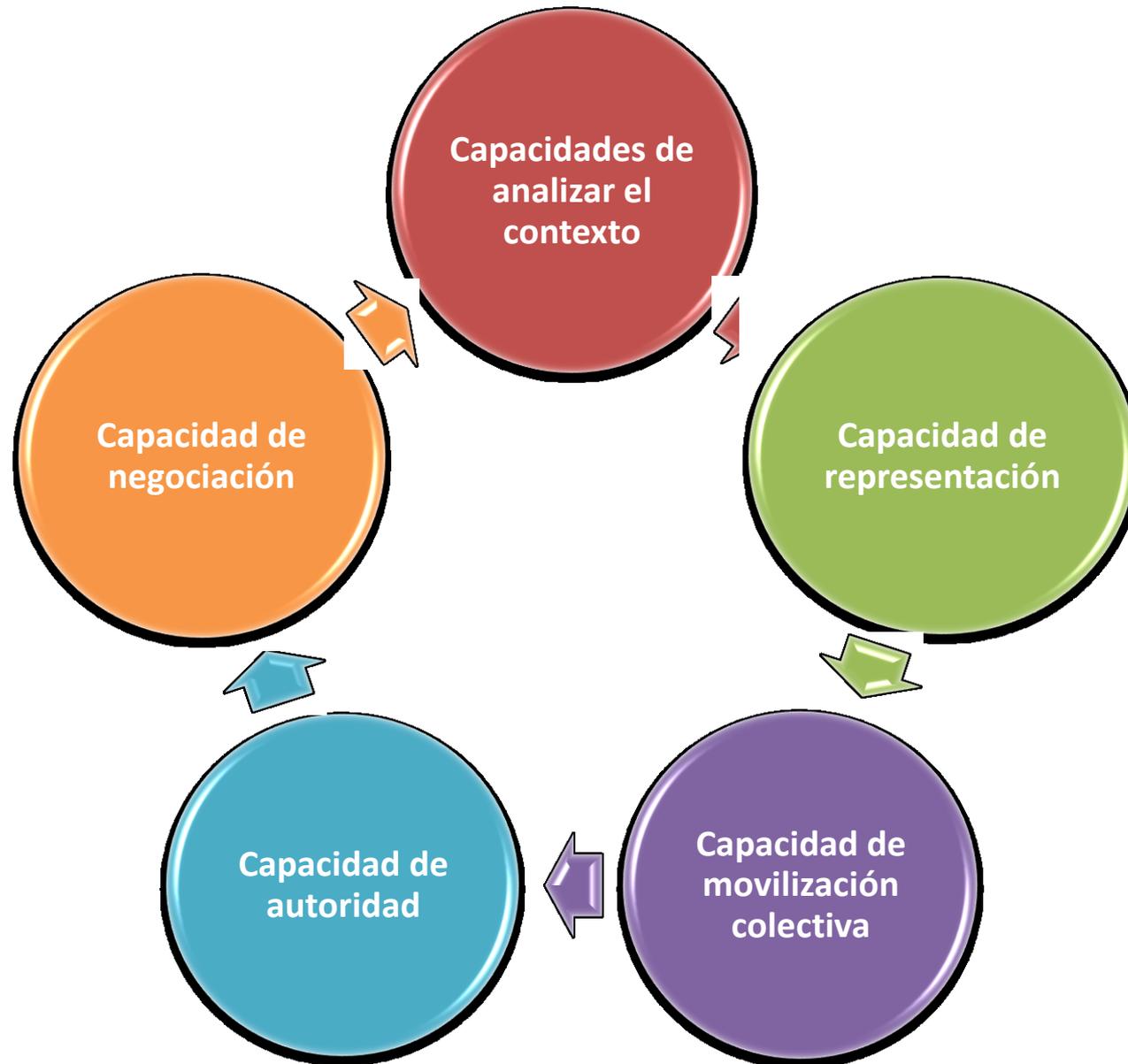
Consideración No. 5

La competitividad institucional requiere del análisis de la capacidad y de las dimensiones involucradas:

“Capacidad es la asunción exitosa y sustentable de responsabilidades en un contexto complejo y cambiante”.

(Hilderbrand y Grindle, 94, Tobelem 96, Tecco, 97a, Grupo Política & Gestión, 99)

Competencias profesionales en las oficinas



REFLEXIONES FINALES

Reflexiones finales

El crecimiento turístico desde una perspectiva territorial requiere de una estructura institucional competitiva en sus tres niveles para facilitar los procesos de planificación y gestión a fin de construir una mayor descentralización y una mejor coordinación entre las oficinas de turismo.

Destino sin oficina de turismo, recursos humanos calificados, mecanismos de organización e instrumentos informáticos para la gestión de información carece de los elementos necesarios para enfrentar el desafío de ser competitivo. No lo será.

Reflexiones finales

Apostar al turismo implica una certeza y un desafío:

La certeza radica en que se apoya una actividad que promueve el desarrollo humano, es positiva y beneficia a las poblaciones que deciden emprenderla ya que mejora la calidad de vida de quien es visitado y de quien visita.

El desafío radica en comprenderle como un fenómeno complejo que se planifica y gestiona con la determinación, compromiso y responsabilidad de todos por lo que si bien es cierto es una actividad empresarial, también es cierto que en su espíritu radica la esencia de la cooperación y la colaboración, de la conjunción de intereses, lo que la hace una actividad política.

Muchas gracias

Jorge Trujillo Rincón

Área de experiencia: Gestión de destino turístico

jorgehtr@gmail.com

5

***Consideraciones a la planeación y gestión
del desarrollo turístico desde un enfoque
territorial.***

***Jorge Humberto Trujillo Rincón
Docente - Investigador***