



2do. Seminario Internacional de Turismo Rural en Bolivia

“Chalalán Ecological Lodge: Experiencia de Promoción y Comercialización”

La Paz, 10 al 11 de noviembre de 2008

Presentado por: Lic. Alex Villca Limaco

E-mail: alexvillca@gmail.com

chalalan.com

Charla sistematizada en el libro:

**Promoción y Comercialización del Turismo Rural Comunitario,
contenido aquí:**

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

<http://WWW.TurismoRuralBolivia.COM>



ÍNDICE

I. CARACTERISTICAS GENERALES

Antecedentes

Previsiones Ambientales

Origen del Nombre Chalalán

Logotipo

Slogan Chalalán

5 Razones para Visitar

II. PRODUCTO

Acomodación

Alimentación

Guiaje

Transporte Fluvial

III. PRECIO

IV. PLAZA

Ubicación del Producto

Distribución del Producto

V. PROMOCION

Internet

Material Impreso- Publicidad

Ferías

Premios - Reconocimientos

VI. COMERCIALIZACION

Mercado Real - Potencial

Ventas Directas

Ventas Indirectas

VII. CONCLUSION



I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Antecedentes:

San José de Uchupiamonas:

- Subsistencia ancestral- Extrema pobreza y carencia de servicios - Migración de la familias quechua – tacana, década de los años 80.

Chalalán Ecolodge:

- Fundación de Chalalán un 29 de febrero de 1992.
- Financiamiento – Asistencia técnica - BID – C I, 1995.
- Creación del parque Madidi; 21 de Septiembre, 1995
- Se implementa el Proyecto Chalalán, 1996 – 2000.
- Chalalán inicia operaciones ecoturísticas, 1998.
- Chalalán se constituye como empresa S. A. un 9 diciembre de 1999.
- Chalalán inicia gestión y operación como empresa comunitaria el 2001.



I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Previsiones Ambientales:

El cuidado al Medio Ambiente, ha sido nuestra mayor dedicación. Contamos con un sistema de tratamiento de residuos líquidos que combinan el efecto del sol con procesos biológicos.

Existe un tratamiento de los desechos sólidos mediante la selección de basuras (orgánicos – inorgánicos), donde los residuos orgánicos se manejen en un sistema de compost y los inorgánicos se derivan al servicio de recojo de basuras del Municipio de Rurrenabaque.

En Chalalán se aprovecha la energía del sol mediante el uso de paneles solares, para lograr una moderada iluminación de los dormitorios y áreas comunes del albergue, minimizando el uso de baterías para linternas y combustible fósil.



Paneles Solares



Sistema de Agua



I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

Origen del Nombre Chalalán:

El nombre de Chalalán, proviene del sonido que produjeron los platos de hierro enlozado que al impactar con las piedras durante un naufragio (Río Tuichi) que sufrieron un grupo de cazadores josesanos, produjo el ruido “CHA – LA – LAN”

Logotipo:

El logotipo es una suma de símbolos que resume nuestra vida cotidiana. El “remo” nos ha permitido conocer y establecernos junto a la Laguna Chalalán.





I. CARACTERÍSTICAS GENERALES

El slogan de Chalalán:

“El Concepto Ideal de Ecoturismo; 100% Propiedad y Gestión Comunitaria”

5 razones para visitar Chalalán:

- 100% propiedad, operación y gestión indígena comunitaria.
- Pioneros del ecoturismo comunitario en Bolivia: 100% beneficio comunitario.
- Conservación de la naturaleza y la cultura (tierra y territorio).
- Servicio de excelencia y trato personalizado.
- La mejor opción para conocer y asegurar el futuro del parque nacional Madidi.



5 Razones para visitar
Chalalán Eco Lodge





II. PRODUCTO

Acomodación:

Chalalán cuenta con cabañas de estilo tradicional tacana (construidas con material local). La capacidad del Ecolodge es para 30 personas.

Ofrecemos diferentes opciones de acomodación: Cabaña Exclusiva, Cabañas compartidas con habitaciones de 2 y 3 camas con baño privado y compartido.





II. PRODUCTO

Alimentación:

Chalalán Ecolodge ofrece comida local, internacional y vegetariano.

El desayuno ofrecido es tipo buffet – americano.

El almuerzo se prepara de acuerdo al menú del Ecolodge o de acuerdo a solicitud de los visitantes.

Los vegetarianos tienen un menú especial para su estadía.

La cena se sirve de acuerdo al menú del Ecolodge, el cual normalmente incluye una plato tradicional:

“dunucuavi o pescado a la tacuara”.





II. PRODUCTO

Guiaje:

Chalalán cuenta con un equipo de guías indígenas bilingües (inglés/español), expertos en interpretación de la selva. Contamos con un laberinto de senderos temáticos en el área de Chalalán (30km). Cada sendero ha sido diseñado para una temática en especial, donde el visitante podrá aprender acerca de las plantas medicinales, árboles maderables, observación de la vida silvestre, procesos ecológicos, mitos y creencias de los indígenas Uchupiamonas.





II. PRODUCTO

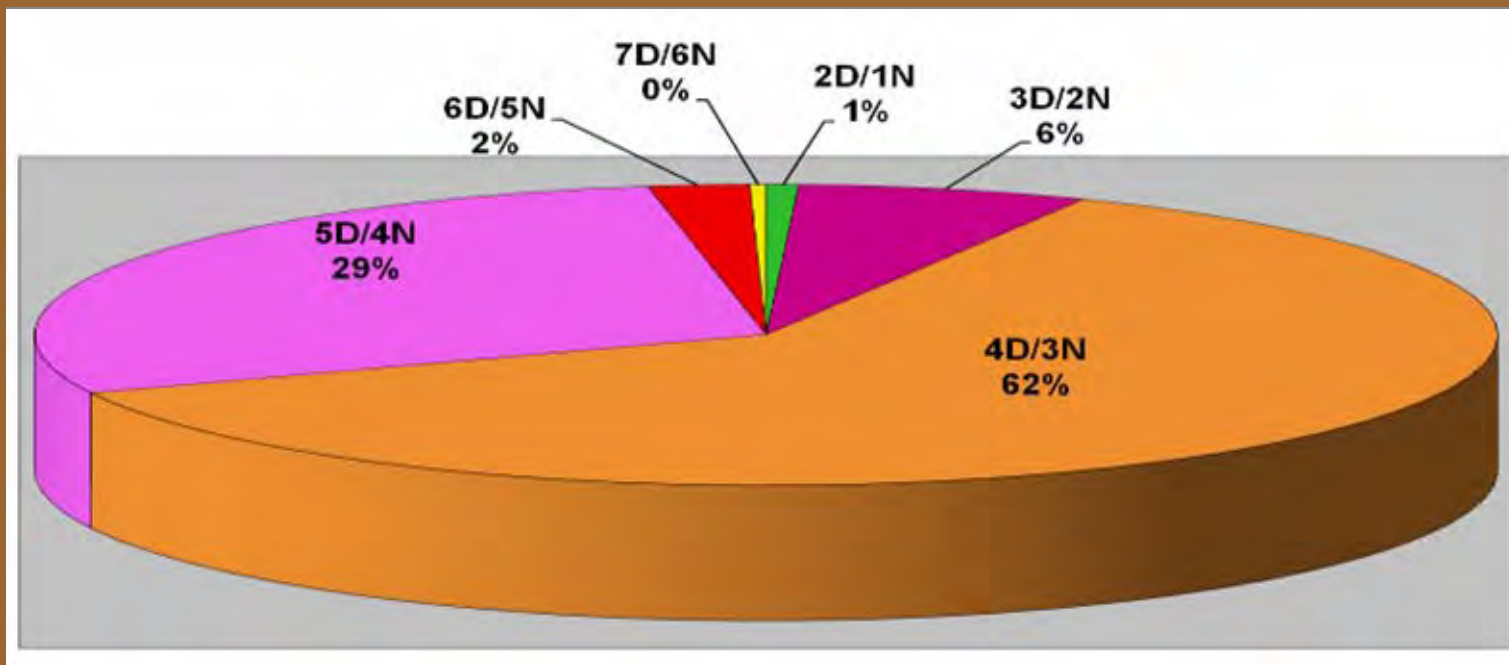
Transporte Fluvial:

Chalalán cuenta con botes a motor equipados con techo, sillones cómodos, chalecos salvavidas, ponchos de agua y botiquín de primeros auxilios. La capacidad de los botes es para 10 personas.





III. PRECIO



P1 4d/3n	2n C.E.	Usd 300
P2 5d/4n	3n C.E.	Usd 400
P3 6d/5n	4n C.E.	Usd 500



IV. PLAZA

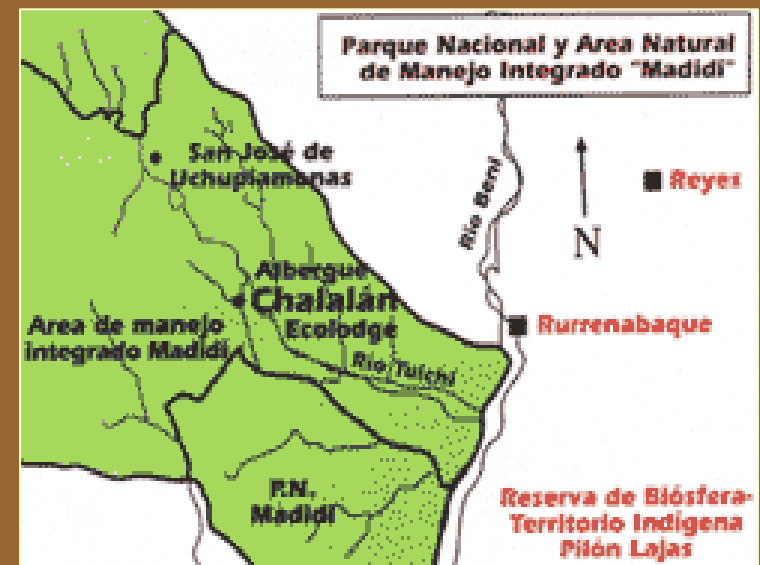
Ubicación del Producto

Chalalán Ecolodge está ubicado en el corazón del parque nacional Madidi - Departamento de La Paz. El punto de entrada hacia el Madidi es Rurrenabaque y San Buenaventura.

Distribución del Producto:

Chalalán cuenta con oficinas de ventas en Rurrenabaque y La Paz.

Existen agencias de viajes y operadoras de turismo que ofrecen los servicios de Chalalán en la ciudad de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Sucre. Estas operadoras a su vez, tienen contactos con operadoras de turismo en el exterior. Estados Unidos, Inglaterra.





V. PROMOCION

Internet:

Chalalán cuenta con un Sitio Web: chalalan.com en idioma ingles y español, mediante el cual se crearon casillas de correo electrónicos para facilitar el contacto con los turistas potenciales de todo el mundo.

El sitio Web brinda información sobre las características del Ecolodge, de la comunidad, del Parque Madidi, Ubicación, Contactos.

Chalalán figura en sitios Web de prestigiosas instituciones dedicadas al turismo responsable y ecoturismo en Bolivia y el exterior.

Material Impreso de Publicidad

Chalalán figura en diferentes libros guías como Lonely Planet, Foot Print, Rough Guide, Green Play to Stay, The Ethic Travel Guide.

Chalalán ha logrado publicaciones en revistas prestigiosas como la National Geographic Traveller y Adventure, The Magazine for the Responsible Tourist “R: Travel”, The Magazine for Enlightened Explorers “Modern Traveler”

Adicionalmente se cuenta con trípticos (ingles/español), banners diferente tamaño, tarjetas postales, para la promoción a nivel local e internacional.



Ferías:

V. PROMOCION

Chalalán ha asistido a algunas ferias locales, nacionales e internacionales de turismo.

Chalalán mantiene una importante relación de amistad con operadoras de turismo en La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Sucre para la promoción y comercialización del producto en ferias nacionales e internacionales.

Premios y Reconocimientos

Gob. Mun. Rurrenabaque - “Modelo de Empresa Comunitaria, Impulsor del Turismo Regional”, Febrero de 2004.

SIRENARE, Reconoce a Chalalán por su “Invaluable compromiso en la conservación de los Recursos Naturales no Renovables y Medio Ambiente de Bolivia”, Julio de 2006.

MPM - Viceministerio de Turismo, reconoce a Chalalán por su “Labor pionera en el desarrollo del turismo comunitario”, septiembre 2007.

Gob. Mun. de Rurrenabaque – DED Certifica a Chalalán como “Empresa Certificada en Practicas Responsables de Turismo”, 2007.

Virgin Holidays – Responsible Tourism Awards, Chalalan Ecolodge Highly Commended “Best in a Park or Protected Area”. WTM - Londres, Noviembre, 2007

Chalalán Ecolodge, Ganador del Premio Ecuatorial - Congreso Mundial de la Naturaleza - UICN, Barcelona, Octubre de 2008.



VI. COMERCIALIZACION

Ventas Directas – Indirectas

Desde el inicio de sus operaciones, Chalalán realizó la venta de sus paquetes mediante tours operadoras en la ciudad de La Paz para posteriormente ir ampliando su cobertura hacia operadoras de turismo en Santa Cruz, Cochabamba y Sucre.

Las ventas realizadas por las TTOO de turismo casi llegaban a un 100%.

Posteriormente esto fue cambiando, debido a las ventas realizadas desde RBQ.

A partir del 2006, las ventas directas han cobrado mayor importancia - Of. La Paz.

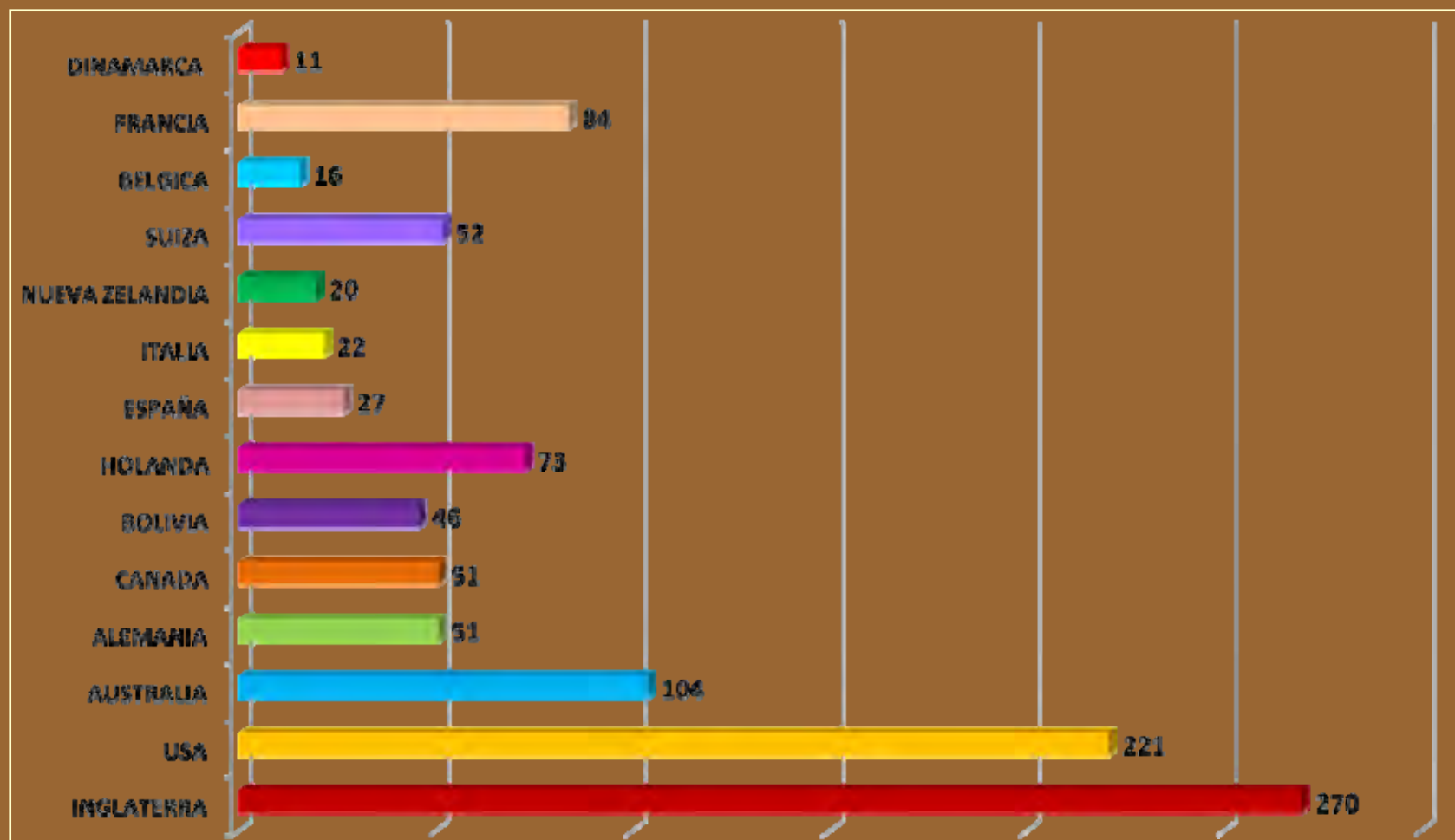
VENTAS	2002	%	2003	%	2004	%	2005	%	2006	%
V. Ind. – A. T.	578	50%	501	53%	421	37%	434	42%	479	43%
V. Directas	276	24%	155	16%	157	14%	239	23%	270	24%
V. Ind. - TT OO	307	26%	295	31%	574	50%	361	35%	359	32%

Fuente: Chalalan S. A.



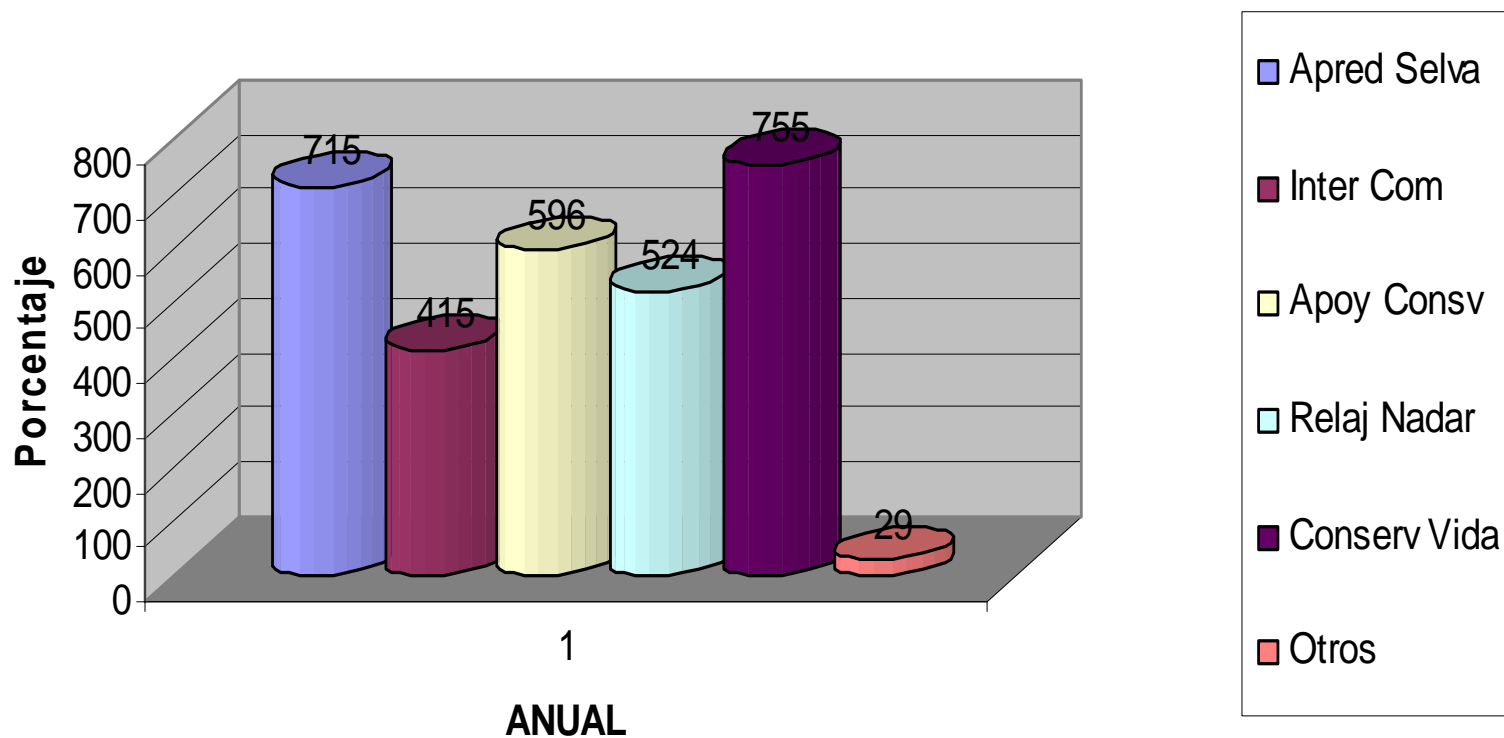
VI. COMERCIALIZACION

Mercado Real - Potencial





PORQUE ELIGIO VISITAR CHALALAN

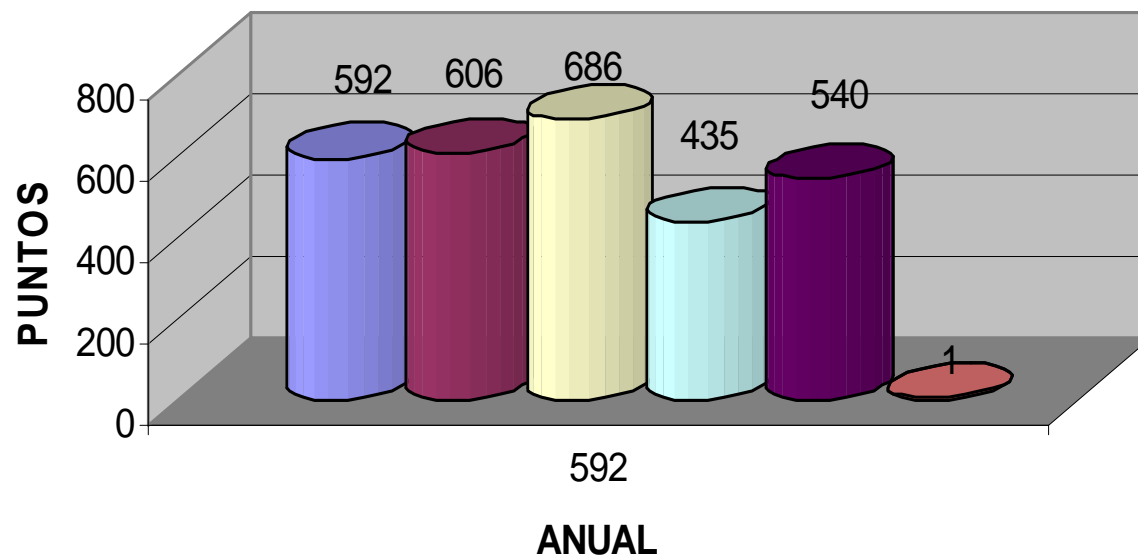


Fuente: Chalalan S. A.



CONCEPTOS DEL ECOLODGE

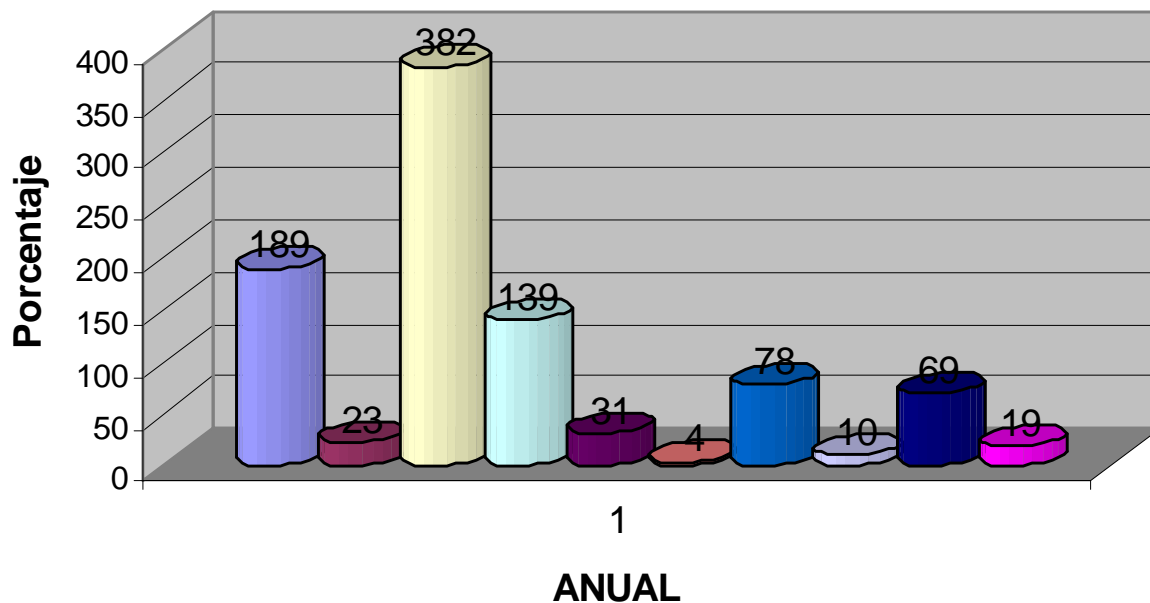
■ Loc - PNM ■ Prop - Ope - Com ■ Sen - Ecol ■ Cali - Serv ■ Vida Silv ■ Otros



Fuente: Chalalan S. A.



COMO SUPO DE CHALALAN



- A.T.
- MGT
- OTRO
- L & P
- FOOT
- NAT GEO
- COMENT WOM
- PUBLI CIDAD
- INTER NET
- OTROS

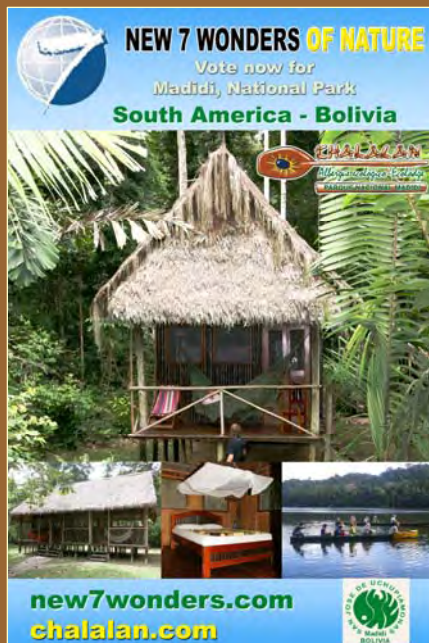
Fuente: Chalalan S. A.



VII. CONCLUSION

Equator Initiative





MUCHAS GRACIAS

info@chalalan.com

WWW.CHALALAN.COM

Fotos: M. Spanowicz, P. Comas, A. Bartschi – Archivo Chalalán.

Charla sistematizada en el libro:

Promoción y Comercialización del Turismo Rural Comunitario,
contenido aquí:

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

<http://WWW.TurismoRuralBolivia.COM>