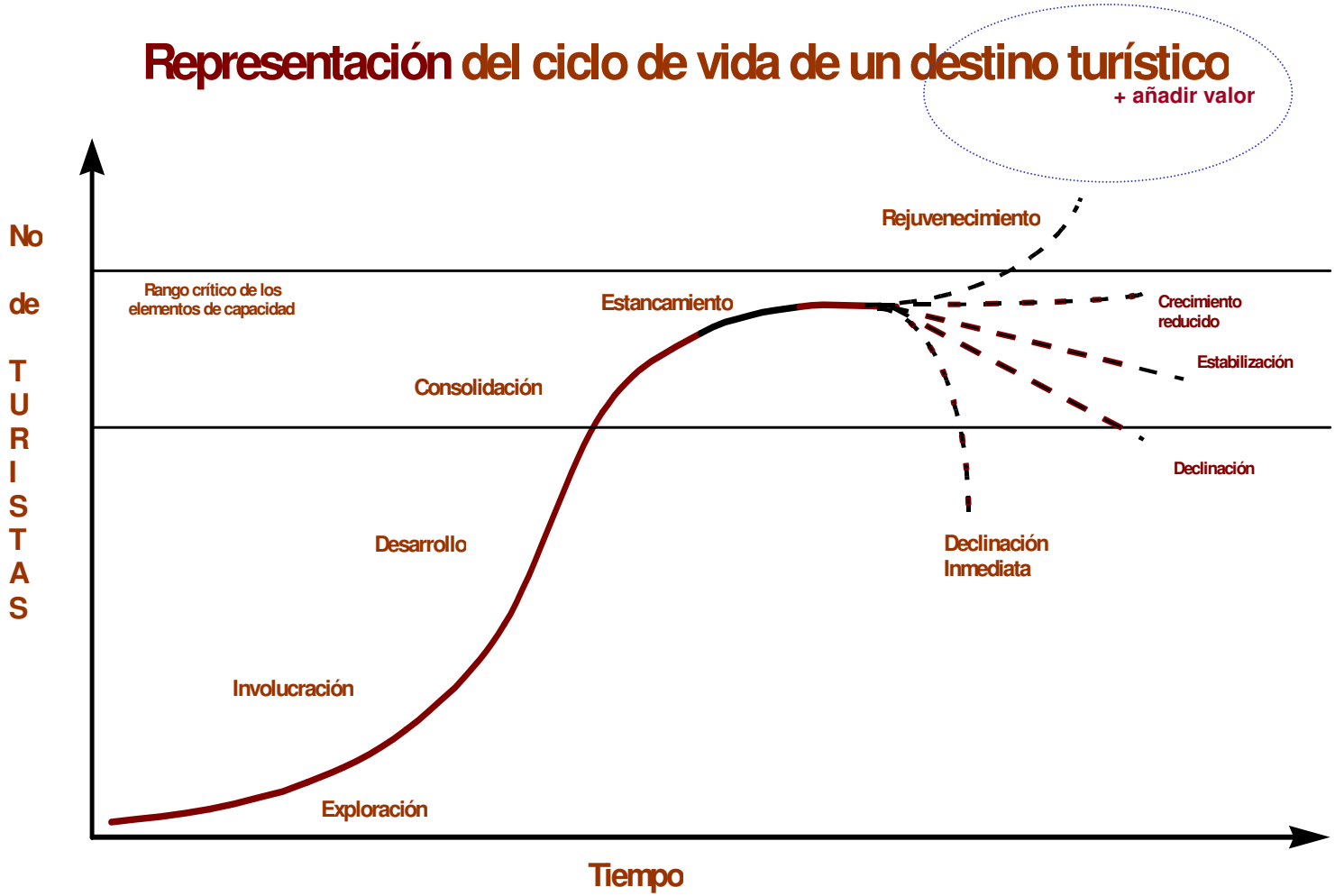
LA RECONVERSIÓN DE DESTINOS MADUROS

Francesc Sastre Universidad de las Islas Baleares

La Laguna noviembre 2010

Ciclo de vida

Representación del ciclo de vida de un destino turístico



Fuente: R.Butler. *"The concept of tourist area cycle of evolution: implications for managment of resources"* XXIV. No.1. 1980. pp: 5-12.

Competitividad

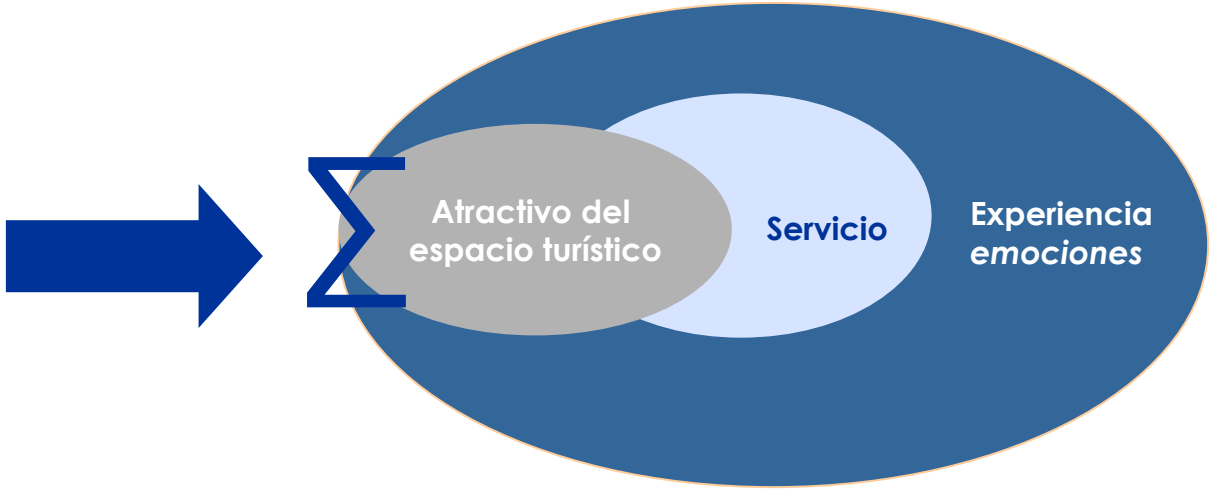
Gestión de los intangibles

MANEJO DE EMOCIONES Y SENSACIONES

Nueva definición de valor

La imagen

Nueva definición de valor



$$\text{Valor Servicio} = \frac{\text{Prestaciones tangibles} + \text{Prestaciones intangibles}}{\text{Precio} + \text{Incomodidades} + \text{Inseguridades}}$$

El Capital social

El Capital social

Capital social (Putnam, 1993, 2000; Lin, 1999) como la confluencia de (i) confianza (trust), (ii) facilidad de cooperación, (iii) creación de 'red'.

Cooperación adicional a la esperada en comportamientos individuales (dilema del prisionero) y de oportunidad (cuando la reputación importa)

Capital social

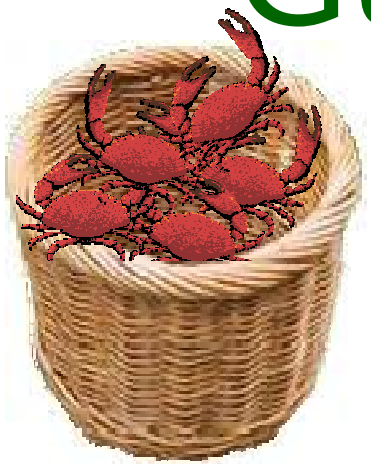
Generación de "redes" tanto dentro de subgrupos como entre grupos
Cooperar como resultado de un sentido abstracto del deber, por obligación moral (costumbre de grupo) por la confianza de sentirse parte de un todo

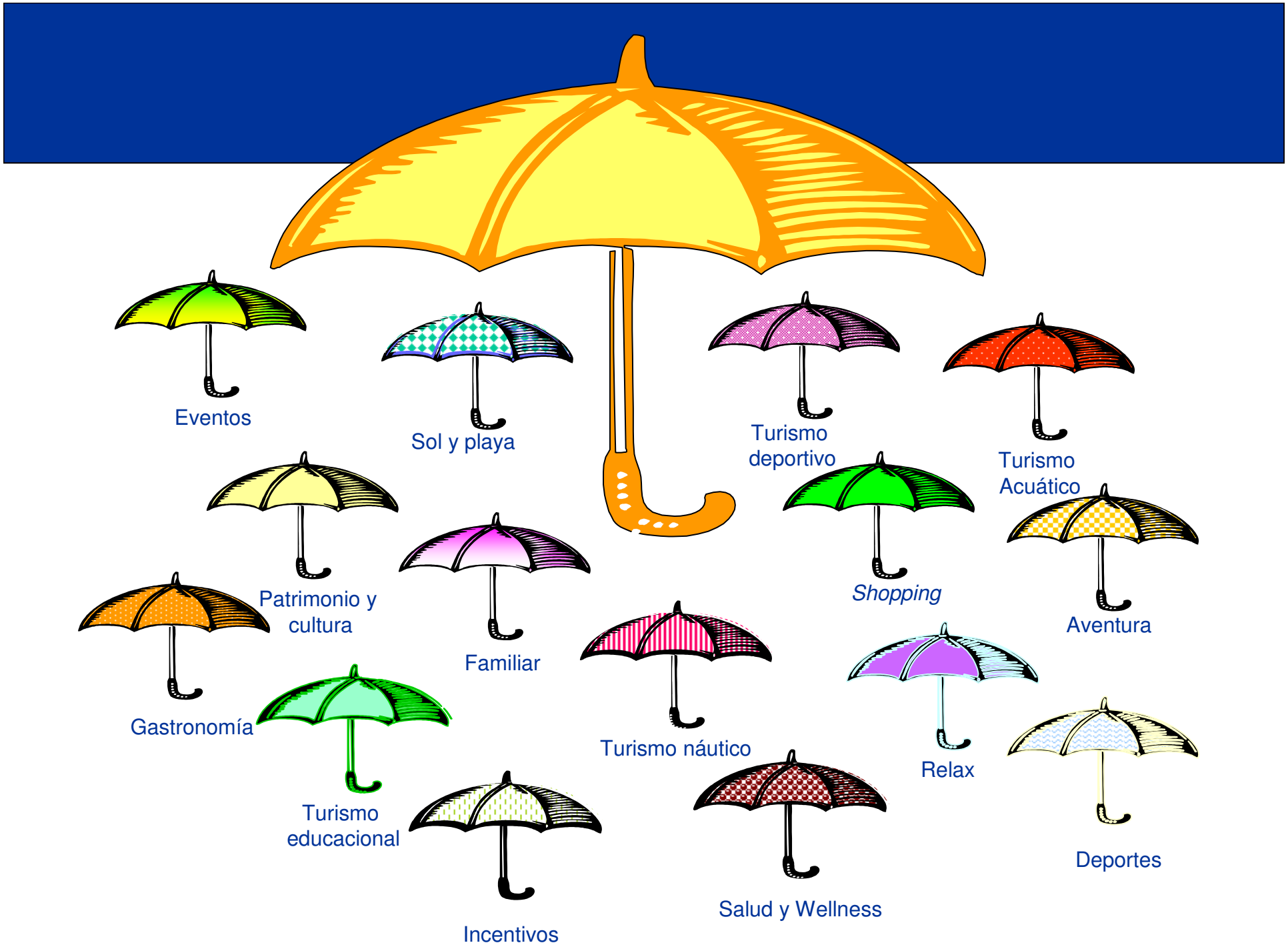
Capital social como factor de unidad de producción: como un reductor de los costes de transacción (sobre la base de la confianza) y como reductor de los costes de seguimiento y control (la responsabilidad de cada uno respecto al resto)

Vuelo de Ganso

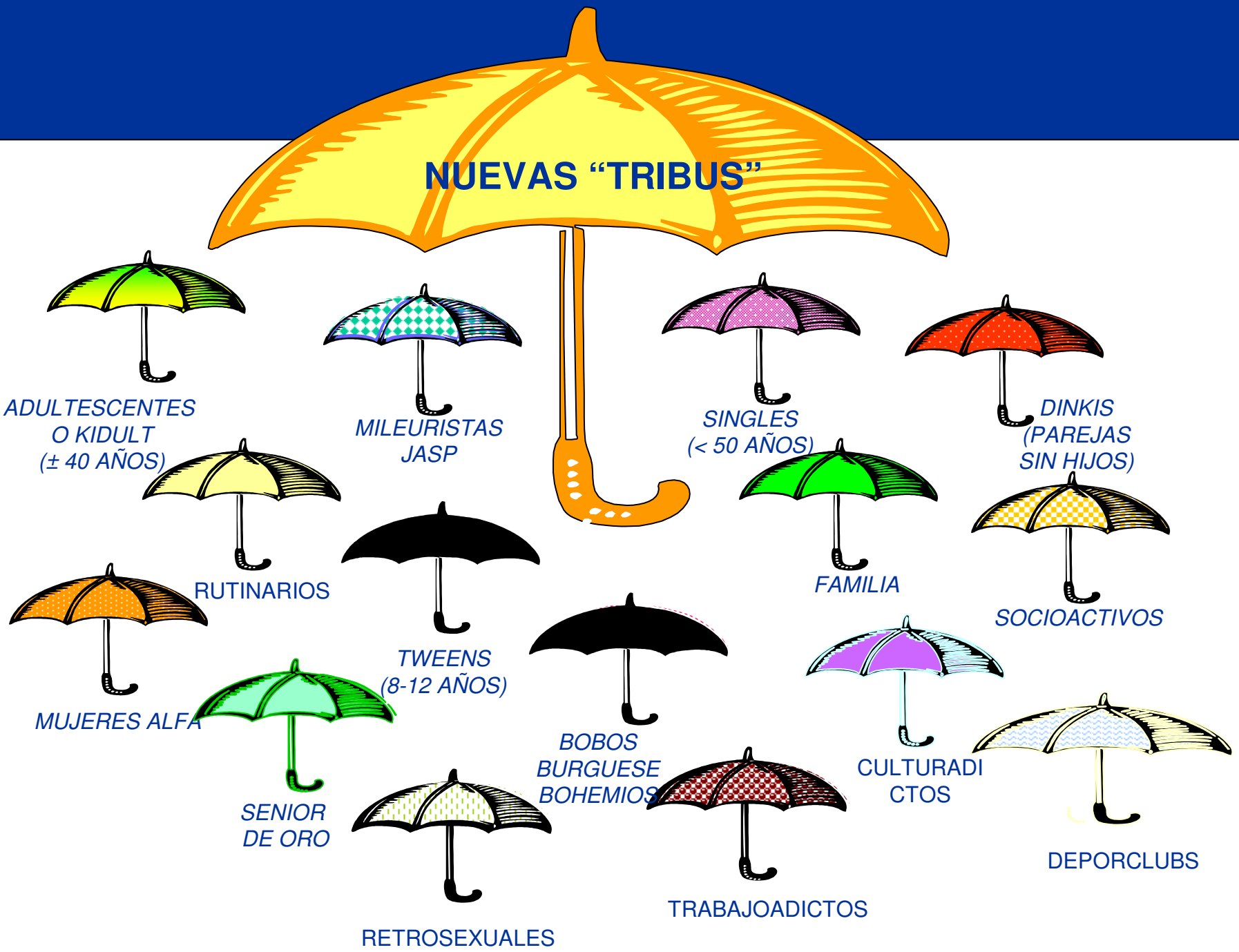
vs.

Guerra de Cangrejos




Eventos
Sol y playa
Turismo deportivo
Turismo Acuático
Patrimonio y cultura
Familiar
Shopping
Aventura
Gastronomía
Turismo náutico
Relax
Turismo educacional
Deportes
Incentivos
Salud y Wellness

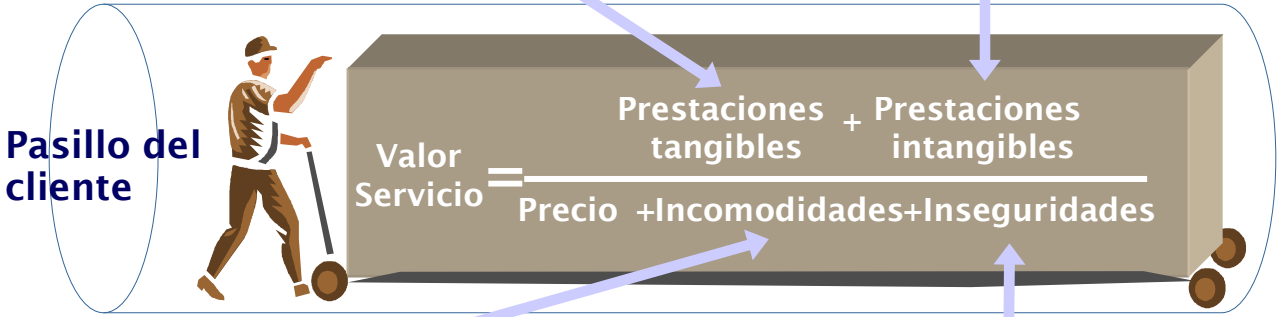
NUEVAS "TRIBUS"



RECUPERACIÓN DE DESTINOS DEGRADADOS:
En el núcleo de la recuperación del destino debe estar la satisfacción del cliente con sus servicios motores

- Alojamiento "ad hoc" a las expectativas
- Limpieza de las playas y calidad del agua
- Entorno natural cuidado y no contaminado
- Transporte moderno y restauración variada
- Productos típicos de la zona

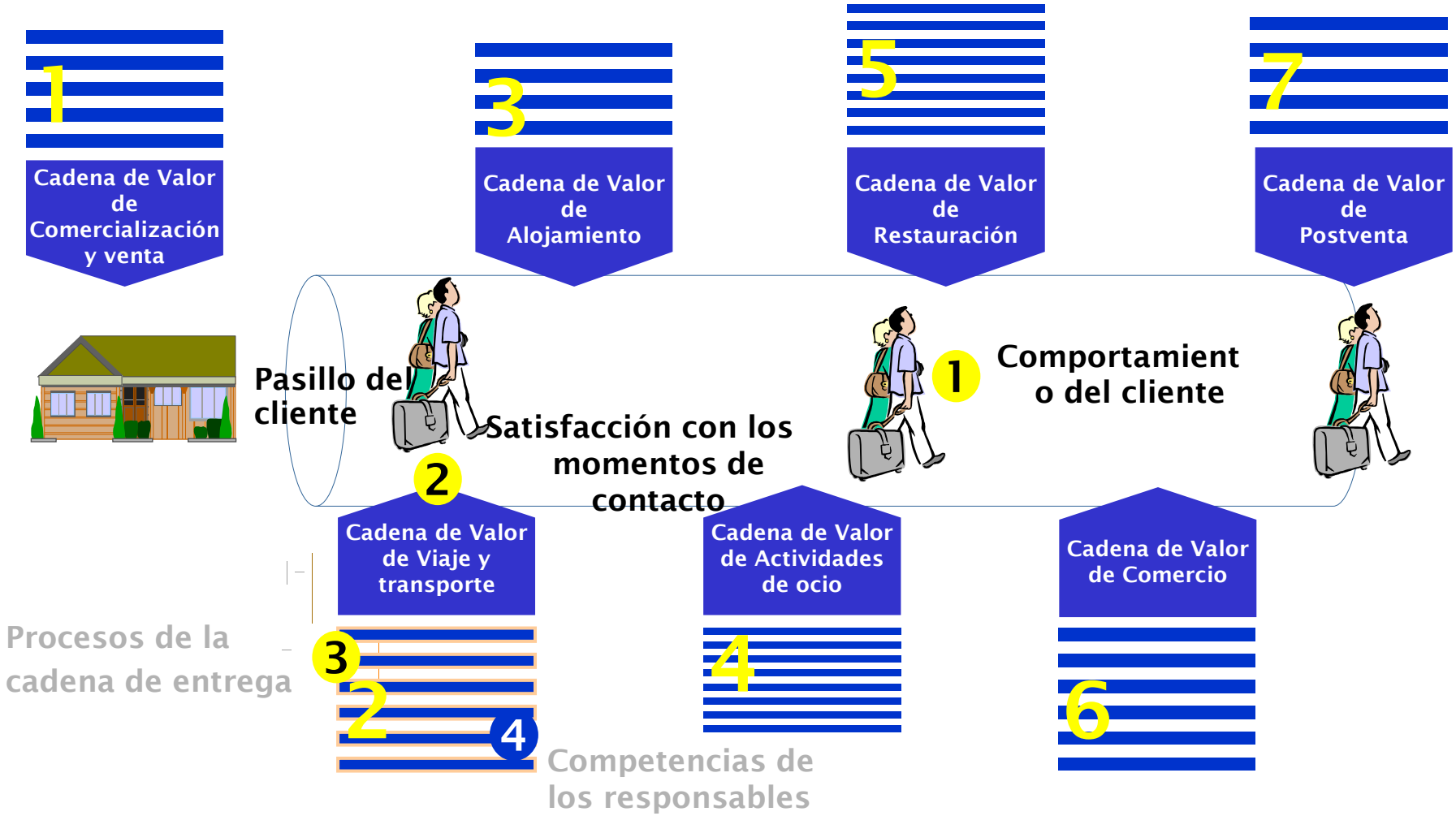
- Amabilidad de los empleados
- Hospitalidad de los lugareños
- Atención a los pequeños detalles
- Trato personal



- Paquetes integrados de turismo y ocio
- Información centralizada
- Fácil localización de servicios
- Garantías de nivel de servicio

- Atención primaria rápida y acceso a Hospitales
- Seguridad ciudadana

La recuperación necesita de una actuación integral para cumplir las expectativas del cliente en las 7 cadenas de valor del destino



Para evitar el declive de los destinos Indicadores

- Disminución de llegadas de visitantes.
- Reducción de la duración de la estancia media.
- Disminución del gasto promedio por turista.
- Reducción del ritmo de creación de nuevas empresas.
- Decrecimiento del porcentaje de turistas repetidores.
- Estacionalidad más acentuada.
- Aumento de problemas de seguridad para los turistas y sus bienes.
- Aumento de las quiebras o cierres de empresas.
- Actitudes negativas de la población local.
- Crecimiento basado en “arreglos” de corto plazo más que en soluciones de largo plazo.

Para evitar el declive de los destinos
Evolución del mercado turístico

- Turistas más experimentados, conocedores y exigentes.
- Búsqueda de entornos naturales no contaminados.
- Estandarización de la calidad.
- Más valor por esfuerzo (Sensaciones y Beneficios).
- Desarrollo de nuevos productos.
- Diferenciación o alto impacto.
- Autenticidad de los destinos.
- Más diversión para los jóvenes.
- Destinos multiopción.
- Hiperturismo más espacios artificiales.
- Viajes más profesionalizados, paquetes con más valor.

Factores de éxito del partenariado públlico--privado

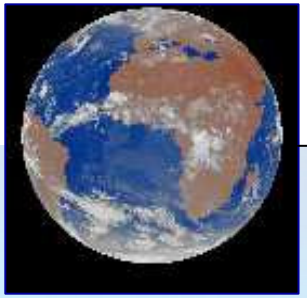
- Confianza mutua basada en la discusión tranquila de todos los asuntos
- Consenso y pacto
- Planificación estratégica sostenible elaborada con la
- presencia de ambos desde el origen de la planificación
- • Reparto generoso del poder en la gestión, con criterios
- privados
- • Aportaciones de fondos públicos y privados según los
- distintos modelos existentes y responsabilidad conjunta en la gestión

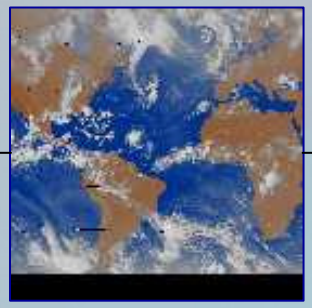
PROGRAMA RECUALIFICACIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS

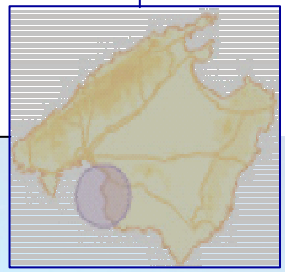
- OBJETIVO GENERAL
  - Impulsar la transformación de los destinos turísticos maduros para su adaptación a los nuevos requerimientos de la demanda y a la generaciónde un mayor beneficio económico, social y medioambiental

PLAN DE REFORMA INTEGRAL DE LA PLAYA DE PALMA

Localización







La playa de Palma a 10 minutos de la capital, cuenta con un fácil acceso a los principales pueblos de Mallorca, convirtiéndose en el emplazamiento ideal para todos aquellos que deseen disfrutar y conocer nuestra Isla.
Primera y última imagen de todos los que visitan la Isla de Mallorca, al tener en ella el aeropuerto que dista del área más alejada de la zona en 5 minutos.
Su consolidación y grandeza como destino turístico la ha convertido en el espejo de la Isla de Mallorca.

Situación pasada

La Playa de Palma a principios de siglo…

Situación actual

Nuevas exigencias de demanda

Playa de Palma

Hoy

Cambio

Playa de palma

Hoy

Nuevas exigencias

Cambio

Modernización

Reestructuración

Estética

Modernización

Reestructuración

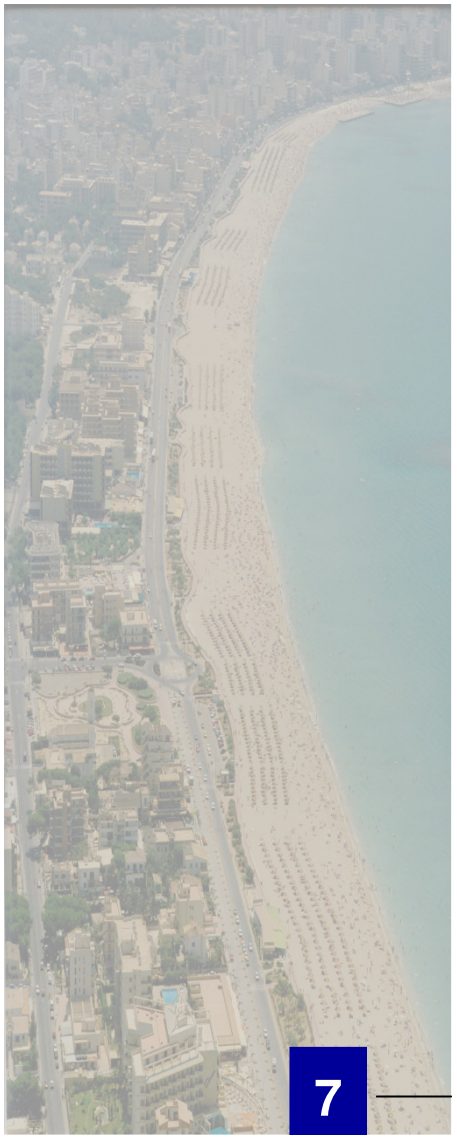
Estética

Presentación

1 Descripción actual del destino

1.1. Presentación

La necesidad de “diseñar un nuevo modelo” surge como consecuencia de su degradación como destino turístico, considerado en la actualidad como maduro. La constatación de la saturación del nucleo, el estado obsoleto de algunos de sus atractivos turísticos, la necesidad de renovación de la oferta, así como la amenaza que suponen otros destinos emergentes, remarcan la gran renovación que necesita el nucleo turístico para satisfacer las nuevas expectativas de los usuarios.



El órgano de gestión del Plan

CONSORCIO PARA LA MEJORA Y EMBELLECIMIENTO PLAYA DE PALMA

20 Diciembre 2004

MINISTERIO DE INDUSTRIA TURISMO Y COMERCIO
Secretaria de Estado de Turismo y Comercio

COMUNIDAD AUTONÓMA DE LAS ISLAS BALEARES
Conselleria de Turismo

AYUNTAMIENTO DE PALMA

AYUNTAMIENTO DE LLUCMAJOR

CONSELL INSULAR DE MALLORCA

La planificación del cambio

Criterios de la metodología

A.- Coordinación en la **GESTIÓN DEL PLAN**
B.- **COOPERACIÓN** público-privada
C.- Perspectiva **INTEGRAL**
D.- **DESARROLLO SOSTENIBLE**
E.- **PARTICIPACIÓN SOCIAL**
F.- **CONTINUIDAD** del Plan

Un nuevo modelo

Restauración

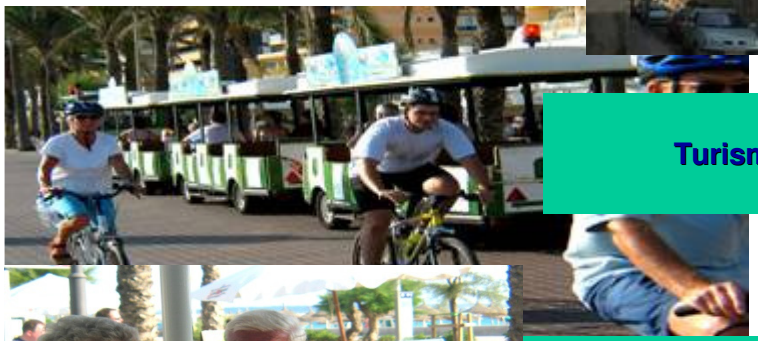
Medio natural

La cultura

Seguridad

Diferenciación

Modernización



Turismo deportivo

Información

Ocio

Estrategia

Atención al cliente

La definición de los instrumentos e ideas de ordenación necesaria para la reconversión turístico-urbanística de la playa de Palma

Criterios

- **Desarrollo urbanístico sostenible, dirigido a la utilización racional del territorio y del medio ambiente**
- **Preservación de los recursos naturales y de los valores paisajísticos, históricos y culturales**

1. Sistema de movilidad
2. Sistema residencial urbano
3. Sistema turístico
4. Sistema verde
5. Sistema de equipamientos

PLATJA de PALMA
CONSORCI

Concurso Internacional de Ideas

www.PLAYA de PALMA2015.com
website oficial

- CONSORCIO PDP
- NOTICIAS
- PLIEGOS DE BASES
  - BASES ADMINISTRATIVAS
  - BASES TÉCNICAS
- INFORMACIÓN URBANÍSTICA
  - Información urbanística del ámbito de actuación
  - Estudio de posibles usos y recomendaciones al respecto
  - Catalogo de edificios y espacios existentes en el ámbito de actuación
  - Deslinde marítimo terrestre
  - Planos del ámbito
- DOSSIER FOTOGRÁFICO
- CONSULTAS TÉCNICAS
  - Foro
- LINKS DE INTERÉS
- SUGERENCIAS

CONSORCIO

El Consorcio para la mejora y el embellecimiento de la Playa de Palma se constituyó en fecha 20 de diciembre de 2004 mediante la firma de un convenio de colaboración suscrito por los siguientes miembros:

- El Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, mediante la Secretaría de Estado de Turismo y Comercio
- La Comunidad Autónoma de las Illes Balears, mediante la Conselleria de Turismo.
- El Consell Insular de Mallorca.
- El Ajuntament de Palma.
- El Ajuntament de Llucmajor

Su objetivo es llevar a cabo el conjunto de actuaciones necesarias para el desarrollo turístico de la Playa de Palma.

NOTICIAS

PUBLICADAS EN BOIB ANUNCIO CONTRATACIÓN MEJORA ALUMBRADO *20/03/2007*

- 14-02-08
- Proyecto ganador: proyecto presentado por West8
www.west8.nl

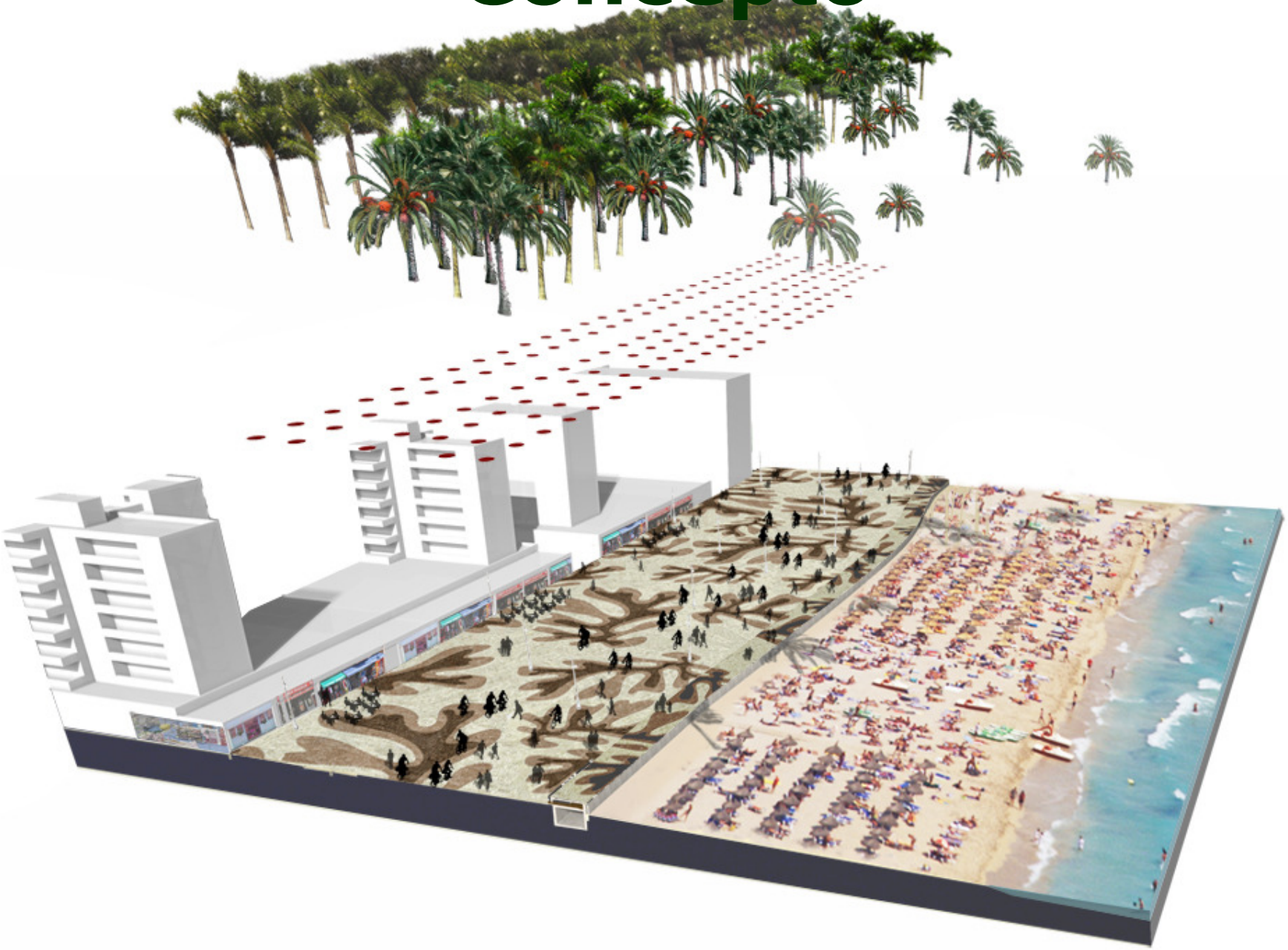
La respuesta a su identidad está en el paisaje litoral, en el de interior…

BRANDING / IMAGEN

Paseo de palmeras y playa

N.1 en playas de Europa!

Concepto



Croquis paseo de palmeras

N.1 en playas de Europa!

Croquis paseo de palmeras

Croquis de iluminación nocturn

Movilidad, transportes ecológicos

Bicis de alquiler

Branded bike rental

Tranvía – tren liger

Tram – Light train

Nuevo ambiente para el humed

Imagen de referencia

Situación existente

La Porciuncula

Canteras

Nuevo ambiente para la zona de canteras

Esquema prototipo transformación canteras

Atraer nuevos mercados turisticos emergentes; tercera edad, salud, cultura, deportes y bienestar.

Transformación canteras / Ambiente

Situación existente

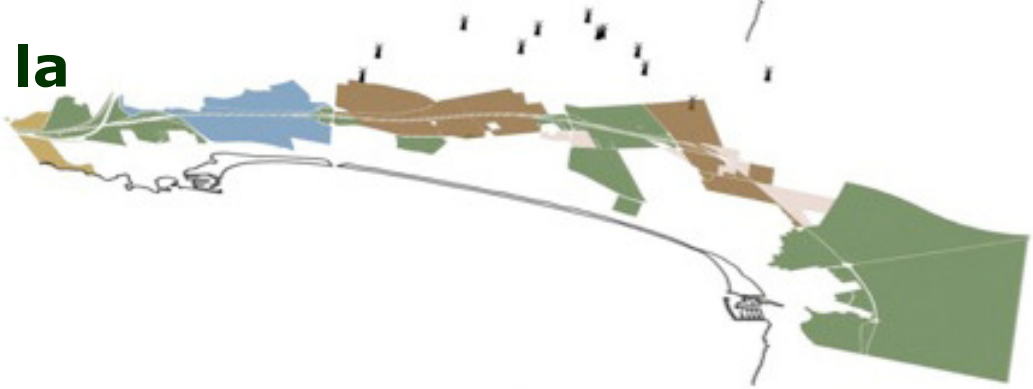
Nueva ambición para el torrente

Transformación del torrente / Ambiente

Actuaciones globales

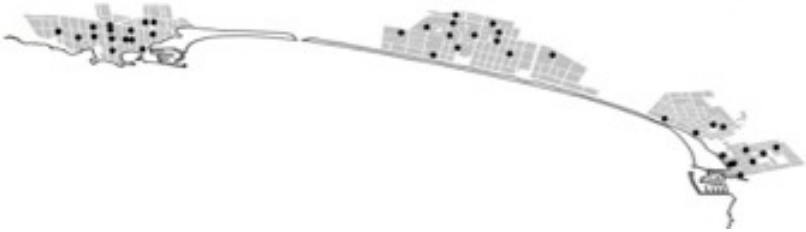
Calles mas verdes
Greening the streets

Cinturón verde a lo largo de la autovía
ning a green belt along the highway

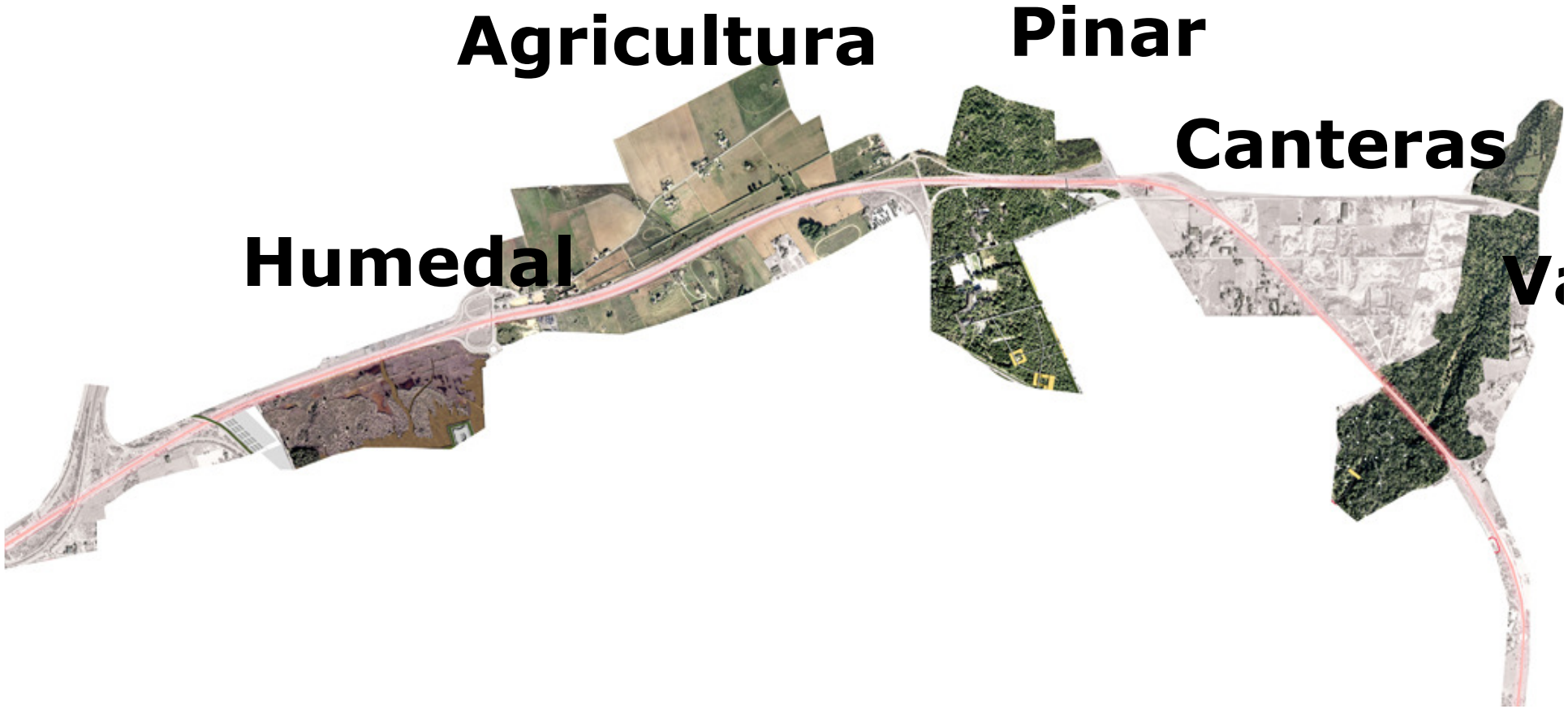


Zonificación / diversidad
Zoning / diversity

Puesta en valor
Putting in value



Una colección de paisajes…



- Desde el punto de vista urbanístico-territorial
  - Ordenar el territorio y gestionar su desarrollo para preservar y hacer compatible el espacio turístico con el resto de usos del suelo
  - Integrar los proyectos municipales de ordenación urbanística en estrategias turístico-territoriales de la zona adecuando los niveles y ritmos de ocupación del territorio a la capacidad de carga territorial y la respuesta de la demanda

- En el ámbito de diversificar y diferenciar la oferta
  - Invertir en la recuperación del patrimonio y los valores culturales que reflejan la identidad de los destinos y en equipamientos con capacidad de complementar la experiencia y atraer un turista de mayores efectos multiplicadores
  - Invertir en el medio ambiente, la ecología como filosofía de la zona

- En el ámbito del cambio del modelo de negocio
  - Creación de un marco normativo (legal y fiscal) que favorezca la adaptación de las infraestructuras turísticas a la nueva demanda
  - Creación de ayudas y estímulos para la mejora de las infraestructuras turísticas
  - Producción de valor: desarrollo de nuevos equipamientos que añadan valor al destino y que favorezcan el sistema experiencial
    - Wellness
    - Sports
    - Cultura
    - Etc

- En el ámbito del cambio del modelo de negocio
  - Plan de comunicación
  - Marketing interno (cliente interno)

- En el ámbito de la gestión del destino turístico
  - Avanzar en la cooperación inter e intra administrativa e integrar al tejido empresarial y la sociedad local en la gestión del destino
    - Creación de una agencia de desarrollo local
    - Creación de una agencia de gestión de la playa de Palma

- Necesidad de un marco urbanístico especial
- Necesidad de un sistema de gestión urbanística especial
- Necesidad de un marco normativo favorable y facilitador para los inversores privados
- Financiación de ayudas públicas
- Partenariado
- Inversiones mixtas privadas-públicas
- etc

El Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol. Plan Qualifica

La justificación para afrontar

- Se necesitan mejoras trascendentales en las redes de infraestructuras, para hacer frente a las necesidades de la población que realmente habita en la Costa del Sol, independientemente de la población censada.

- Se están produciendo cambios en las motivaciones de la demanda que visita este destino.

- Están apareciendo nuevos segmentos con una especial proyección en el sector turístico de la Provincia.

- Aparición con fuerza de otros destinos turísticos de sol y playa competidores a la Costa del Sol, como Turquía, Túnez, Egipto, Croacia, ...

- Aumentar el bienestar social, tanto de los turistas que visiten este destino como de los propios residentes de la Provincia.

- Aumentar la rentabilidad, tanto privada como pública, que genera el sector turístico, desde los puntos de vista del beneficio empresarial, del empleo y del efecto arrastre sobre otros subsectores de la economía provincial.

- Garantizar un desarrollo de la actividad a largo plazo compatible con el medio ambiente, desarrollando actuaciones que mejoren el entorno desde sus puntos de vista natural, urbano, cultural, etc., en definitiva conservando la identidad del destino y sus recursos autóctonos.

Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

AGOTAMIENTO DEL CICLO TURÍSTICO

La histórica falta de planificación territorial (planes territoriales), las debilidades de los procesos y la laxitud urbanística local, la lógica "cortoplacista" y los altos ritmos de desarrollo, está condicionando estratégicamente la sostenibilidad, la calidad integral y la rentabilidad estratégica del desarrollo territorial, turístico y residencial, malagueño.

Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

AGOTAMIENTO DEL CICLO TURÍSTICO

Consecuencias e impactos sobre los municipios costeros:

- **Un exceso de presión sobre los recursos naturales y los ecosistemas costeros**
- **Sucesivas crisis en los servicios infraestructurales.**
- **Estrangulamientos crónicos de la movilidad a todas sus escalas.**
- **Un "mix" de tipologías de alojamiento – turísticas y residenciales, regladas y no regladas – que responden más a la generación de beneficios a corto plazo**
- **Una visión excesivamente limitada sobre el concepto de la calidad turística y residencial**

Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

LAS CONDICIONANTES DEL CRECIMIENTO: LA RUPTURA DEL EQUILIBRIO

- **PERDIDA DE RENTABILIDAD EMPRESARIAL**

El ritmo de crecimiento tan elevado observado en plazas hoteleras, están conllevando un problema de sobre-oferta. Como resultado de este alarmante proceso, desde 1999, se viene produciendo una caída constante en los niveles de ocupación hotelera.

Si la oferta como la demanda continúan los ritmos de crecimientos de los últimos seis años, el resultado no sería nada halagüeño, esperándose unos grados de ocupación inferiores al 30%

Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

LAS CONDICIONANTES DEL CRECIMIENTO: LA RUPTURA DEL EQUILIBRIO

- **RENTABILIDAD SOCIECONOMICA**

Los distintos análisis realizados, indican la <u>mayor rentabilidad de las plazas hoteleras de calidad, frente a las de segunda residencia</u>, tanto desde el punto de vista de generación de empleo y riqueza, como de continuidad a medio y largo plazo

Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

LAS CONDICIONANTES DEL CRECIMIENTO: LA RUPTURA DEL EQUILIBRIO

- **PERDIDA DE SEÑAS DE IDENTIDAD**

La Costa del Sol está perdiendo sus señas de identidad y se está supeditando y adaptando a las costumbres y tradiciones de nuestros visitantes, "olvidando" la autenticidad sociocultural de la propia sociedad malagueña. Esta pérdida de identidad no es deseada ni por la población local, ni por los turistas, que buscan los elementos patrimoniales y artísticos de las zonas turísticas.

. Diagnóstico

PRINCIPALES CONCLUSIONES DEL DIAGNOSTICO CUALITATIVO

CAMBIO DEL MODELO IMPERANTE

No habrá cambio real del modelo territorial sin un gran pacto institucional por el turismo, en el que concurran las principales instituciones regionales, provinciales y locales, y sustentado en un convencimiento y respaldo activo por parte de los principales actores empresariales y sociales malagueños.

MUCHAS GRACIAS

fsastre@uib.es