



## 34.2.11 - La renovació del pla d'acció I

Un pla d'acció és, en definitiva, la **definició de la destinació turística tal com nosaltres voldríem que fos**, tenint en compte tota una sèrie de condicions internes i externes.

Podem dir, també, que el pla d'acció és la guia que ha de permetre que això sigui possible.

Però, alerta! Si no som capaços d'actualitzar contínuament aquest pla, **la nostra destinació pot estancar-se** i, seguint el seu cicle de vida, entrar en una fase de declivi.

Havent arribat a aquesta fase, la destinació es torna residual (cada cop té menys turistes) i els agents econòmics entren en una situació d'incertesa. Urgeix, aleshores, **una redefinició profunda, tant de la destinació com del seu pla**.

Hem de conèixer en cada moment en quina **fase del seu cicle de vida** es troba la destinació per poder actuar en conseqüència.

El cicle de vida de la destinació turística és **diferent en cada cas**. En pot variar, entre altres coses, **el ritme de creixement**. Hi ha destinacions, per exemple, que es desenvolupen molt lentament; però també n'hi que s'han de reinventar i reposicionar cada 10-15 anys, per exemple (la corba serà més curta en el temps).

### **Etapas de la vida d'una destinació turística**

- Fase d'exploració.
- Fase d'implicació.
- Fase de desenvolupament.
- Fase de consolidació.
- Fase d'estancament.
- Fase de declivi.



## 34.2.12 - La renovació del pla d'acció II

### Fase d'exploració

És el moment en què **alguns visitants es llancen a descobrir una destinació** poc o gens desenvolupada turísticament atrets, generalment, pels recursos naturals, els culturals...

El nombre de visitants és baix, així com el grau de desenvolupament d'aquests recursos, l'accessibilitat, els serveis, les infraestructures, els productes, la promoció, etc.

### Fase d'implicació

L'arribada d'aquests turistes engresca els agents locals, i emprenen iniciatives que fan augmentar el nombre de visitants. **Comença a desenvolupar-s'hi l'activitat turística.**

Aquest desenvolupament es pot fer d'una manera planificada o no. Però si el que es vol és una activitat sostenible i estable, que generi riquesa per a la destinació, aquest és el moment de començar a planificar el seu desenvolupament. És a dir, **és el moment de començar a dissenyar un pla d'acció.**

### Fase de desenvolupament

L'activitat turística es desenvolupa i la destinació es fa un lloc en el mercat. És un **moment d'expansió i creixement**. Durant aquesta etapa, es fan inversions per millorar les infraestructures, els serveis, els equipaments...

En aquest moment del cicle de vida, l'activitat turística pot arribar a causar desequilibris i impactes negatius en la destinació si el desenvolupament no s'ha fet d'una manera planificada i en un marc de sostenibilitat.



## 34.2.13 - La renovació del pla d'acció III

### Fase de consolidació

Quan una destinació entra en aquesta fase, és que ha aconseguit arribar al lloc que volia. S'aconsegueixen els objectius que s'havien fixat i el posicionament desitjat en el mercat. És un **moment de maduresa**.

### Fase d'estancament

Quan una destinació entra en una fase d'estancament, vol dir que **ja no pot continuar com fins al moment**. Aleshores, o es renova (i entra en una etapa de rejuveniment) o entra en la fase de declivi.

Una destinació pot arribar a aquesta situació quan, per exemple, sorgeixen altres destinacions, canvien les modes... És un moment en què es probable que toqui tornar a fer inversions. En tot cas, havent arribat a aquesta fase, és segur que haurem de **reorientar o replantejar els objectius i el posicionament**.

### Fase de declivi

Havent arribat a aquesta fase, la destinació es torna residual (cada cop té menys turistes) i els agents econòmics entren en una situació d'incertesa. **Urgeix, aleshores, una redefinició profunda**, tant de la destinació com del seu pla. Si és que no ho hem fet en la fase anterior (estancament).

### Quina és la clau per evitar que la destinació arribi a la fase de declivi?

Un cop arribem a la fase de consolidació, hem d'establir els mecanismes adequats per renovar el pla d'acció i, per tant, la destinació.

D'aquesta manera, després de la fase d'estancament, no entrarem en una fase de declivi, sinó en una etapa de rejuveniment. És possible, per exemple, que s'hagin de replantejar els objectius, o el posicionament. Pel que fa als productes, s'ha d'actuar de la mateixa manera.



Has finalitzat aquest punt de teoria.  
A continuació, torna al tauler i accedeix  
a la següent casella.