

Promoción y

Comercialización del **Turismo Rural** **Comunitario**



En Bolivia y en **América Latina**

Coordinador

Jorge Antonio Gutierrez Aduato

Agosto de 2009
La Paz - Bolivia



Edición del Libro:

Coordinador

Jorge Antonio Gutierrez Aduato

Corrección de estilo

Lic. Luis Amusquívar

Sistematización

Delia Mamani Pilco
Patricia Espejo Tapia
Maira Espejo Mendoza
Viviana Garnica Pantoja
Julio Rojas



PRESENTACIÓN

El texto sistematiza las exposiciones del Segundo Seminario Internacional de Turismo Rural en Bolivia, donde se marcaron las directrices para la promoción y comercialización del Turismo Rural Comunitario en América Latina, y sobre todo, se mostraron los factores críticos para alcanzar los mayores niveles de éxito en el **turismo de interés especial**.

En el contexto mundial, el **turismo de interés especial es coronado como el nuevo “rey”** en uno de los mayores negocios del mundo: El Turismo, en este marco, existe una orientación muy didáctica sobre los principales destinos para el 2020. Las experiencias de Costa Rica, Guatemala y Bolivia han sido los ejemplos para demostrar que el Talón de Aquiles del Turismo Rural Comunitario en América Latina, es la **comercialización del producto**.

Es necesario destacar que el Seminario no solamente llegó a ser crítico, sino también propositivo al plantear, en base a la experiencia en el desarrollo del Turismo Comunitario en América latina, el cómo se debe comercializar el Turismo Comunitario. Los pasos para las acciones se encuentran aquí. La frase **“Comercializar o morir”** resume la intención de la propuesta.

El análisis comparativo de dos grandes del turismo mundial, **España y Francia** nos ayudará a entender que el Turismo Rural, en cada región, tiene sus propias particularidades, advirtiendo que el Turismo Rural de España, no debe ser un referente ni para Bolivia ni para otro país.

En el contexto nacional, se propone un modelo inclusivo de Turismo Rural con las comunidades indígenas y las alianzas estratégicas como la punta de lanza para el desarrollo del turismo. En este sentido, uno de los emprendimientos más exitosos en la selva boliviana como es Chalalán, mostró sin secretos, cómo promueve y comercializa su producto. No basta con ser competitivos, también es necesario ser creativos.

Los empresarios privados muestran cómo desde hace más de 12 años, han sido capaces de integrar a la comunidad en los productos turísticos, tomando su propia experiencia y las diferentes lecciones que se han aprendido en el trabajo continuo con las comunidades.

Desde el punto de vista académico se identifica una crisis donde la Universidad Urbana no se acerca al ámbito rural, lo que proyecta a otra crisis del turismo ciudadano y la necesidad un Turismo Rural Comunitario descolonizado.

Por último, se ha ejemplificado a la zona emblemática del Turismo en Bolivia: Uyuni – Lagunas, porque allí se han propiciado proyectos privados, comunitarios y mixtos, demostrando que no pueden existir procedimientos o modelos de desarrollo similares. En este sentido, el texto muestra uno de los casos inéditos del turismo en Bolivia y en América Latina: La Red de Hoteles Tayka, un modelo que desafía la lógica en las alianzas estratégicas entre empresarios y comunidades.

CONTENIDO

Presentación

| | |
|--|---|
| A) Construyendo un modelo Jorge Antonio Gutierrez Aauto A-TEC Consultores SRL..... | 6 |
| Lic. Teresa Chávez Directora de la Dirección de promoción turística del GMLP. | |

B) “Políticas de Comercialización y Promoción del Producto Turístico.....8 de Bolivia” Dr. José Ricardo Cox Aranibar, Vice Ministro de Turismo

| | |
|---|----|
| a) La Venta del Producto: Bolivia, Comparación con otros países | 8 |
| b) La imagen de Bolivia y el Modelo “inclusivo” | 8 |
| c) Alianzas Estratégicas con Gobiernos Departamentales y Locales. | 10 |
| d) El Espacio Turístico y las Estrategias de Desarrollo Turístico | 11 |
| e) La Tasa Turística | 12 |
| f) Preguntas y Respuestas | 12 |

C) “Mercados Mundiales y Turismo Rural en América”

| | |
|--|----|
| Lic. Federico Wyss, representante de la Organización Mundial de Turismo OMT | 14 |
| a) El Mayor Negocio del Mundo | 14 |
| b) Perspectiva | 15 |
| c) El Turismo en Iberoamérica | 15 |
| d) Principales Destinos para el 2020 | 17 |
| e) Países emisores | 17 |
| f) Hacia la Aldea Global del Turismo | 17 |
| g) Un Nuevo Turismo Para una Nueva Sociedad | 18 |
| h) El Nuevo Rey: “Turismo de Interés Especial” | 19 |
| i) Conclusiones. | 21 |
| j) Preguntas y respuestas | 22 |

D) “Chalalán Ecolodge: Experiencia de Promoción y Comercialización”

| | |
|--|----|
| Lic. Alex Villca Limaco, Chalalán | 24 |
| a) Características Generales | 24 |
| b) Producto | 26 |
| c) Precio | 28 |
| d) Plaza | 28 |
| e) Promoción | 29 |
| f) Comercialización | 30 |
| g) Conclusión | 31 |
| h) Preguntas y Respuestas | 31 |

E) “Expectativas y Experiencias de la Empresa Privada en Productos

| | |
|---|----|
| Turísticos en Áreas Rurales” Lic. David Ricalde, Lic. Jorge Cárdenas, Lic. Jeannette Simbrón, Representantes de la Cámara de Operadores de Turismo. | 33 |
| a) Antecedentes | 33 |
| b) El Producto | 34 |
| c) La Promoción de Bolivia | 35 |
| d) Experiencia del Albergue Ecológico “La Estancia” y la aplicación de la sostenibilidad | 35 |

| | |
|---|-----------|
| e) Lecciones Aprendidas en la Interrelación de la Empresa Privada Con Experiencias de Turismo Rural | 37 |
| F) “El Turismo Rural Comunitario y su Talón de Aquiles: La Comercialización” Lic. Karina Mariaca de Oliveira, Consultora de Muyu Asesores..... | 39 |
| a) Crisis Ambientales y Sociales a Nivel Global | 39 |
| b) Turismo Rural Comunitario en Costa Rica | 40 |
| c) En Bolivia el Turismo Rural Comunitario, Rol Protagonístico | 40 |
| d) Centro de Ecoturismo Indígena Chicabal Guatemala | 42 |
| e) El Proceso Multiactor | 44 |
| f) Proyecto Piloto: “Turismo Integral para Achocalla” La Paz – Bolivia ... | 46 |
| g) ¿Qué se está haciendo en Bolivia? | 46 |
| h) Oportunidades para Bolivia | 47 |
| i) Conclusiones | 49 |
| j) Preguntas y Respuestas | 51 |
| G) “Comercialización del Turismo Comunitario En América Latina” | |
| Magister Enrique Cabanilla Representante de la Universidad de Especialidades Turísticas del Ecuador. | 55 |
| a) Comercializar Mitos y Verdades | 55 |
| b) Comercializar el Turismo Comunitario | 57 |
| 1) Conozca la Demanda | 57 |
| 2) Empaquete su oferta | 59 |
| 3) Decida su mercados objetivos (target markets) | 59 |
| 4) Decida como va a llegar su mercados objetivos (target markets) ... | 59 |
| 5) Decida con que medios va a contar para “cautivar” a su demanda . | 60 |
| 6) Ejecute su plan de comercialización | 60 |
| 7) Reflexione sobre sus acciones y re – planifique | 61 |
| c) Cómo ha hecho el Turismo Comunitario | 61 |
| d) Comercializar o Morir | 63 |
| e) Preguntas y Respuestas | 63 |
| H) “Modelo Inédito de Turismo Comunitario Basado en Alianzas Estrategias” Lic. Jorge Ribera Rodríguez de: Red de Hoteles Tayka | 65 |
| a) Crecimiento anual de visitantes al Salar | 65 |
| b) La macro región del Gran Salar | 66 |
| c) Lo viejo y lo Nuevo en la Macroregión del Gran Salar | 66 |
| d) RUTA TAYKA: En el corazón de la Macroregión | 67 |
| e) RED TAYKA: Hoteles Comunitarios | 68 |
| f) Hoteles TAYKA: Modelo Innovador | 69 |
| g) El Turismo Mal Llevado | 69 |
| h) La Mancomunidad de la Gran Tierra de los Lípez | 71 |
| i) Preguntas y Respuestas | 72 |
| I) “Comercialización del turismo rural en España y Francia” Lic. Araceli Inieta Alonso, PROINTEC – España. | 75 |
| a) Definición del Turismo Rural En España y Francia | 75 |
| b) Diferencias entre España y Francia | 75 |
| c) Diferentes Formas De Entender La Comercializacion Y La | |

| | |
|--|------------|
| Promoción Del Turismo Rural | 79 |
| d) Turismo Rural en España | 82 |
| e) Turismo Rural en Francia | 84 |
| f) Recomendaciones, desde el caso francés y español | 85 |
| J) “Procedimientos para el establecimiento de iniciativas de turismo comunitario” Lic. Verónica Vargas Ríos, Consultora en Turismo Bolivia .. | 87 |
| a) Introducción | 87 |
| b) Algunas cifras de interés | 87 |
| c) Inequidad en la Distribución de Beneficios | 89 |
| d) Proyectos de Turismo Comunitario en la Región Sudoeste | 89 |
| e) ¿Cual es el procedimiento ideal para desarrollar iniciativas de turismo comunitario? | 90 |
| f) Reflexiones | 93 |
| k) “Emprendimientos Académicos De Educación Superior En Comunidades” Lic.Victor Hugo Ricaldi Zambrana Carrera de Turismo de la UMSA | 96 |
| a) Universidad Sociedad | 96 |
| b) Desarrollo de Educación Comunitaria | 97 |
| c) Crisis del Turismo Ciudadano | 99 |
| d) Bases del emprendimiento Comunitario | 101 |
| e) Experiencias de la Carrera de Turismo | 102 |
| f) Preguntas y Respuestas | 104 |
| L) Conclusiones Generales del Seminario Internacional | 106 |
| M) Organizadores y Auspiciantes | 107 |



Costo del libro: 17 \$us

Para adquirir el libro siga los siguientes pasos

Si Ud. está en Bolivia

- 1) Realice Depósito bancario en PRODEM FFP a la cuenta:
120-2-2-02511-1
- 2) Confirme su compra con el Nro. De depósito al mail:
info@turismoruralbolivia.com
- 3) Al verificar el depósito, enviaremos a su e- mail el libro en formato PDF

Si Ud. está en el Exterior

- 1) Envíe por Western Union 17\$us. A nombre de Jorge Antonio Gutierrez Aduato
- 2) Confirme el envío a info@turismoruralbolivia.com
- 3) Al confirmar el depósito, enviaremos a su e- mail la guía en formato PDF