



Jornada Turismo y Sostenibilidad

"Diseño de proyectos en comunidades vulnerables"

Santiago Soler

Consultor - Banco Interamericano de Desarrollo y

National Geographic



DISEÑO DE PROYECTOS DE TURISMO SOSTENIBLE

El desarrollo sostenible de un destino de turismo cultural y su participación en la oferta turística Argentina debe integrar a la **comunidad local**, tanto en la conservación de los recursos culturales como en la oferta de servicios turísticos.

Principios del diseño de proyectos de turismo sostenible:

- Recursos culturales y naturales se conservan para su uso continuado en el futuro, al tiempo que reportan beneficios a corto plazo a la comunidad participante;
- El desarrollo turístico se planifica y gestiona integrando socioculturalmente a las comunidades locales;
- Se mantiene un elevado nivel de experiencia auténtica, y satisfacción de los visitantes;
- Los beneficios del turismo se reparten ampliamente entre toda la **población local**.



GRAFICO 1. Premisas generales implícitas en

AUTENTICIDAD CULTURAL ES UN DIFERENCIADOR COMPETITIVO

- El capital turístico incluye el patrimonio cultural y natural de un destino;
- Turismo cultural es una oportunidad en donde no existen otras alternativas de actividad económica;
- La producción y consumo son simultáneos en los países productores, ofreciendo más oportunidades para MiPyMEs locales;
- Es un sector que requiere fuertes inversiones en infraestructura y equipamientos, pero utiliza mano de obra local de forma intensiva;
- Contribuye a la reducción de la pobreza de **comunidades vulnerables** porque necesita de la red de proveedores de servicios locales que están integrados por la población local mayormente de bajos recursos;
- Los viajes y el turismo se han convertido en el mayor sector de la economía mundial, ya que generan un poco más de 10% del producto interno bruto mundial.

SOSTENIBILIDAD Y COMPETITIVIDAD

- La gestión de la **sostenibilidad** tiene que ver con la planificación y gestión racional de los recursos del territorio/destino (liderado por el sector público, participando la sociedad civil).
- La **competitividad** de un destino tiene que ver con la capacidad de los actores del destino de proteger y gestionar los atractivos turísticos, y de organizarse para estructurar y comercializar **productos diferenciados** (liderado por empresas turísticas y servicios públicos que forman parte del producto turístico).
- La producción turística es un proceso fragmentado: los diferentes componentes del producto están gestionados por actores diferentes. No obstante, el cliente compra y percibe la "experiencia de viaje" como un todo.
- La colaboración entre los diferentes actores a todos los niveles (público/público) es fundamental para diseñar proyectos basados en **culturas únicas locales** y su promoción efectiva en línea con la creciente segmentación de los mercados y de los canales comerciales de distribución.

NIVELES DE ACTUACIÓN

- **DESTINO:** liderado por el gobierno nacional y local, pero bajo gestión público-privada, se hace el relevamiento y planificación del uso de los activos y recursos de un territorio: mapas de activos, incluyendo atractivos culturales.
- **PRODUCTOS:** en base al uso posible de los activos del territorio que tienen potencial atractivo turístico, el sector privado hace un análisis de la demanda potencial de productos; y define los productos a desarrollarse, concebidos desde la demanda: características de los servicios necesarios, precios apropiados y nivel de calidad esperados.
- **SERVICIOS:** las comunidades locales proveen los servicios locales (alojamiento, gastronomía, guiatura, etc.) que agrupados en un itinerario y un precio terminan por definir los productos comercializables (paquetes) que se pondrán en los catálogos de los operadores.
- **PROMOCIÓN (del destino, productos y servicios):** es liderada y mayormente financiada por el sector público; y este forma alianzas con el sector privado el cual promocionará los productos y servicios provistos en el territorio.



GRAFICO 3. niveles de acciones

El **producto turístico** es el conjunto de atractivos naturales, históricos y culturales, etc. dentro de un **destino**, que cuentan con los servicios necesarios para su apreciación y disfrute por parte de turistas con determinadas características y expectativas y que son ofrecidos y adquiridos en el destino

El turista primero decide el **destino** (Mendoza) al que viajará, luego los **productos** (bodegas, ski, rafting, etc.) que contratará, y dentro de estos productos consumirá los **servicios** (alojamiento, transporte, gastronomía, guiatura) provistos por la población local.

ESQUEMA METODOLÓGICO PARA EL DISEÑO

“destino - producto - servicio - promoción”

- Conocer y entender el destino, sus oportunidades y limitaciones. Crear una base de datos y conocimiento georeferenciado y mapeable;
- Identificar los nichos de mercado potencialmente interesados en la oferta del destino y sus atributos;
- Diseñar productos turísticos (itinerarios) “ad hoc”;
- Identificar comunidades locales prestatarias de servicios potenciales en zona de influencia de los productos:
- Formar y capacitar a las comunidades locales prestatarias de servicios a lo largo de los itinerarios;
- Lanzamiento de la IMAGEN y promoción del destino en mercados nicho.

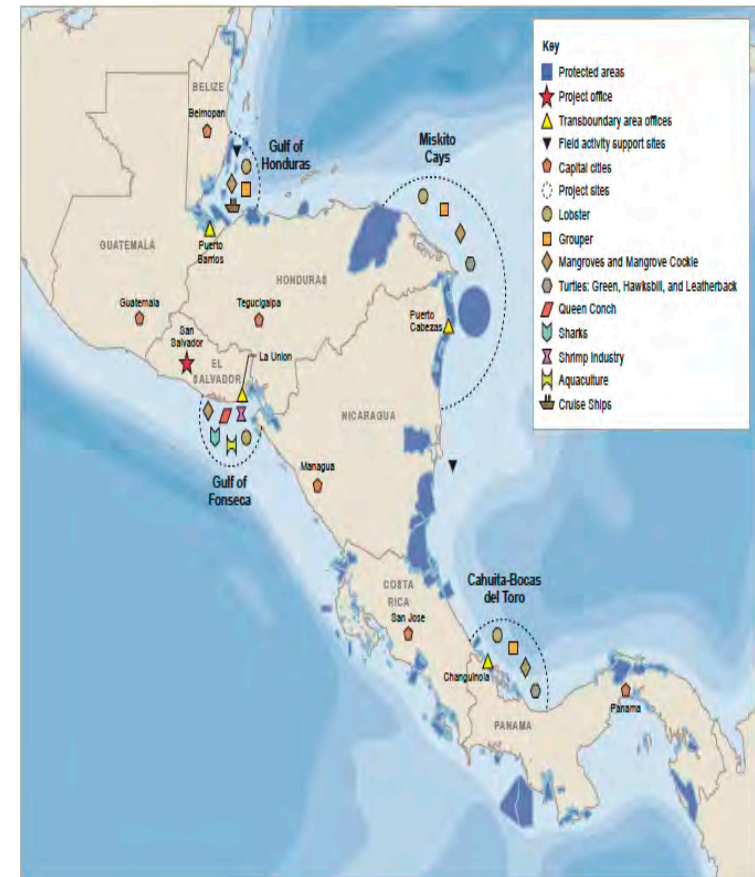


GRAFICO 6. secuencia del desarrollo de productos turísticos

(1) DESTINO

El desarrollo de un destino turístico siempre tiene un enfoque estratégico territorial de desarrollo económico local inclusivo:

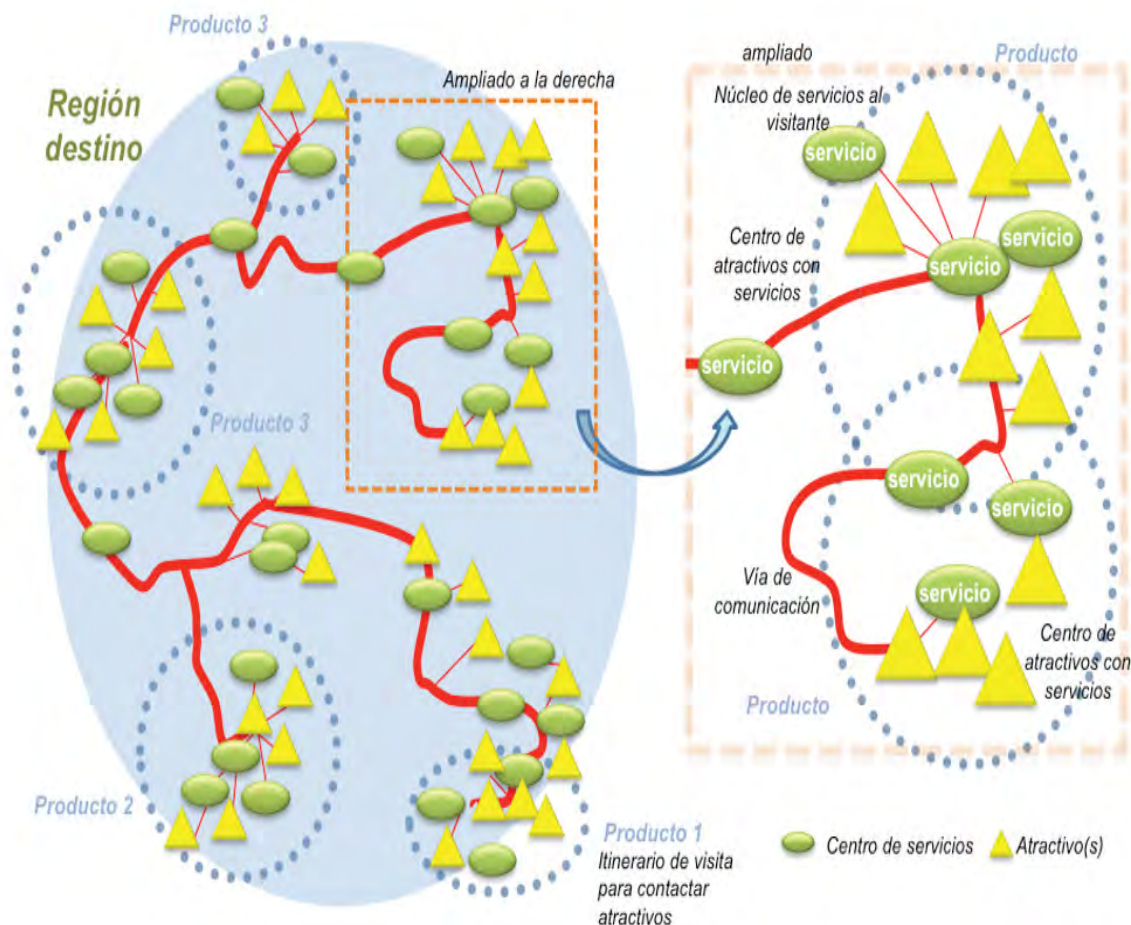
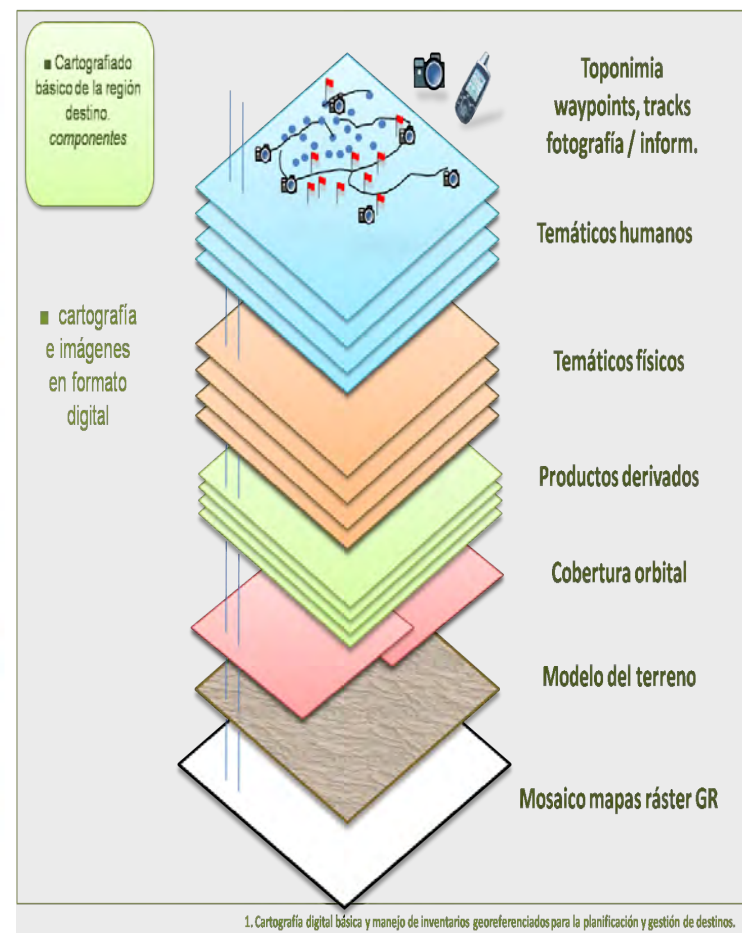
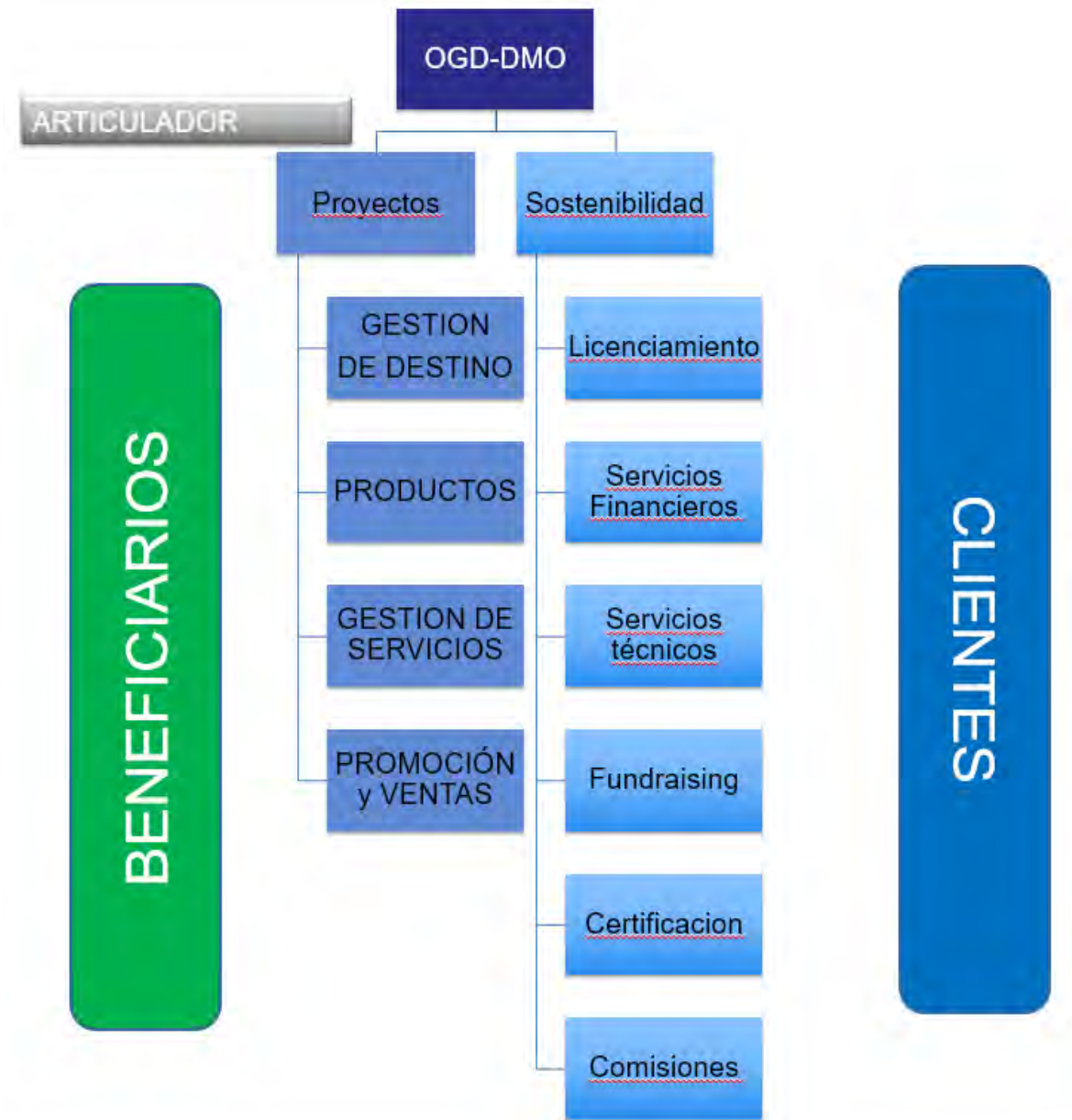


GRAFICO 4. organización típica de un destino turístico



DESARROLLO Y GESTIÓN DE DESTINO

- Propiciar las relaciones entre los sectores público y privado, con miras a generar un modelo de gestión sostenible en el destino, denominado organización de gestión de destino (OGD), como herramienta público privada de consenso, coordinación y desarrollo del destino.



(2) PRODUCTOS

La activación de un destino supone la activación de sus productos:



GRAFICO 2. Esquema de aprovechamiento turístico sostenible

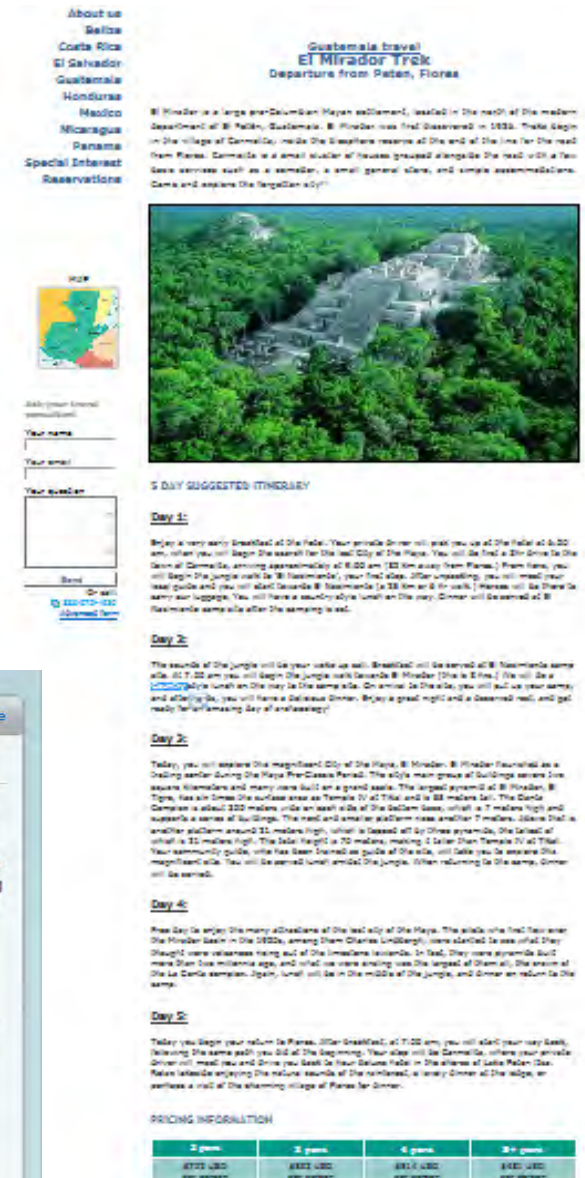
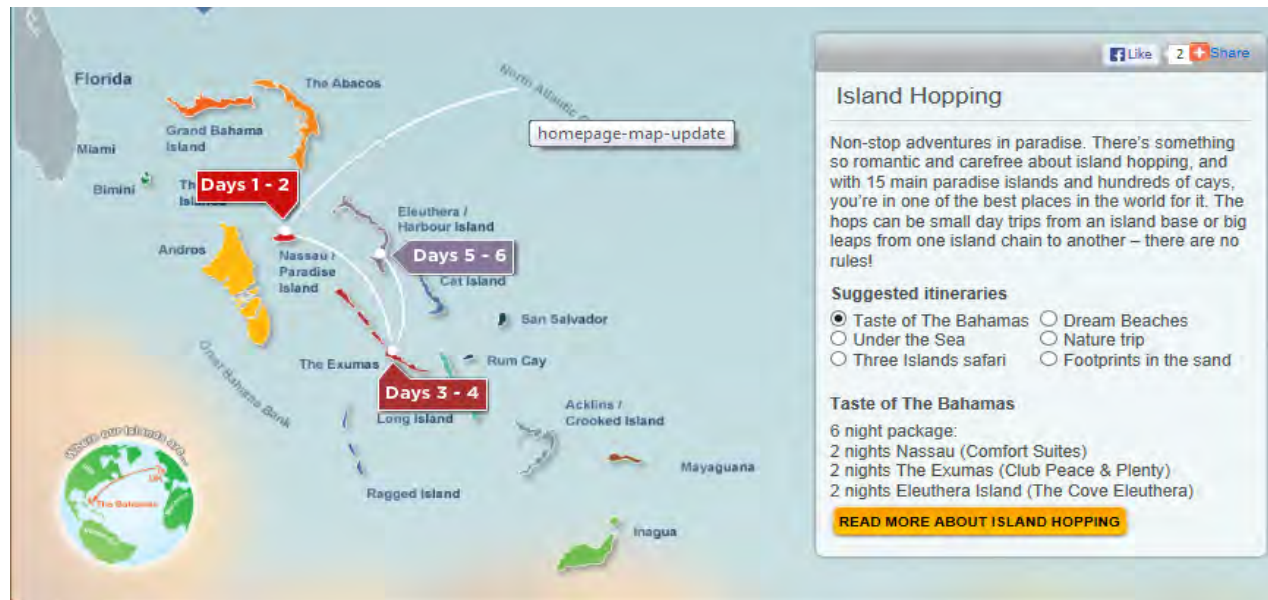


Banco Interamericano
de Desarrollo

MIN
Multilateral Investment Fund
A Member of IDB Group

DESARROLLO DE PRODUCTOS

- Analizar la oferta turística actual.
- Perfilar y segmentar el mercado de demanda.
- Analizar servicios disponibles y requerimientos para activación de productos.
- Identificar nichos y seleccionar productos idóneos.
- Diseñar productos innovadores y competitivos.
- Elaborar catálogo de productos potenciales.



(3) SERVICIOS

- Se debe lograr una organización de los empresarios y pobladores locales, especialmente las **comunidades vulnerables**, que actúen coordinadamente con los planificadores del destino turístico, los desarrolladores de productos y los encargados de la promoción y mercadeo.
- Deben proponerse mecanismos en los que redes de empresarios y comunidades locales ofrezcan los servicios que requiera un producto para activarse, de forma coordinada y eficiente.



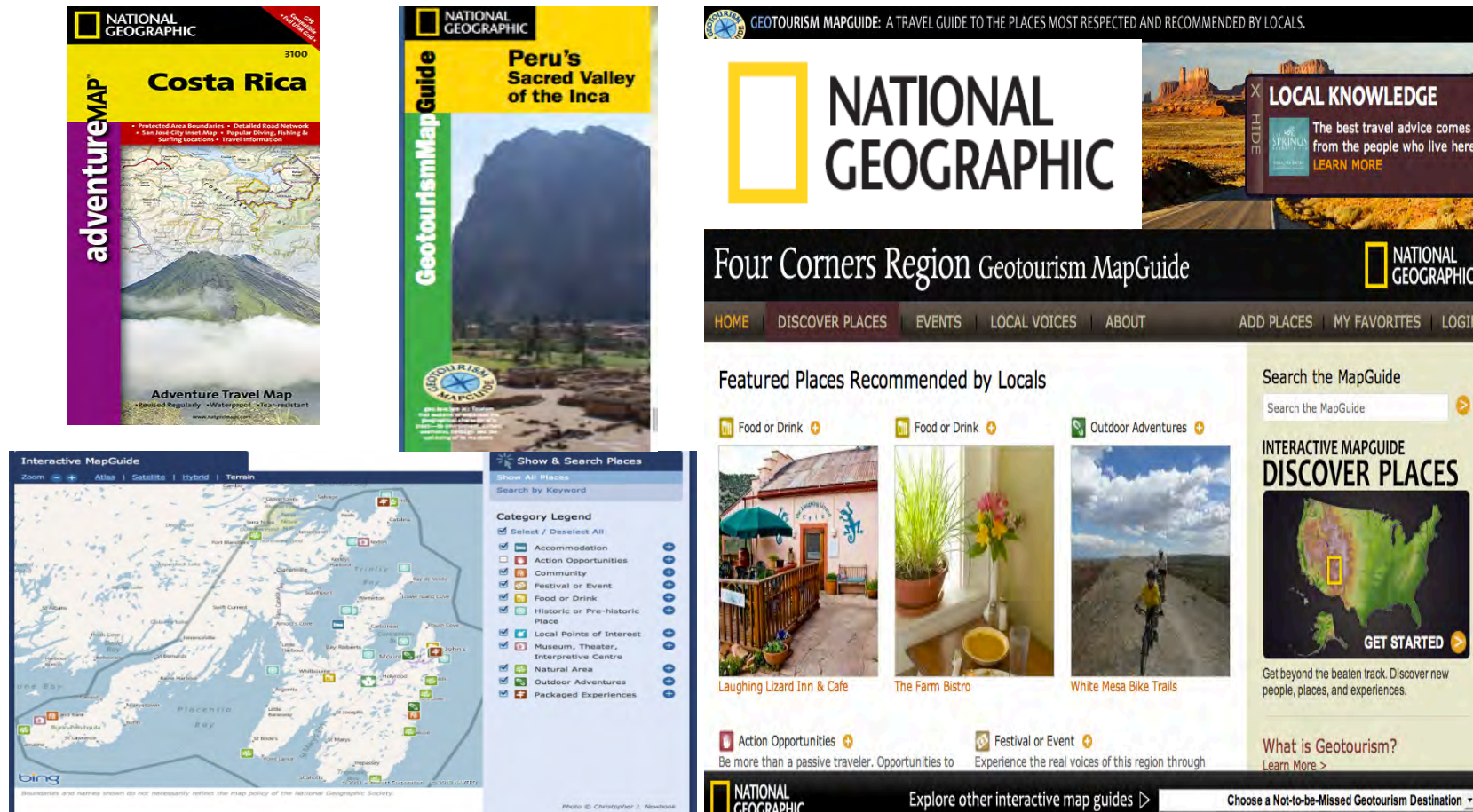
DESARROLLO DE SERVICIOS

Sobre la base de productos que han identificado las necesidades en servicios, se inicia el proceso de organización de la gestión comunitaria de la población local:

- Evaluar servicios disponibles y requerimientos de servicios nuevos para activación de productos.
- Sensibilizar e identificar beneficiarios.
- Desarrollar mecanismos de financiamiento.
- Capacitar en los estándares de calidad para servicios asociados a los productos definidos en el destino.
- Promover programas de crédito y financiamiento.
- Capacitar a los empresarios sobre gestión de servicios y organización de redes.
- Asistencia técnica en el uso de tecnologías innovadoras aplicadas al turismo.
- Asistencia técnica y capacitación para la adopción de estándares, certificaciones, y mejores prácticas de turismo sostenible (sociales, ambientales y de gestión del negocio).
- Implementar un sistema de certificación de competencias laborales para personas que laboran en distintos subsectores turísticos, incluyendo normalización, formación de formadores, evaluación de conformidad y certificación.

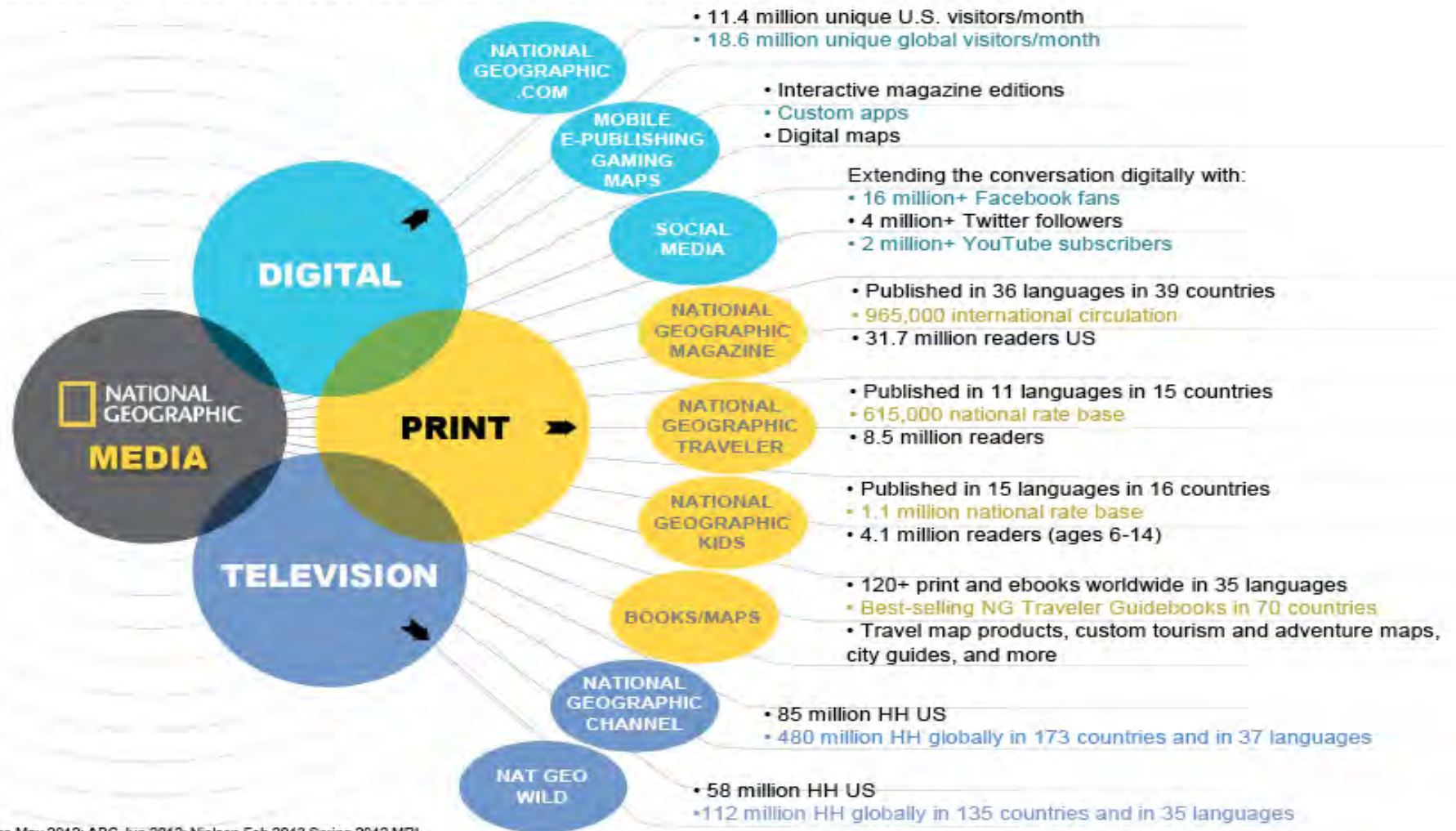
(4) PROMOCIÓN

La promoción debe comunicar los atributos que diferencian al DESTINO de otros similares. Una forma de hacerlos es buscar alianzas con actores/marcas como **National Geographic** para la planificación/mapeo, relevamiento de elementos diferenciadores, y la promoción/comunicación del destino turístico; el **Smithsonian Institute**; etc.



La huella global de National Geographic

Connecting With 400,000,000+ People Worldwide



Geoturismo



Turismo que sustenta o realza el carácter geográfico de un lugar, su medio ambiente, legado, estética, cultura, y el bienestar de sus residentes.



“sense of place” – autenticidad





NATIONAL
GEOGRAPHIC

Inspiring people to care about the planet since 1888



¿Quiénes son geoviajeros?

Viajeros que prefieren las empresas de propiedad local y comen en restaurantes de cocina regional, compran a artesanos y buscan la cultura y música tradicional y danza.

Como resultado, el dinero que gastan lo hacen en las personas de la comunidad y esto ayuda a preservar la autenticidad del destino.



Programa de Geoturismo

- Plataforma tecnológica de “marca compartida” DESTINO-National Geographic con más de 10MM de visitas mensuales, apoyada por los 3 tipos de media outlets de NG - TV, revistas y digital.
- Se describe la oferta turística y se cuentan las historias de la gente al público viajero de todo el mundo.
- La metodología National Geographic de geoturismo busca rescatar lo que es AUTENTICO de un destino (“sense of place”).
- El trabajo incluye editores entrenados por NG para cumplir los CRITERIOS DE GEOTURISMO acuñados por National Geographic.

Lugares a Visitar

Que Hacer

Planes de Viaje

Mis Ideas
de Viaje

Donde Alojarse

Voces Locales

Acerca de



Una guía de viaje de los lugares más respetados y recomendados por los residentes locales.



NATIONAL
GEOGRAPHIC

INGRESAR



MIS IDEAS DE
VIAJE

TEQUILA, JALISCO

LUGARES A VISITAR

DÓNDE ALOJARSE

QUÉ HACER

Planes de Viaje

Voces Locales

Acerca de



LUGARES A VISITAR VER TODO >

- Comunidad
- Sitio Histórico o Prehispánico
- Punto de Interés Local
- Museo, Teatro, Centro de Interpretación
- Área Natural
- Operador Turístico



CLIC AQUÍ PARA VER LA
GUÍA INTERACTIVA

Viaja en el tren más lujoso y elegante
en México a través del majestuoso
paisaje de agave



Contenido

Mapa Interactivo

- Alojamiento
- Oportunidades Para Acción
- Festival o Fiesta
- Comida o Bebida
- Salud y Bienestar
- Aventuras Rurales
- Punto de Interés Local
- Museo, Teatro, Centro de Interpretación
- Área Natural
- Cultura del Tequila
- Comunidad

- Campamento
- Complejo turístico
- Hostal
- Hotel

GUÍA INTERACTIVA 98 Entradas

FILTRAR

Buscar por palabra clave...

Buscar un lugar...

Alojamiento: Hotel

AGREGAR A MIS IDEAS DE VIAJE

HOTEL SOLAR DE LAS ÁNIMAS

Colinas Del Rosario

El Rosario Santa Cruz De Los Espinos

Nominacion; elaborada por gente local



Una guía de viaje de los lugares más respetados y recomendados por los residentes locales.



El diseño de su propia experiencia

LUGARES A VISITAR DÓNDE ALOJARSE QUÉ HACER

Planes de Viaje Voces Locales Acerca de

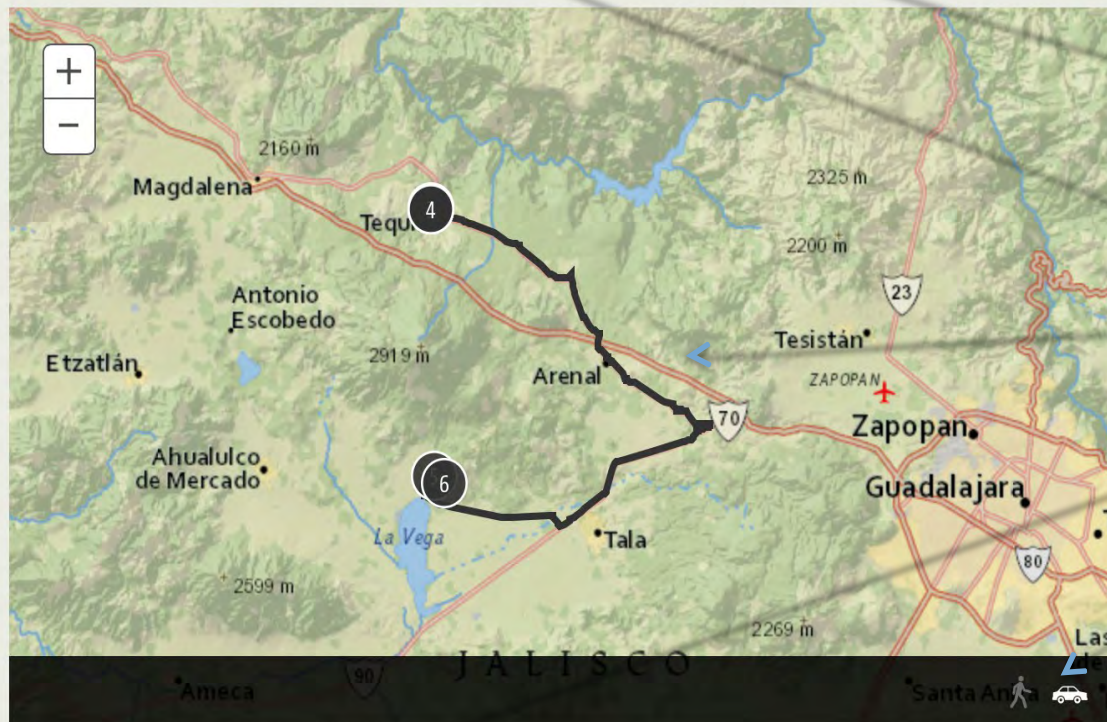
< VOLVER A PLANES DE VIAJE

Tequila Magnifico

Proporciona una breve descripción del plan de viaje...

GUARDAR

☐ Dar a conocer



Nombre de tu plan de viaje

Descripcion

Ruta

El tiempo y la distancia

Direcciones

En coche: 1 hr, 30 min / 38.6 mi



Una guía de viaje de los lugares más respetados y recomendados por los residentes local...



INGRESAR

MIS IDEAS DE VIAJE

TEQUILA, JALISCO

LUGARES A VISITAR DÓNDE ALOJARSE QUÉ HACER

Planes de Viaje Voces Locales Acerca de



VOCES LOCALES a Enfiladas

Mucha gente conoce la bebida tequila, pero pocos han visitado el majestuoso volcán situado entre los campos de agave azul que originalmente dieron su nombre a Tequila. Nombrada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, la vasta zona conocida como Tequila muestra un paisaje ataviado con destilerías tradicionales y antiguas fábricas. Los restos de la cultura imperial Teuchitlán que alguna vez rindió homenaje a los recursos naturales de la región están a sólo unos pocos kilómetros de distancia, mientras que sus costumbres y tradiciones todavía están presentes dentro de la comunidad de Tequila.

Tequila es una zona rica en historia, donde el aumento de consumo de la bebida hizo iniciar esfuerzos para preservar este paisaje particular y su gente auténtica. La planta del agave se ha utilizado durante más de 2.000 años para crear bebidas fermentadas, productos textiles elaborados, y más recientemente una bebida exquisita por la cual la región es hoy conocida. Hoy en día, las calles de Tequila respiran una identidad nacional cuya historia y cultura depende de la planta del



NatGeo Tourism

Saber más

Los mejores consejos de viaje provienen de las personas locales

Las "Voces Locales" es un esfuerzo para capturar las historias y recomendaciones de las personas que viven aquí. Nuestro equipo ha recogido las opiniones y consejos de las personas locales sobre qué ver, dónde comer, y lo que su presencia significa en términos de sostenibilidad para la comunidad de Tequila. Los videos, entrevistas y consejos de las personas de Tequila ayudan a captar la verdadera esencia de la ciudad y la región. Desde aventuras ecoturísticas hasta las experiencias culinarias más excepcionales, estamos seguros de que las voces locales de Tequila le guiará en la planificación de un viaje inolvidable.

INGRESAR

MIS IDEAS DE VIAJE



Comida y Bebida



Destacado Experiencias 100% Tequila



Historia y Cultura



Naturaleza y Aventura

Temas

En los palabras de la gente que viven aqui

Comida y Bebida

Experiencias 100% Tequila

Historia y Cultura

Naturaleza y Aventura

Where do you want to go?

Find a Trip

OUR TRIPS

DESTINATIONS

WHY TRAVEL WITH US

RESERVE A TRIP

By Ship

By Train

By Private Jet

Land Journeys

Active Adventures

Photography

Family

Student

Private Expeditions

View All

Find a Trip

Search By Destination ▼

Search By Trip Type ▼

Search By Departure Month ▼

Search

Reset ↻

Introducing 14 New National Geographic Unique Lodges



