

# I CONGRESO INTERNACIONAL DE ECONOMÍA

## Universidad de Guayaquil

### **Líneas Directrices para el Desarrollo Turístico Sostenible en Destinos Serranos**

DRA. ROSSANA BINO RAYA  
-2017-

# **Panorama Mundial actual del Turismo y la Sostenibilidad**

# EL TURISMO EN LOS ESCENARIOS DE HOY





# **CAMBIOS EN EL COMPORTAMIENTO DEL TURISTA**

- **Búsqueda de nuevos destinos y productos diferentes a los tradicionales**
- **Posicionamiento activo del turista, diferentes motivaciones y requerimientos**
- **Un turista más experimentado y exigente**
- **Mayor sensibilidad ambiental y cultural**
- **Progresivo uso de las nuevas tecnologías de la información**
- **Mayor preocupación por la seguridad**

# TURISMO

Según la OMT:

“El Valor que adquirió la actividad turística a nivel mundial” como instrumento dinamizador del desarrollo económico, social y ambiental en las realidades locales y mundiales.

Organización Mundial de Trabajo (OIT) (2012)

“Es fundamental para la creación de empleo, tiene un alto coeficiente de mano de obra y constituye una fuente importante de desarrollo e inclusión social”.

# SOSTENIBILIDAD

“El proceso que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades”. (Bruntland, 1987)

Es un concepto complejo e integral que aglutina diversas pretensiones y enfoques. No sólo ha de entenderse, (...), desde el punto de vista ambiental, sino que también hace referencia a las vertientes económica, social y cultural de cualquier actividad productiva.... (OMT)

## DIMENSIÓN SOCIOCULTURAL

- Institucionalidad de la ética y valores.
- Igualdad social.
- Erradicar la pobreza.
- Respeto a las tradiciones culturales autóctonas.
- Igualdad de género.

## DIMENSIÓN ECONÓMICA

- Generador de riqueza.
- Redistribución de la riqueza.
- Generador de empleos decentes

## DIMENSIÓN AMBIENTAL

- Concientización y valoración en el cuidado de los recursos naturales.
- Planificación y manejo equilibrado de los recursos naturales, evitando la contaminación y la saturación del espacio físico.

## DIMENSIÓN INSTITUCIONAL: TRANSVERSAL

“Es el grado de apoyo político, institucional y financiero por parte del entorno relevante”(Mato y otros, 2001)



La Sostenibilidad es el nuevo paradigma de la gestión responsable como respuesta a las necesidades actuales

Numerosos Organismos e Instituciones han instaurado la Sostenibilidad en acciones, normas, indicadores, etc. para atenuar los diversos impactos producidos.

Forma parte de Políticas públicas y privadas

Lo trascendente de estas acciones, es saber cómo utilizarlas, materializarlas en políticas, planes y programas efectuando un seguimiento continuo en sus procesos de implementación.

Se trata de una oportunidad histórica para definir las vías hacia un futuro sostenible, un futuro con más empleos, más energía limpia, una mayor seguridad y un nivel de vida digno para todos. (Cumbre Río + 20)





ESTOS TEMAS SON TRASCENDENTALES COMO  
GENERADORES DE GRANDES CAMBIOS Y APORTES A LA  
CONCIENTIZACIÓN DEL HOMBRE HACIA LA VALORIZACIÓN  
DE LOS RECURSOS Y SU PERDURABILIDAD EN EL TIEMPO,  
FACTORES ESENCIALES PARA EL DESARROLLO DEL  
TURISMO Y LOS DESTINOS.

# UBICACIÓN GEOGRÁFICA DEL CASO DE ESTUDIO: LA GRANJA



Argentina tiene una extensión de casi 2,8 millones de km.<sup>2</sup>

Sus 3.800 kilómetros de longitud se extienden desde los 22° hasta los 55° de latitud

La población actual de Argentina es de unos 41.450.000 de habitantes



# CÓRDOBA - ARGENTINA

- Fundada por Don Jerónimo Luis de Cabrera el 6 de julio 1573.
- 2° Destino Turístico por N° Visitantes.
- 1° Destino en Eventos- Congresos y Convenciones .
- Tiene 3.506.000 habitantes (2014).
- Un total de 1.323.832 turistas se alojaron en la ciudad de Córdoba según en Observatorio turístico de la Ciudad (2016)
- 171 establecimiento de alojamiento con un total de 12.946 plazas disponible.
- 10 Centros Comerciales y numerosos predios feriales
- 36 Espacios culturales - galerías de arte - salas de teatro y espacios muy varios









## Objetivo General



- Es establecer las directrices necesarias para la adopción de estrategias que consientan la creación de un Plan Guía para el desarrollo turístico sostenible en destinos serranos, permitiendo el ordenamiento, revalorización de los recursos y la dinamización del desarrollo local en el destino.

## Objetivos Específicos

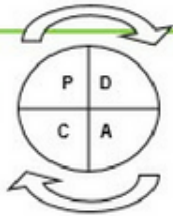
- Analizar, relevar e inventariar los recursos, servicios, infraestructura, entre otros elementos del sistema turístico para planificar las líneas de acción en relación al objetivo general.
- Conocer y analizar los distintos planes de desarrollo turísticos que están en ejercicio, con el propósito de visualizar las medidas y acciones a seguir en relación a la percepción del consumidor que visita el destino.

## Participantes

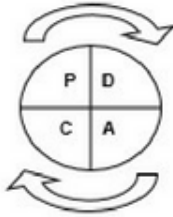
- Secretaria de Cultura, Turismo y Deporte de la Municipalidad de La Granja
- Actores locales, emprendedores y empresas del sector Turístico.
- Programa Federal de Apoyo al Desarrollo Rural Sustentable

# Líneas Directrices para el Desarrollo Turístico Sostenible en Destinos

Etapa N° 1:  
Diagnostico del Destino



Etapa N°2:  
Gestión de Programas



Etapa N° 3:  
Marketing y Plan Comunicacional



Etapa N° 4:  
Propuestas e Implementación



# LÍNEAS DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN DESTINOS

## **ETAPA N° 1: Diagnóstico del Destino**

- Jornada participativa.
- Capacitaciones diversas.
- Relevamiento: recursos- productores-  
infraestructura- planta turística -empresas  
turísticas-otros.
- Búsqueda de la Imagen / Identidad



# ETAPA N°1: DIAGNÓSTICO DEL DESTINO



- Grupo "La Granja de las Sierras Chicas"



# LÍNEAS DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN DESTINOS

## **ETAPA N° 2: Gestión de programas**

Desarrollo de Programas diversos.

Productos Turísticos.

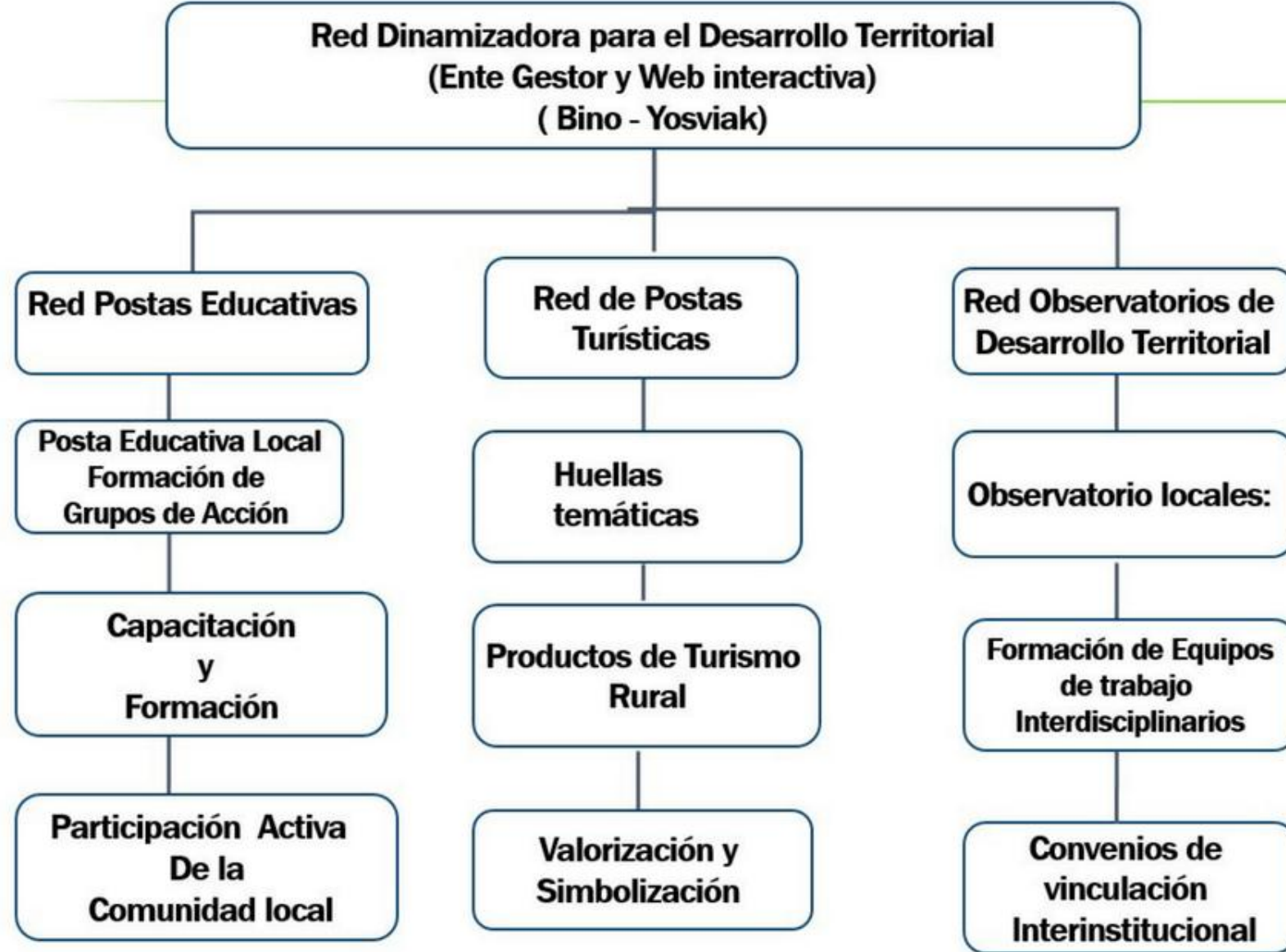
Asociativismo entre actores y destinos.

Redes Interactivas.

Presupuestos y Financiamientos.



## ETAPA N° 2: GESTIÓN DE PROGRAMAS



# LÍNEAS DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN DESTINOS

## **ETAPA N° 3: Marketing y Plan Comunicacional**

- Promoción y Publicidad
- Participación Ferias, eventos, etc.
- Inserción Mercado Nacionales/ Internacionales.
- Gestión de Marca - Identidad



## ETAPA N°3: MARKETING Y PLAN COMUNICACIONAL



62ª Exposición Nacional de Ganadería, Industria y Comercio. Sociedad Rural de Jesús María -2009-



## ETAPA N°3: MARKETING Y PLAN COMUNICACIONAL

Ediciones Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria INTA



Escenario de la Frontera 2007 4ta. RAT-TUR Seguimos concentrándonos 8, 9 y 10 de Septiembre 2009

A todos lo amigos que nos visitaron y compartieron este encuentro; a todos aquellos amigos que no pudieron llegar. Les agradecemos por los correos tan cálidos que nos han enviado y las buenas ondas que trajeron a nuestros pagos.

Más información:  
Ing. Agr. Haydée Lackner o Ing. Agr. Ernesto Paz. 4rat.tur@gmail.com  
AER INTA Matán. TEL/FAX (03876) 438666

Presentación en Semana Santa en  
“1° Feria del Libro La Granja 2010”

Curso de Huertas Orgánicas- INTA - 2010

Expo INTA Marco Juárez - 2011

12

El grupo La Granja de las Sierras Chicas ofrece un paquete tan variado como interesante

### UN SENDERO TURISTICO PARA TODOS LOS GUSTOS

Sucede que el año se termina y como pasa en casi todos los ámbitos es tiempo de hacer un balance de lo actuado hasta ahora. Tal es el caso del grupo dedicado al turismo rural “La Granja de las Sierras Chicas” compuesto por un número interesante de rubros que son parte de la oferta turística que el visitante puede disfrutar.

**La importancia del apoyo oficial**  
Apoyando fuertemente el desarrollo local, los integrantes del grupo no están solos a la hora de salir a difundir las bondades tanto geográficas como de servicios turísticos que tiene esta parte de las sierras chicas, la municipalidad de La Granja a través de su Secretaría de Turismo trabajan codo a codo con los productores con un objetivo en común: atraer al turismo. “En lo que a difusión se refiere, luego de casi un año y medio de trabajo en grupo, de a poco vamos

vistumbrando algunos logros relacionados con presentar el proyecto en congresos y revistas, lo que ha redundado en un aumento de las consultas sobre el lugar; este tipo de resultados son muy motivadores para todos los que estamos involucrados en el programa, ya sea municipio como productores y técnicos asesores”, comentó Rosanna Bino, promotora asesora del grupo.

**Un circuito tentador**  
Otro de los resultados que surge a simple vista, corroborado por la promotora asesora del grupo es el cambio en lo que a la participación de los productores se refiere. “Si tengo que remarcar un cambio en la actitud de los productores es el de su participación; en la actualidad se los nota mucho más participativos que al comenzar”, expresó Bino. En esa actitud participativa están involucrados



## ETAPA N°3: MARKETING Y PLAN COMUNICACIONAL



ENATUR 2010-TAFI DEL VALLE, TUCUMÁN



# ETAPA N°3: MARKETING Y PLAN COMUNICACIONAL



| Referencias |  |
|-------------|--|
| 1           | Dulces Titina: dulces, conservas y repostería artesanal.<br>Consultas y pedidos: 03525-491281  |
| 2           | Antiguo correo<br>Dirección: ---   |
| 3           | Colonia Polaca: bosque con senderos, camping con baños, piscina, acceso al río, bungalows con baño privado, barracas para grupos, restaurante, bar, proveeduría, salón de eventos, canchas de voley, fútbol, básquet, capilla, asadores, quinchos.<br>Dirección: ---                           |
| 4           | Secretaría de Turismo, Cultura y Deporte: centro de informes.<br>Dirección: ---  |
| 5           | Casa del Silencio - Hospedaje: terapias de silencio (autoconocimiento, destrezamiento, meditación), talleres a solicitud de distintas localidades, consultas personales, masajes, yoga, reiki.<br>Teléfono: 03525 - 491041 / 03525 - 15524713. Mail: nestordier@hotmail.com                    |
| 6           | Balneario La Toma<br>Dirección: ---  |
| 7           | Casa de la Cultura<br>Dirección: ---   |
| 8           | Cabalgatas La Luna: alquiler de caballos (disponibilidad 17 animales).<br>Teléfono: 03525 - 15520319. Señor Luis Quevedo   |
| 9           | Municipalidad<br>Dirección: ---  |
| 10          | ---  |
| 11          | Quinto Baño<br>Dirección: ---  |
| 12          | Cabañas El Zorral: salón de eventos, cabañas para 4 y 6 personas completamente equipadas, canchas de tenis, fútbol, voley, pileta de natación y juegos infantiles. Oferta gastronómica interesante y actividades alternativas (mountainbike, trekking y cabalgatas guiadas).<br>Dirección: --- |
| 13          | Cabañas Mangorí: cabañas de madera quebracho colorado para 4 personas y deptos. para 6. Pileta. Comodidades: heladera, televisión, ventilador, ropa de cama, cocina equipada, baño (agua fría y caliente), hogar.<br>Dirección: ---  |
| 14          | Parrilla Los Fresnos: restaurante y salón de eventos. En la tranquilidad de las sierras, rodeado de naturaleza... un lugar privilegiado.<br>Dirección: Ruta 53 - La Granja - Córdoba. Reservas: 03525 - 15525709   |
| 15          | Frutos de La Granja: infusiones orgánicas y naturales, visitas guiadas.<br>Dirección: ---  |

Folleto autodirigido

# ETAPA N°3: MARKETING Y PLAN COMUNICACIONAL

## NUESTROS RECURSOS...





# LÍNEAS DIRECTRICES PARA EL DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE EN DESTINOS

## **ETAPA N° 4: Propuestas e implementación**

- Indicadores de sostenibilidad
- Normas de Calidad
- R.S.E.
- Acciones en general.



## CLAVES DEL ÉXITO DE UN DESTINO TURÍSTICO: OMT

- Recursos naturales y culturales con capacidad de atracción
- Protección del Medio ambiente en todas las áreas relacionado a la actividad turística.
- Condiciones climáticas agradables.
- Facilidades de acceso / infraestructura.
- Seguridad y protección al turista: jurídica, reclamaciones , médicas.
- Relación Calidad- precio competitiva, en relación a productos T. similares en la región.
- Información y promoción del destino. Concienciación de la población receptora de los beneficios derivados del turismo. Amabilidad y hospitalidad.
- Posibilidades de desarrollo de actividades y prácticas turísticas.
- Autenticidad de la experiencia turística: valoración de señas de identidad locales.
- Posicionamiento claro y diferenciado con relación a otros destinos competidores.
- Posible relación de complementariedad con destinos próximos que ya son conocidos en los mercados de demanda: Aprovechar las sinergias

# PROPUESTAS

Ampliar la planta hotelera y gastronómica, calificarla y categorizarla de acuerdo a las normativas vigentes.

Creación de Productos con Identidad: Turismo accesible, rural – orgánico, salud, aventura, culturales, entre otros.

Creación de una Terminal de ómnibus que permita ser un nodo interactivo.

Implementar normativas edilicias (imagen), indicadores de sostenibilidad, calidad, entre otras acciones.

Creación y aplicación del Plan Guía para el Desarrollo Sostenible del Turismo en Destino Serranos.

# ESTRATEGIAS DE DIFERENCIACIÓN

Campañas de Comunicación y Publicidad (Redes)

Proyectos Recreativos/ Agenda de Eventos.

Turismo Accesibilidad (actividades e instalaciones)

Responsabilidad Social Empresarial

Sistemas de Gestión de la Calidad

Destinos Inteligentes



Metur presenta una nueva herramienta para los agentes de viajes



La DISCAPACIDAD ES LA CAPACIDAD  
DE SER EXTRAORDINARIAMENTE CAPAZ





**¡ES UN TRABAJO EN CONJUNTO!**

**Entre los distintos sectores  
Público & Privado+ Actores Locales  
Es un propuesta que tiene que nacer y  
ser Reconocido por TODOS!**

**Necesitamos Planificación Estratégica  
Tiempos programados  
Control**





# ¡MUCHAS GRACIAS!

"Reunirse es un comienzo,  
permanecer juntos es el progreso  
y trabajar juntos es el éxito"

Henry Ford

Dra. ROSANNA BINO RAYA  
rosannaebino@hotmail.com