



Turismo Rural y Rutas Alimentarias

Herramientas para el diseño de proyectos integrales de gran impacto para las
comunidades rurales

Curso Taller de Turismo Rural y Rutas Alimentarias

Herramientas para el diseño de proyectos integrales de gran impacto para las comunidades rurales

Presentación

El turismo se brinda como una fuente inestimable de posicionamiento comercial para los productos más emblemáticos de un pueblo, sean alimentos, artesanías u otros productos del saber hacer de los pueblos. Las rutas turísticas son un formato atractivo para ese proceso de creación de valor.

La visión tradicional del turismo y de la gastronomía suele tener una mirada que deja afuera a muchos pueblos que parecieran no tener atractivos bajo esa óptica.

En este curso proponemos revisar la experiencia internacional apuntando a diseñar estrategias y cursos de acción que, atendiendo a las particularidades locales, valoricen los productos más emblemáticos de la región vinculándolos con el turismo y la recreación.

Existen nichos de mercados para nuevos productos turísticos y recreativos y también para tradicionales y nuevos alimentos, bebidas y artesanías en tanto carguen con la autenticidad de su terruño. Es así que aparecen condiciones propicias para el desarrollo de marcas referenciadas que los diferencien con la identidad del territorio y la cultura que les dan origen.

Este curso será de utilidad, además del desarrollo de los productos y servicios mencionados para desarrollar estrategias que incorporen con protagonismo a mujeres y jóvenes en el negocio del turismo.

Todo producto comunitario, como por ejemplo un alimento, es un complejo mix de calidad, herencia y naturaleza; es un producto de la historia. Su valor se incrementa con la autenticidad y la singularidad que representa, es decir con su carácter menos globalizado.

Las artesanías, los alimentos y en general todo producto comunitario tiene un contenido esencial que es simbólico. Se trata de una representación épica, de un paisaje, de una manifestación cultural, histórica e incluso deportiva.

Entendemos al turismo como una fuente para el desarrollo de marcas colectivas y distintivos de calidad referenciados en el origen que pueden valorizar a los productos comunitarios más importantes y singulares.

A nuestro juicio el Estado moderno debe tomar la iniciativa y aportar a la creación de valor social. La espontaneidad tiene tiempos morosos y el subdesarrollo sólo se supera acelerando los procesos.

Las rutas turísticas son valiosas para todas las regiones que cuentan con productos y alimentos de calidad especialmente si tienen valor identitario. Por eso su construcción es un aporte tanto al desarrollo de pequeños emprendimientos y agroindustrias artesanales como para el turismo, pero especialmente las consideramos como una estrategia para la mejora de los ingresos comunitarios y campesinos.

En este marco y con el fin de capacitar a los participantes y de aportar al diseño de un perfil de proyecto de Rutas Alimentarias se dictará el curso de Turismo Rural y Rutas Alimentarias

Objetivos del Curso

- Que los participantes conozcan sobre el Turismo Rural y las Rutas Alimentarias detectando posibilidades de implementar proyectos participativos sobre la base de la producción local.

Duración y Fecha del Curso

20 horas. 18, 19 y 20 de Marzo de 2010.

Horario: Jueves y viernes de 9:00 a 18:00 horas y sábado de 9:00 a 13:00 horas.

Lugar:

Club Rotario de Tlapacoyan

Metodología

Trabajo participativo que intercala fases de exposición cognoscitiva con actividades de taller. Se formarán grupos de trabajo para formular las bases de los diversos proyectos de negocios partiendo de los recursos e ideas de los participantes.

Con la información de base recogida más la visión obtenida en la región se presentará posteriormente un perfil de proyecto de rutas alimentarias por parte de los consultores.

Destinatarios

Miembros de la comunidades, profesionales del agro y del turismo, líderes locales, productores agropecuarios, empresarios del sector turismo, funcionarios del Estado y locales vinculados al desarrollo rural y a la implementación de políticas agrícolas y turísticas.

Programa del Curso

El turismo rural como marco de las rutas alimentarias.

Qué se entiende por Turismo Rural. Los componentes del Turismo Rural. Beneficios del Turismo Rural. Desafíos del Turismo Rural. Repaso del estado de desarrollo del Turismo Rural en varios países. Estrategias nacionales para el desarrollo del Turismo Rural. Participantes del Turismo Rural. Desarrollo de oportunidades para el Turismo Rural. Debilidades y amenazas – Capacitación. Rol de los Gobiernos.

Recursos turísticos

Los recursos y atractivos y atractivos del ámbito rural para el desarrollo del Turismo Rural. Recursos para el turismo étnico. Recursos naturales – Históricos – Culturales – Técnicos – Acontecimientos programados. Cómo saber si se cuenta con recursos turísticos. Cómo evaluar los recursos turísticos.

Identificación de recursos. Método para priorizar recursos. Programación de Actividades. Configuración del Producto Turístico.

El alimento como recurso turístico

El alimento como recurso cultural. Vínculos entre alimentos y turismo. Valoración y selección de los alimentos con mayor potencial para integrar rutas alimentarias. Paisaje, cultura productiva. Relevamiento de recursos.

Calidad

Definiciones básicas. Calidad en productos. Calidad en servicios: Calidad en hotelería. Normativas de cumplimiento obligatorio. Normativas de cumplimiento voluntario. Protocolos de calidad. Certificación de la calidad. Tipos de calidad y su relación con el Turismo Rural. Calidad standardizada. Normativas de cumplimiento obligatorio. Calidad vinculada a una convención doméstica o de fama (Denominación de Origen). Calidad vinculada a un cuerpo de principios sociales (Agricultura Orgánica). Calidad vinculada a convenciones comerciales o marcas privadas. Calidad en Turismo Rural. Control interno de la calidad. Objetivos del control de calidad. Como efectuar el control.

Marketing para el turismo rural

Población objetivo. Posicionamiento de productos durante el ciclo de vida. Servicios aplicados a los productos. Modalidades de comunicación para MiPYMEs turísticas. Negociación con los operadores turísticos. Comunicación con el mercado. Identidad corporativa. Segmentación de acciones por actores e instituciones. Plan de comunicación. Definición de producto. Definición de imagen. Objetivos de comunicación. Público objetivo. Objetivos de comunicación. Bases para un análisis FODA.

Comercialización

Las relaciones de intercambio. Bienes y servicios, diferencias que afectan la comercialización. Distribución directa. Ventajas y desventajas. Estrategias: Exclusiva – Intensiva – Selectiva. Agencias de Viajes. Comunicación con el mercado. Identidad corporativa. Comunicación para atraer clientes. Comunicación para imponer el producto. Publicidad. Publicaciones. Folletos. Ferias – Workshops – Fam Tour. Marketing directo.

Organización de las rutas alimentarias

Definición, diseño y estrategias organizativas. Rutas y circuitos. Rutas Alimentarias y Denominaciones de Origen. Calidad. Asociativismo. Desarrollo de nuevos productos turísticos y de nuevas ofertas agroindustriales artesanales dirigidas al turismo.

Experiencia Internacional sobre rutas alimentarias

Las Rutas Alimentarias en Europa. Perspectivas en América Latina. Casos: Argentina, Colombia, México. USA.

Proyectos en Argentina: Saborea Río Negro. Ruta de la Yerba Mate. Caminos del Vino de Mendoza. Ruta del Vino de Río Negro.

Proyectos en México: Ruta de la Sal de Zapotitlán Salinas.

Resultados esperados

Sobre la base del trabajo en talleres con consignas adecuadas al efecto se trabajará en el diseño de perfiles de proyectos y de circuitos turísticos vinculando a los recursos naturales, los alimentos y bebidas que identifican el lugar.

Los talleres además de ejercitar a los participantes en el diseño y construcción de estrategias territoriales concretas serán el instrumento que permitirá configurar cada proyecto local.

Material a solicitar a los participantes

Para un mejor aprovechamiento del trabajo de taller es conveniente que los participantes, en la medida que les sea posible, traten de obtener la siguiente información y material previo al curso.

- Información sobre el ingreso de visitantes a la zona del proyecto que deseen realizar
- Principales actividades económicas locales. Descripción de los procesos productivos y del funcionamiento de las industrias
- Aspectos culturales asociados a los sistemas productivos locales más relevantes
- Motivaciones de los visitantes. Considerar eventos, fiestas, actividades, culturales, deportivas, etc. Origen de los mismos.
- Gasto de los turistas y visitantes.
- Capacidad de alojamiento en la zona.
- Notas sobre la cultura de la población rural.
- Ideas sobre los recursos turísticos del mundo rural. Apreciados en un sentido amplio. Es útil conversar con naturalistas, historiadores, gastrónomos, deportistas, etc. a los fines de detectar recursos que atraen gente a la zona.
- Fotografías, videos, etc. sobre los recursos turísticos de interés y de aquellos que se consideran potencialmente aptos.
- Ingreso agropecuario en la zona. Fuente de empleo rural no agrícola más difundidas
- Información sobre la cadena de producción y el cluster de los alimentos más emblemáticos de su región. Aspectos culturales relacionados a su producción. Cultura de consumo, etc.
- Proyectos relacionados o que podrían vincularse con una propuesta de desarrollo del turismo rural
- Políticas del gobierno para la zona.
- Toda la información que considere puede justificar la implementación del proyecto.

Cuota de recuperación: \$3,000.00 pesos M.N. más IVA.

Incluye: Constancia de participación, material didáctico, servicio de café.

Datos de cuenta bancaria: Tierra y Turismo Consultoría Internacional Barrera Bringas, S.C.

Banamex. No. De cuenta: 5982086 Sucursal 602

CLABE Interbancaria: 002760060259820869

Confirmar el depósito mediante un correo con la ficha escaneada y el envío de solicitud anexa.

Mayores informes:

Tierra y Turismo Consultoría Internacional Barrera Bringas, S.C.

Tel. (662) 2600697

Cel. 6621390602

contacto@tierrayturismo.com

www.tierrayturismo.com

Instructores:

Ing. Agr. Ernesto Barrera

- Ingeniero Agrónomo: Universidad Nacional de La Plata
- Magíster Scientiae en Economía Agraria. Universidad de Buenos Aires
- Profesor adjunto y coordinador del Área de Turismo Rural de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires
- Coordinador de Posgrados en Alta Dirección en Turismo Rural de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Diseñó y coordinó el Programa Argentino de Turismo Rural de la Secretaría de Agricultura de la Nación.
- Coordinó el Programa Rutas Alimentarias Argentinas.
- Coordinó los Proyectos Saborea Río Negro y Ruta de la Yerba Mate en Argentina
- Ha desarrollado actividades profesionales en numerosos países en temas de Turismo Rural y Rutas Alimentarias: México (varios estados), Bolivia, Brasil, Colombia, Chile, Ecuador, España, El Salvador, Honduras, Italia, Panamá, Uruguay, Paraguay y Venezuela
- Director Técnico de Tierra y Turismo Consultoría Internacional.

Olivia Bringas Alvarado

- Lic. En Contaduría Pública. Universidad de Sonora. (México)
- Maestra en Promoción y Desarrollo Cultural por la Universidad Autónoma de Coahuila
- Ex - Presidente del Colegio Mexicano de Gestores Culturales, A.C.
- Presidenta de la Asociación Sonorense de Turismo Rural, A.C.
- Desarrollo de proyectos de Turismo Rural y Rutas Alimentarias
- Directora Administrativa de Tierra y Turismo Consultoría Internacional.
- Experiencias de trabajo en México (Puebla, Chiapas, Campeche, Guerrero, Jalisco, Querétaro, Hidalgo, D.F., Sonora), Bolivia (Tarija), Panamá (Panamá), Costa Rica (Heredia, Liberia, Guanacaste), Argentina (Buenos Aires, Mar del Plata, San Martín de los Andes).
- Tutora de curso de Posgrado en Alta Dirección en Turismo Rural de la Facultad de Agronomía de la Universidad de Buenos Aires.
- Miembro del Consejo Consultivo del Programa de Desarrollo Cultural Municipal de Hermosillo.