



# **Conclusiones del 2do SEMINARIO INTERNACIONAL Y RUEDA DE NEGOCIOS DE TURISMO RURAL**

Queremos expresar nuestro agradecimiento a las empresas e instituciones auspiciantes con las que se hizo realidad este evento, a los expositores nacionales e internacionales que desplegaron su conocimiento y con los cuales, estamos consolidado alianzas de largo plazo, a las personas, estudiantes y profesionales que han participado y acogido las diferentes experiencias vertidas por los expositores y a todo el equipo de organización y apoyo que ha contribuido al éxito del Seminario y a la Rueda de Negocios, !!!Muchas gracias!!!

Jorge Antonio Gutierrez Adauto  
Coordinador General

Las conclusiones del evento se dividen en cuatro partes:

- a) El Seminario Internacional
  - a.1) Ponencias y Presentaciones de los Expositores Nacionales
  - a.2) Ponencias y Presentaciones de los Expositores Internacionales
  - a.3) Conclusiones del Seminario
- b) La Rueda de Negocios
  - b.1) Resultados
  - b.2) Evaluación
- c) Empresas e instituciones auspiciantes
- d) Equipos de la organización

## **a) Seminario Internacional**

Al seminario asistieron tres renombrados expositores Internacionales y seis expositores nacionales. El seminario tuvo la Presencia de 215 participantes registrados procedentes de instituciones académicas, empresarios, instituciones públicas, ONG´s y la Cooperación Internacional.



## ***a.1) Ponencias Y Presentaciones De Los Expositores Nacionales***

**Alex Villca Chalalán**  
**Chalalán Ecolodge**

**“Experiencia de Promoción y Comercialización”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/AlexVillcaCHALALANWord.pdf>

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/AlexVillcaCHALALANPresentacion.pdf>

**Jorge Rivera Hoteles Tayka**  
**Red de Hoteles Comunitarios Tayka**

**“MODELO INÉDITO DE TURISMO COMUNITARIO BASADO EN ALIANZAS ESTRATÉGICAS”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/JorgeRiveraTaykaPresentacion22.pdf>

**David Ricalde, Janette Simbrón, Jorge Cárdenas (CANOTUR)**  
**Experiencias y Expectativas de la Empresa Privada en el Desarrollo del Turismo Rural**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/CANOTURPresentacion.pdf>

**Verónica Vargas**

**“PROCEDIMIENTOS PARA EL ESTABLECIMIENTO DEL TURISMO COMUNITARIO” Caso: Destino Desiertos blancos – lagunas de colores**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/PONENCIATURCOMUNITARIOVeronica%20Vargas.pdf>

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/PresentacVeronicaVargasProcesoestablecimientode%20TC.pdf>

**Karina Mariaca (Muyu Asesores)**

**“El Turismo Rural Comunitario y su Talón de Aquiles: la comercialización”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/PresentacionKarinaMariacaTurismoRuralComunitario.pdf>

**Victor Hugo Ricaldi (UMSA)**

**“EMPRENDIMIENTOS COMUNITARIOS DE EDUCACIÓN SUPERIOR”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/PONENCIAEmprendimientosAcademicosComunitariosVICTORHUGORICALDI.pdf>

**Ruth Suxo (Consultora)**

**“Etnoturismo Afro boliviano un Recurso Turístico del Discurso”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/Ponencia%20EtnoturismoAfroBolivianoRUTHsUXO.pdf>

## ***a.2) Ponencias Y Presentaciones De Los Expositores Internacionales***

**Federico Wyss (OMT)**

**“Mercados Mundiales y Turismo Rural En América Latina”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/Federico%20Wyss5.pdf>

**Araceli Iniesta España (España)**

**“Turismo Rural en Francia y España”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/PonenciaAraceliIniesta.pdf>



<http://www.turismoruralbolivia.com/img/AraceliIniestaPresentacion.pdf>

**Enrique Cabanilla (Ecuador)**

**“La comercialización del turismo comunitario”**

<http://www.turismoruralbolivia.com/img/EnriqueCabanillaPresetacion.pdf>

### ***a.3) Conclusiones del Seminario***

- 1) “Innovar o Morir” una frase que debe marcarse en todas las Iniciativas de Turismo Rural y de Turismo Comunitario ante la necesidad de crear nuevos productos en la oferta turística y también en creación de nuevas formas de comercialización de los productos.
- 2) “Comercializar o Morir” Comercializar es: “Lo que yo tengo se lo doy a otro” La comercialización como proceso planificado y de mejora continua. Comercializar en los medios necesarios y con objetivos claros.
- 3) Sin promoción no hay venta. La publicidad, la fuerza de ventas y las relaciones públicas como claves de la promoción. La mejor promoción es la que se da de boca a oreja, un cliente satisfecho en el lugar de operaciones es la mejor publicidad.
- 4) Propiciar alianzas estratégicas y asociacionismo de la empresa privada, de emprendimientos rurales con instituciones de cooperación, de instituciones académicas y de entidades públicas con las que se puede formar una plataforma de desarrollo.
- 5) En los roles de las instituciones: Se exige un mayor asesoramiento y transferencia de conocimiento del sector privado para los emprendimientos en las áreas rurales, tomar en cuenta los saberes del sector comunitario y el rol de sector público en la imagen del destino. Las instituciones académicas y su rol con las comunidades debe fortalecerse para un trabajo más efectivo en la capacitación continua.
- 6) Las iniciativas en Turismo Rural Comunitario deben surgir de las propias comunidades sin crear grandes expectativas de desarrollo para no cosechar grandes decepciones.
- 7) Que las mismas comunidades generen una cultura emprendedora y de hacer negocios que impulse su participación activa y efectiva en su comunidad y en todos los eventos en los que participen.
- 8) La asignatura pendiente para Bolivia: La formulación de la Imagen del Destino con estrategias que se construyan en forma participativa para consolidar esa imagen. Para la promoción Se debe ir construyendo un modelo integrador de forma conjunta que permita articular de manera constante a las instituciones y a las empresas



- 9) Desde la experiencia de España y Francia se recomienda la creación de un producto más completo y diversificado con vinculaciones al turismo de naturaleza, activo y cultural.
- 10) El enfoque de desarrollo las universidades ha sido siempre urbano y las áreas rurales han sido olvidadas, por tanto la presencia de las universidades es fundamental en las áreas rurales y además debe estar orientada a que los futuros profesionales propicien una gestión del desarrollo del turismo en sus propias comunidades y municipios.

El formulario de evaluación del seminario fue muy buena y buena en cuanto a su organización y se destacó la calidad de expositores invitados. Las sugerencias de ajustes de horarios, será tomada en cuenta para posteriores eventos.

Esta experiencia será sistematizada para el Libro digital: Promoción y Comercialización del Turismo Rural Comunitario en Bolivia y en América Latina.

## ***b) Rueda de Negocios***

### ***b.1) Resultados***

La Rueda de Negocios tuvo los siguientes resultados:

- 26 empresas participantes de 28 previstas
- Se generaron 364 citas o reuniones entre empresas de las cuales 104 fueron propiciadas por las facilitadoras del evento
- Se llegaron a acuerdos comerciales, intercambios de servicios, conocimiento de potenciales clientes, convenios.
- La evaluación de la rueda tuvo una calificación muy buena y satisfacción plena de los participantes

Se ha producido una guía para la participación exitosa en una rueda de Negocios de Turismo Rural:

<http://www.turismoruralamerica.com/img/GuiaRuedaNegocios.pdf> que fue clave para afianzar la participación de las empresas e la rueda.

### ***b.2) Evaluación***

Los formularios de evaluación de la rueda destacaron:

- Necesidad de promover más ruedas de negocios de Turismo Rural
- Continuidad con el 3er Seminario y Rueda de Negocios de Turismo Rural
- Se destacó la organización y la efectividad de las facilitadoras del evento

- Se propuso una mayor presencia de empresas de Gastronomía y Hotelería en un próximo evento

## **c) Empresas e Instituciones auspiciantes del evento**

### **Entidades Públicas y mixtas**

Viceministerio de Turismo  
Viceministerio de Culturas  
Gobierno Municipal de la Paz  
OGD la Paz Beni

### **Instituciones académicas:**

Universidad Mayor de San Andrés Carrera de Turismo  
1ra Escuela de Hotelería y Turismo de Bolivia  
Universidad católica y sus sedes de Tiwanaku y Carmen Pampa

### **Empresas Privadas**

Cámara Nacional de Operadores de Turismo CANOTUR  
Eba Transtur Operador  
Aerosur Línea Aérea  
Amazonas Línea Aérea  
Aerocon Línea Aérea  
Hotel Oberland  
Restaurante La Casa de los Paceños  
Pub Bar Mongos  
Grupo Boliviano de Turismo GBT  
Periódico La Prensa  
Canal 4  
Agenda RED  
Hotel Viejo Molino  
Expedición Bolivia y Marketing Global  
Hostal Topaz





## **d) Equipos de la Organización**

### **Organización del Seminario y Rueda de Negocios**

- Patricia Espejo Tapia
- Nirza Macías
- Cristian Miranda
- María Viviana Garnica

### **Diseño y organización de espacios**

- Leonardo Bautista

### **Monitoreo de Rueda de Negocios**

- Cristian Espinoza

### **Azafatas del Seminario y Facilitadoras de la Rueda de Negocios**

- Rayza Beltrán Morales
- Joana Aracely Téllez Ferrel
- Karen Yemina Carvallo Terán
- Paola Mollo Jiménez
- Katty Sarela Tapia Ossio
- Erika Cecilia Tapia Moscoso
- Danielle Alí Tapia
- Maira Espejo Mendoza
- Ruth Ricaldi

**<http://WWW.TurismoRuralBolivia.COM>**