



14.2.4 - L'oferta turística bàsica I

Recursos turístics

Un dels objectius que es persegueix en aquests moments a qualsevol territori és el de **valoritzar** tots aquells **actius tradicionals** dels municipis per oferir-los com a nous productes turístics.

A més dels atractius turístics més evidents, relacionats amb el patrimoni arquitectònic i les tradicions festives, hi ha **altres possibles recursos** per a atreure turistes d'un caràcter més intangible però no per això menys importants. Són els que fan referència als paisatges, a la qualitat del medi, a la tranquil·litat o fins i tot a la producció rural.

Tots aquests recursos poden constituir punts forts per a la nostra destinació, i per això és imprescindible realitzar un **inventari de recursos** de la nostra destinació.

Un inventari de recursos suposa un esforç considerable per identificar i avaluar tots els actius potencials dels quals disposa el territori. Els recursos potencials solen classificar-se per qüestions pràctiques, segons la seva tipologia. Les agrupacions més usuals són:

- Recursos relacionats amb el **medi natural**.
- Recursos relacionats amb el **medi cultural**.
- Recursos relacionats amb **equipaments i estructures**.

Tots poden ser tangibles o intangibles (per exemple, una llegenda). El segon grup abasta pràcticament tot allò relacionat amb la cultura humana i es diferencia del tercer grup en què aquest genera recursos que poden donar lloc a l'atracció de visitants vinculats als altres dos grups d'oferta bàsica. Com a exemple, podem fer referència a un restaurant de tres estrelles Michelin, que esdevé un atractiu, a més d'una estructura turística, o un equipament esportiu singular, que també pot generar atractivitat per ell mateix.

Una altra cosa que també és important a l'hora d'analitzar l'oferta turística bàsica és que no solament hem de fixar-nos en el que tenim, sinó que hem d'analitzar, també, **l'estat en què es troben els elements de l'oferta**.

És freqüent que la detecció d'un nou recurs turístic generi moltes més expectatives que les que realment té com a element d'atracció de visitants.

En moltes ocasions, especialment quan es tracta de patrimoni, el **procés de convertir un recurs inexplorat en un atractiu adequat per al turisme**, amb tots els serveis adients al seu entorn, necessita **inversions importants** i uns **terminis bastant llargs** fins a la seva concreció.

Cal, doncs, que **no ens precipitem** a l'hora d'incloure en la nostra oferta recursos que no estiguin preparats per a l'ús turístic, perquè podríem crear un efecte de rebuig en els turistes que aconseguíssim atreure.



14.2.5 - L'oferta turística bàsica II

Les estructures turístiques

Abasten el conjunt de serveis específicament utilitzats pels turistes per aconseguir una estada satisfactòria a la destinació. Inclouen, fonamentalment, els serveis d'**allotjament** i els de **restauració**, si bé podríem incloure altres serveis i estructures, com els de les agències de viatges receptives, les empreses d'activitats o les empreses de lloguer de vehicles.

L'ús turístic dels allotjaments i la seva tipologia determinen el perfil de la destinació en gran mesura. D'aquesta forma, podríem diferenciar entre destinacions amb estades de turistes de més d'una jornada, és a dir, amb ús d'estructures d'allotjament, i destinacions de visita de dia, on l'allotjament no és representatiu. Qualsevol destinació litoral encaixaria bé en el primer perfil, mentre que molts llocs amb un únic actiu cultural de gran valor podrien fer-ho en el segon grup. El monestir de Montserrat, El Escorial, les coves d'Altamira o el castell de Loarre es troben en aquest segon grup, on, si bé els fluxos de visitants poden ser elevats, la visita sol tenir una durada inferior a la jornada i no hi ha una infraestructura d'allotjament equivalent al flux de visitants.

Els **allotjaments** marquen, a més, l'**especialització** de la destinació pel que fa a una part destacada del negoci turístic. És clàssica la distinció al litoral entre destinacions hoteleres, destinacions d'acampada i destinacions d'apartaments. Tot i que el més comú és la presència de tots tres grans grups d'allotjaments, el domini d'un o altre grup en marca l'especialització. Hi ha destinacions que tenen una evident vocació per un determinat tipus d'allotjament, com els espais urbans on el domini hotelier és aclaparador. En altres, com els esmentats espais litorals o de muntanya, la vocació és molt més àmplia, i permeten tota mena d'allotjaments.

A les zones rurals, hi domina una altra mena d'allotjaments: els d'**agroturisme**, consistents en el lloguer d'habitacions o cases dins de les explotacions rurals. No formen part de l'allotjament hotelier, sinó que tenen una idiosincràsia específica que marca fortament el posicionament de la destinació i la tipologia del visitant.

Altres formes d'allotjament especialitzat, com els balnearis o les ciutats de vacances, són també formes de disposar d'un valor específic en la destinació.

De la mateixa manera que hem fet amb els recursos, també ara farem un inventari d'estructures turístiques a la destinació, per tenir clar quin és el punt de partida del nostre projecte de desenvolupament turístic. Convé que coneguem les característiques dels establiments pel que fa a dimensions, capacitat, categoria, serveis i preus i decidirem sobre el seu valor com a punt fort o punt feble.



14.2.6 - L'oferta turística bàsica III

Equipaments i serveis

Agrupen el conjunt d'**instal·lacions** de serveis públics del territori, així com els serveis públics.

El servei més comú en una destinació turística és el d'**informació als visitants**. Hem d'avaluar la qualitat i quantitat d'aquest servei, diferenciant les necessitats del servei en temporada alta i temporada baixa. Usualment, es manté un servei de base durant tot l'any i en temporada alta s'amplia amb instal·lacions mòbils i personal eventual. En tot cas, haurem d'avaluar l'**adequació del servei** a les demandes temporals.

Una de les tipologies d'equipament amb major demanda sol ser el de les instal·lacions de caràcter esportiu. Disposar d'**instal·lacions competitives** en aquest sentit pot fer que una destinació generi punts forts que suposaran avantatges competitiu decisius i una especialització evident.

L'altre gran grup d'equipaments amb capacitat d'ús turístic és el de **caràcter cultural**, com ara teatres o museus. En general, aquests equipaments no són concebuts per generar atractivitat turística, sinó per millorar la qualitat de vida dels habitants del territori, tanmateix, no hi ha dubte que poden ser, en la mesura del seu component d'atractivitat, equipaments que marquin el valor d'un territori. Als espais urbans els equipaments culturals conformen un dels actius a considerar en la seva competitivitat, essent menys rellevants en destinacions rurals.

Un dels equipaments que va tenint cada cop més importància en la mesura que es produeix el desenvolupament de l'activitat turística és el relacionat amb els **aparcaments**, un equipament relacionat amb els sistemes de transports i comunicacions que esdevé fonamental en la gestió turística de la destinació.

Cal recordar, a més, que els serveis de **seguretat** i els **sanitaris** són bàsics en una destinació turística i que sovint poden marcar la diferència entre una bona i una mala experiència. Cal dotar d'equipaments i serveis adequats per satisfer les demandes de la temporada alta.