

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 Protagonico	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 esta 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 Adatao
- 2) Confirme el envío a info@turismoruralbolivia.com
- 3) Al confirmar el depósito, enviaremos a su e- mail la guía en formato PDF