LABORATORIO del TURISMO LOCAL EN ANDALUCÍA

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

DEFINICIÓN

El desarrollo del **turismo sostenible** responde a las necesidades de lo/as turistas y de las regiones, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro.

Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfagan todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida.

Así, cualquier actividad turística (rural, deportiva, cultural, etc.) que implique la conservación de los recursos y la biodiversidad, la preocupación por el impacto ambiental y la distribución de los beneficios entre la comunidad local, podrá englobarse dentro de la categoría de **Turismo Sostenible**. (OMT)

MARCO DE PLANIFICACIÓN

Andalucía

El Estatuto de Autonomía de Andalucía, aprobado por Ley Orgánica 2/2007, de 19 de marzo, establece en su **artículo 37** que el turismo es un elemento económico estratégico de Andalucía y que, en consecuencia, **el fomento de esta actividad actuará como principio rector de las políticas públicas orientadas a garantizar y asegurar el ejercicio de los derechos reconocidos en el capítulo II del Estatuto y alcanzar los objetivos básicos establecidos en su artículo 10.**

El artículo 92 del Estatuto establece **las competencias propias** de los municipios sobre unas determinadas materias, entre las que se encuentra la promoción del turismo.

En el **artículo 197** del Estatuto se especifica de manera expresa que ***"los poderes públicos de Andalucía orientarán sus políticas especialmente al desarrollo del turismo sostenible, la protección del litoral y la red de espacios naturales protegidos, así como al fomento de una tecnología eficiente y limpia",*** lo que constituye un mandato para que la planificación y la ordenación de la actividad turística se realice con criterios de máxima sostenibilidad.

MARCO DE PLANIFICACIÓN

Andalucía

En su desarrollo, **la Ley 5/2010, de 11 de junio**, (LAULA), atribuye a los municipios competencias de promoción del turismo incluyendo:

- La promoción de sus recursos turísticos y fiestas de especial interés.
- La participación en la formulación de los instrumentos de planificación y promoción del sistema turístico en Andalucía.
- El diseño de la política de infraestructuras turísticas de titularidad propia.

PUNTO DE PARTIDA

La evolución reciente del fenómeno turístico forma parte de la actual *fase de aceleración e intensificación de los procesos de globalización*, del actual contexto de crisis y del escenario tendencial de transformación de la cultura, el trabajo y el ocio, en el marco del paradigma de la sostenibilidad.

En este escenario, el turismo constituye **un factor conformador de la nueva sociedad y del modelo territorial.**

Los cambios que se han dado a principios del XXI en la demanda y en la oferta turística han propiciado la aparición de *un nuevo escenario turístico*, con la incorporación de nuevos lugares y nuevos productos, al tiempo que han cuestionado la hegemonía del modelo convencional y de los destinos turísticos tradicionales. **La necesidad de conocimiento para una mejor comprensión del nuevo escenario supone un reto.**

TURISMO, TERRITORIO Y ACCION LOCAL

El turismo como actividad económica, o como propuesta de valorización social de un espacio tiene una relación directa con el territorio. Territorio entendido como ***ámbito de administración y gestión del espacio pero sobre todo como construcción social de sentidos y significados, como espacio de vida y como recurso*.**

El territorio se ha transformado en **una referencia permanente de identidad de los pueblos, generadora de cohesión, y este significado toma referencia tanto en aspectos naturales, como culturales, económicos o sociales**.

Se refiere igualmente a **una estética del espacio**, que debe hacerse consciente para protegerla, desarrollarla o mejorarla. Es asimismo **ámbito de convergencia** donde se materializan las políticas públicas de diferentes escalas articulándose en mayor o menor medida con las demandas locales en marcos de mayor o menor autonomía.

ACTORES Y SUJETOS

A partir de las múltiples relaciones que se establecen entre **turismo, territorio y sociedad** podemos decir que impulsa a:

- ***Especificarse***, no solo en la imagen que lo representa, sino en las propuestas que en lo productivo cultural o social construye.

- ***Identificarse***, obliga "reinterpretar" la historia, las relaciones con la naturaleza, el patrimonio, los modos de vida y los sistemas productivos, acentuando lo local como parte de lo universal. Transformado el habitante en un "partenaire" es decir <u>un actor involucrado y consciente</u>.

ACTORES Y SUJETOS

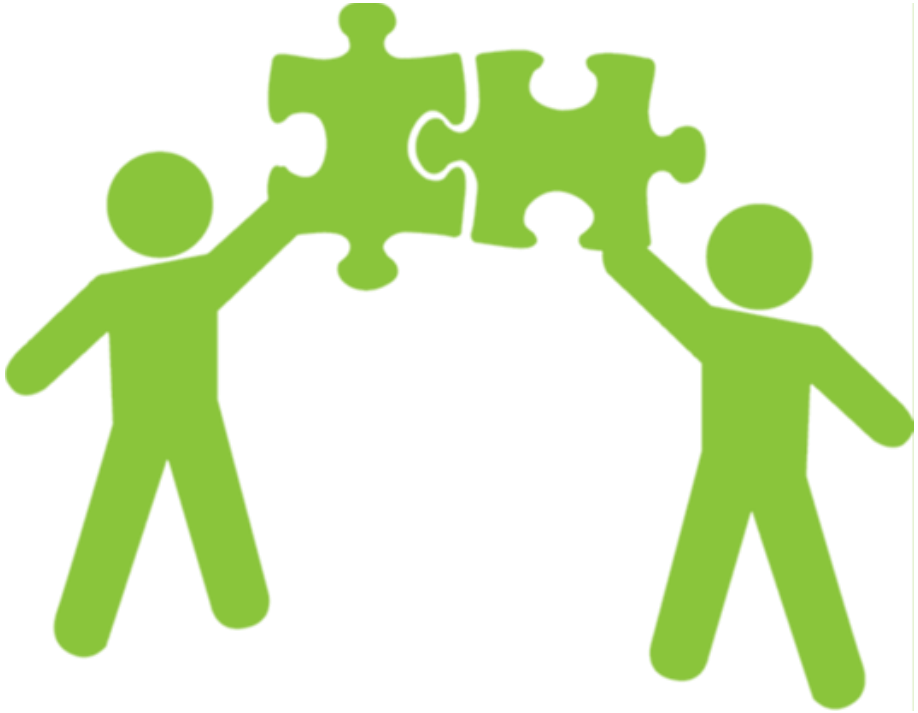
- ***Realizar un esfuerzo por obtener el "reconocimiento" externo***. Reforzar las imágenes y representaciones que los turistas, visitantes o simplemente los habitantes de otros lugares se hacen, de este espacio y su naturaleza y su gente aún sin conocerla. Esta construcción del "reconocimiento" depende de todos, porque todos somos portadores y transmisores de mensajes, en la actividad productiva, el comercio, los servicios, las actividades de gobierno o el simple hecho de vivir en el Partido o la localidad.

- ***Patrimonializar,*** asumir como propios y considerarlos como un bien común, aquellos aspectos susceptibles de inscribirse en un proceso de turistificación.

ACTORES Y SUJETOS

- ***Dinamizar y valorizar múltiples sectores de la actividad económica y social.*** La cadena de valor del turismo es posiblemente una de las más complejas y puede extender su influencia a múltiples actividades insertas en un territorio.

- ***Integrar escalas territoriales demandando autonomía desde lo local.*** El espacio del turismo involucra múltiples escalas de acción, tanto para la acción privada como la acción publica que se resuelven en un ámbito local que debe articular y transformar tensiones. Actuando en ámbitos locales la perspectiva integrada del desarrollo se impone.



ASUMIENDO EL RETO

¿POR QUÉ?

El turismo se encuentra en una fase de desarrollo que demanda cada vez más condiciones de **“desarrollo social integrado”**. Al mismo tiempo su integración con la recreación, la animación territorial y los procesos identitarios locales y regionales, induce a reorientar su análisis en términos de gobernanza, *como forma de articulación de la acción pública, la acción privada y la acción colectiva.*

¿CÓMO?

"El concepto gobernanza hace referencia **a la creación de redes de cooperación y coordinación entre los actores directa e indirectamente implicados en la cadena de valor del turismo**, que se caracterizan por tener sus propias reglas y normas. En otras palabras la gobernanza se traduce en ***concertación de actores***". **(Bustos Cara, 2008).**

"Entendemos por "gobernanza turística" **todos los procesos de decisión público-privados que van a mejorar la gestión de los conflictos de intereses que se producen de forma inevitable en el turismo.** Esto hace que sea necesario establecer espacios de relación entre los diferentes actores, mejorar la toma de decisiones colectivas, establecer sistemas de trabajo conjunto entre todos los actores afectados y diseñar nuevos procesos de gestión y desarrollo". **(María Velasco, 2010)**

GOBERNANZA

La gobernanza supone reconocer la existencia de ***"ámbitos de dependencia mutua"*** que cruzan las fronteras formales instituidas. En estos nuevos espacios conviven y se superponen nuevas formas con formas tradicionales.

Como cualquier factor de innovación son apuestas por encontrar **soluciones creativas a problemas complejos**. Y como cualquier dinámica que se base en el trabajo entre personas, los factores críticos son la construcción y el mantenimiento de la confianza, del compromiso y de las dinámicas de negociación.

INNOVACIÓN
SOSTENIBILIDAD
EQUIDAD

INNOVACIÓN

La innovación es hoy:

- **Una tendencia para competir y permanecer vigentes**. Además la innovación se convierte en la principal herramienta para solucionar los diversos desafíos a los que se enfrenta el mundo.
- **Innovar es transformar**, hacer algo de una forma diferente y mejorar con ello el mundo, aunque sea en un aspecto mínimo.
- La **innovación puede entenderse como el motor que transforma las ideas en valor**, en algo que consigue generar resultados positivos para todas las partes implicadas.

"Lo importante es innovar para generar proyectos sostenibles que permitan transformar la vida de las personas".

¿CON QUIEN?

GOBIERNOS LOCALES

AUTORIDADES REGIONALES Y NACIONALES

UNIVERSDIADES

AGENTES ECONOMICOS Y SOCIALES

EMPRESAS

PERSONAS EXPERTAS

ONGs

LABORATORIO del TURISMO LOCAL EN ANDALUCÍA

Objetivos:

- **Transferir conocimiento** en beneficio de la acción local contribuyendo a la mejora de los servicios públicos.
- **Cooperar en el diseño de estrategias locales de turismo**, mediante:
  - La recogida de datos (cuantitativos y cualitativos)
  - La puesta en valor del conocimiento, la formación& la capacitación
- **Actuar como un centro de innovación** para repensar nuevas maneras de abordar el presente y el futuro del sector.
- **Establecer puentes entre el ámbito turístico y el tecnológico**, ayudando al desarrollo de nuevos proyectos locales para cooperar en la transición hacia la economía digital/circular (generando escenarios para el estudio, análisis y testeo).
- **Diseño de herramientas y procesos**.
- **Espacio de Reflexión y Debate**.

¿QUÉ SOMOS?

LABORATORIO del TURISMO LOCAL EN ANDALUCÍA

- Espacio de Trabajo & Reflexión entre Iguales
- Generador de Conocimientos, Instrumentos y Procesos
- Visibilizador de Buenas Practicas
- Herramienta para la Toma de Decisión & La Buena Gobernanza

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

AREAS DE ACTUACION

LABORATORIO del TURISMO LOCAL EN ANDALUCÍA

¿EN QUÉ ENTORNO?

LABORATORIO del TURISMO LOCAL EN ANDALUCÍA

ÁREAS DE ACTUACIÓN

GRUPOS MOTORES | ACTORES CLAVE

↓

ESPACIO VIRTUAL

(HERRAMIENTAS TICs)

↓

REUNIONES PRESENCIALES

VALIDACIÓN & TRANFERENCIA

DECLARACIÓN DE ATENAS
De la Comunidad INTERREG-MED sobre Turismo Sostenible

4 y 5.10. 2017: *"Hacer un turismo más sostenible: compartiendo metodologías de acción conjunta".*

Aspiramos a alcanzar los siguientes cuatro objetivos para finales de 2019:

1) Preservar el turismo en la región Mediterránea de las presiones que soporta.
2) Aumentar el atractivo y la oferta turística en la región mediterránea.
3) Fortalecer las prácticas de planificación y gestión hacia un turismo sostenible.
4) Construir una comunidad fuerte de proyectos y participes.

Muchas Gracias

FEDERACIÓN ANDALUZA DE MUNICIPIOS Y PROVINCIAS

Teresa Muela Tudela
Secretaria General FAMP
http://www.famp.es
tmuela@famp.es