

CIUDADANAS/OS, TURISTAS RESPONSABLES Y SOLIDARIOS

Municipios andaluces por un turismo responsable



Sistematización del proyecto

ANTÍGONA Procesos Participativos
Lucrecia Olivari

Julio 2018

1. ANTECEDENTES

1.1. CIC Batá y el turismo responsable

1.2. CIC Batá y la Mancomunidad del Alto Guadalquivir

2. RECONSTRUCCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO

2.1. RUTA I: IDENTIFICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EXPERIENCIAS

2.2. RUTA II: SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA partiendo de las experiencias identificadas

2.3. RUTA III: INCIDENCIA

2.4. TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO

2.5. CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

2.6. CREAR SINERGIAS

2.7. TRANSFERENCIA DE RESULTADOS

3. APRENDIZAJES

4. CÓMO SEGUIR AVANZANDO

Anexos

1. ANTECEDENTES

Ciudadanos/as turistas responsables es una propuesta educativa que busca poner en valor y mostrar los aportes que las personas, desde sus acciones y actitudes cotidianas, realizan en la construcción de una economía social y solidaria.

La propuesta, desarrollada en la Mancomunidad del Alto Guadalquivir (Córdoba), busca descubrir el potencial de la ciudadanía para promover proyectos e iniciativas que se relacionan con los valores y principios del turismo responsable, desde una perspectiva local-global. Incorpora el enfoque de género en su desarrollo para conocer el impacto diferenciado que el modelo actual de desarrollo turístico tiene sobre hombres y mujeres y resaltar la importancia del papel de la mujer en los objetivos y valores del turismo responsable.

OBJETIVO DEL PROYECTO: Generar cambios sostenibles con enfoque de género en ideas, valores, políticas y prácticas en relación al turismo responsable, con conexiones entre lo local y lo global en mancomunidades y comarcas de Andalucía.

ZONA DE EJECUCIÓN: Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir (MAG).

PERÍODO DE EJECUCIÓN: enero de 2017 a junio de 2018.

FINANCIACIÓN: Agencia Andaluza de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AACID)

1.1. CIC Batá y el turismo responsable

Desde hace algunos años CIC Batá viene abordando, a través de diferentes proyectos, el enfoque del turismo responsable como una herramienta que relaciona nuestros comportamientos y acciones como turistas con nuestros derechos ciudadanos y la necesidad de construir una ciudadanía crítica que se moviliza y actúa para la consecución de los ODS (Objetivos de Desarrollo Sostenible) a través del turismo. Durante la implementación de estos proyectos se ha ido generando una **red de entidades, colectivos y personas** que, desde diferentes ámbitos y espacios, están apostando por impulsar el turismo responsable.

A partir del recorrido previo realizado por la entidad, enriquecido por los debates y reflexiones que se fueron dando al interior de la red, surge el proyecto *Ciudadanas/os turistas responsables y solidarios/as* con el objeto de dar un paso más en la incorporación de los valores asociados al turismo responsable. En este viaje, CIC Batá cuenta como **principales acompañantes** con algunas de las entidades con las que ya había trabajado en proyectos anteriores (Ucoturem, Koan Consulting y Equality in Tourism).

Mientras en los proyectos anteriores se hacía énfasis en el trabajo con profesionales del turismo en formación¹, en el actual proyecto se amplía este campo en tanto “todos y todas tenemos parte de

¹ A-TRES Turismo Responsable y Sostenible en Andalucía.

responsabilidad, porque en algún momento de nuestras vidas nos convertimos en ciudadanos/as-turistas”.

El turismo responsable no es un tipo de turismo más, sino una orientación de la industria del turismo desde la que se intenta minimizar el impacto negativo del actual modelo de desarrollo sobre aspectos tan importantes de la vida como el medio ambiente, la diversidad cultural, los derechos humanos o la igualdad de género. No es otro tipo de turismo como pueden ser el turismo de sol y playa, el turismo cultural o el turismo de naturaleza, sino una cuestión transversal que impregna a todas las actividades turísticas. Surge del compromiso, la reflexión y la acción de todos los perfiles sociales implicados: empresas, instituciones públicas, ciudadanía y el/la propio/a turista. En este camino hacia el turismo responsable, son importantes los gestos cotidianos y comportamientos de la gente de a pie, que aportan a la comunidad y promueven cambios silenciosos sostenibles en el tiempo, los consumidores y las consumidoras conscientes, que eligen valores y principios del turismo responsable para hacer turismo, las empresas que buscan un triple balance ambiental social y económico, las asociaciones y colectivos que reclaman esos cambios en la sociedad y las administraciones locales que promueven políticas públicas inspiradas en los principios del turismo responsable.

El turismo responsable es el turismo que se lleva a cabo según principios de justicia social y económica, con total respeto por el medio ambiente y por las culturas locales. Reconoce el papel central de la comunidad local de acogida y su derecho a ser protagonista en el desarrollo turístico sostenible de su propio territorio. Cada persona puede ser una «buena viajera» prestando atención al mundo y a quienes nos rodean.



Fuente: Centro Español de Turismo Responsable “*Vademecun del/la Turista Responsable*”

El enfoque del proyecto *Ciudadanas/os turistas responsables y solidarios/as* plantea diferentes ámbitos de actuación, con objetivos y participantes específicos.



Para hacer posible un turismo responsable es esencial informar y sensibilizar a la ciudadanía, a las empresas turísticas, a las administraciones, para que el turismo sea una actividad cada vez más anclada en los principios del respeto al medio ambiente, de la sostenibilidad social, que respete los derechos laborales y sociales de las poblaciones, contemplando la diversidad cultural y la viabilidad económica. Son una serie de principios y valores que vienen a decirnos que de cara al turismo no todo vale, que hay que hacer un uso respetuoso de los recursos de una comunidad, de un territorio, y sobre todo preservar ese territorio de manera que pueda ser disfrutado por visitantes y turistas, que tengan una experiencia interesante en ese espacio, pero también que siga siendo el lugar donde habitan los y las residentes de ese territorio.

El turismo ya no es un asunto exclusivo de las empresas turísticas. Es un fenómeno que debemos empezar a debatir y sobre el que todos y todas tenemos algo que decir. Cuanto antes abramos ese canal de participación y reflexión, antes podremos tomar medidas consensuadas para que en la gestión y planificación del turismo se nos tenga en cuenta a todas y a todos.

1.2. CIC Batá y la Mancomunidad del Alto Guadalquivir



Partiendo de un análisis crítico del modelo actual de desarrollo turístico y con el objetivo de SENSIBILIZAR, INCIDIR y CREAR SINERGIAS entre los distintos perfiles de agentes asociados al turismo, el proyecto se focaliza en la Mancomunidad del Alto Guadalquivir, nutriéndose de las iniciativas y experiencias puestas en marcha que apuntan a los valores y principios del turismo responsable, para ponerlas en valor y convertirlas en recursos didácticos.

Al ponerlas en valor queremos facilitar una mirada comprometida de instituciones y ciudadanía, una mirada que persiga la construcción colectiva de nuevas formas de entender el desarrollo, desde una dimensión más humana.

La gestión por parte de CIC Batá del Albergue de Fuente Agria (situado en Villafranca de Córdoba) ha facilitado el inicio de actividades en la zona: desde el año 2012 CIC Batá viene trabajando en la mancomunidad con proyectos educativos como “*Comparte tus ideas para otro mundo mejor*”² y “*Jóvenes comunicadores solidarios*”³, o a través de la campaña “*Contamos en esta historia*”, lo que le ha permitido un amplio conocimiento del tejido asociativo de la zona. La gestión del albergue, basada en los principios de sostenibilidad ambiental social y cultural, impulsó a su vez la identificación de este proyecto.

El proyecto ha contado desde su inicio con el apoyo de la Mancomunidad, que ha colaborado a nivel técnico y político para que el proyecto se desarrolle con éxito.

Equipo de trabajo

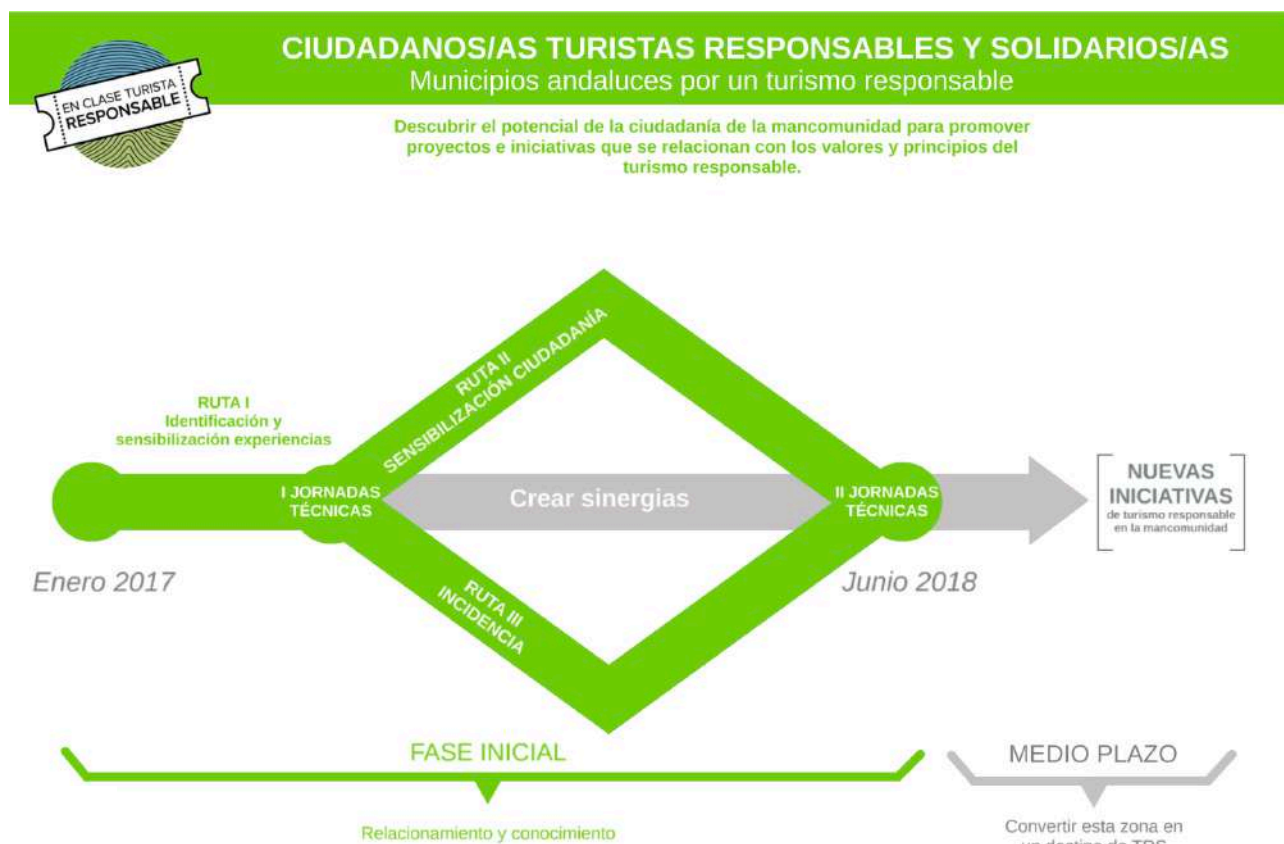
El *Área de Educación, Comunicación y Cultura para el Desarrollo* de CIC Batá, responsable de este proyecto, está formada por un **equipo multidisciplinar** especializado en educación, comunicación, dinamización sociocultural y gestión de proyectos.

Este equipo trabajó, a lo largo de todo el proyecto, en forma coordinada con un equipo asesor (Ucoturem, Koan Consulting y Equality in Tourism) especializado en diferentes temáticas del ámbito del turismo responsable y sostenible, lo que permitió complementar y poner a interactuar los contenidos del turismo y la educación para el desarrollo.

² Especialmente en los centros Guadalinfo.

³ En los centros de educación secundaria.

2. RECONSTRUCCIÓN DEL PROCESO METODOLÓGICO



El proyecto se plantea como un abordaje inicial acotado a la Mancomunidad del Alto Guadalquivir que permita, en futuras actuaciones y apoyándose en las experiencias e iniciativas ya existentes, impulsar un proceso orientado a generar productos turísticos en la zona sobre la base de los principios y valores del turismo responsable, y alineados con la consecución de los ODS.

Tras un período inicial de contactos en la zona, en el que se recurre a entidades e informantes clave de diferentes localidades para hacer un primer relevamiento de la situación de partida, se inicia el recorrido con la IDENTIFICACIÓN y SENSIBILIZACIÓN de experiencias e iniciativas que se están dando en la zona, para luego trabajar en dos frentes: la SENSIBILIZACIÓN de la CIUDADANÍA y la INCIDENCIA. Las actividades realizadas en estos dos ámbitos se enfocan de manera tal que permitan ir avanzando en la puesta en valor de las iniciativas vinculadas al turismo responsable en la mancomunidad y en la CREACIÓN DE SINERGIAS entre agentes sociales como aspectos imprescindibles de cara a potenciar en la zona las iniciativas existentes y generar otras nuevas.

PREMISAS PARA INICIAR EL RECORRIDO

Se parte de cinco elementos clave que están presentes a lo largo de todo el proceso:

1. PARTIR DE LO QUE HAY, de las experiencias e iniciativas de la propia Mancomunidad basadas en una economía social y solidaria.
2. Contar con el apoyo y asesoramiento de ENTIDADES EXPERTAS.
3. Transversalizar el ENFOQUE DE GÉNERO.
4. DAR A CONOCER los recursos existentes a la comunidad para que ésta defienda y proteja los bienes comunes que se dan en su territorio.
5. IMPLICAR a las experiencias y resto de agentes en el seguimiento y la gestión del proyecto.

Estas premisas serán retomadas en el apartado APRENDIZAJES en tanto tips metodológicos para quienes quieran iniciar un recorrido similar en otras zonas.



2.1. RUTA I IDENTIFICACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN EXPERIENCIAS



En tanto el proyecto se plantea como premisa PARTIR DE LO QUE HAY, de las iniciativas y experiencias basadas en una economía social y solidaria relacionadas con los principios del turismo responsable que se están dando en la mancomunidad, la primera tarea consistió en la IDENTIFICACIÓN de dichas experiencias.

Se inicia el trabajo preparatorio con la elaboración, con la colaboración de UCOTUREM (Universidad de Córdoba), KOAN CONSULTING y EQUALITY IN TOURISM, de una ficha que oriente el trabajo de campo necesario para la identificación de experiencias.

Hay muchas iniciativas que podríamos ubicar dentro del ámbito del medio ambiente, por ejemplo, relacionadas con la agroecología, la producción y consumo de productos de km 0 (alimentación sostenible, consumo de productos de cercanía). Eso es lo que está promoviendo una gran parte de las iniciativas de la mancomunidad. Pero también hay otra parte que están intentando promover la equidad de género, asociaciones de mujeres que están intentando tener un papel mucho más protagonista y ser consultadas a la hora de la planificación y el desarrollo local en la mancomunidad. También hay entidades que trabajan en torno a la cultura y la identidad cultural, la recuperación del patrimonio cultural, de manifestaciones culturales, de caminos. Hay una serie de iniciativas... cada una en un ámbito, cada una representa uno de los principios y valores del turismo responsable.

Ficha de Identificación experiencias

En todo este período se realiza un trabajo de campo muy intenso y una campaña de difusión que implica no sólo el contacto con las experiencias, sino la presentación del proyecto y el conocimiento más pormenorizado de las iniciativas.

Era muy importante hablar con las experiencias... No apuntábamos solamente a iniciativas de hostelería, restaurantes u otros servicios turísticos, sino a todas aquellas que podían aportar al enfoque del turismo responsable en la zona, desde una visión de articulación. Así, se identificaron experiencias orientadas a temas culturales, a la recuperación de productos autóctonos y otras específicas del turismo.

UN ALTO EN LA RUTA

¿Conoces o eres una experiencia o iniciativa para nuestro proyecto?
¡Comparte!

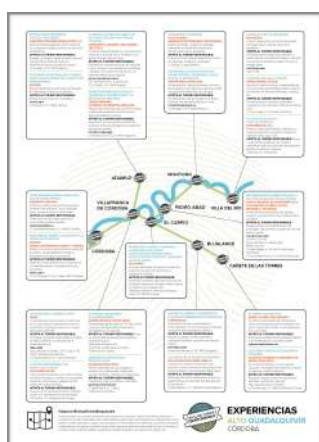
Algunos criterios a tener en cuenta:
Experiencias e iniciativas locales, autóctonas, sostenibles.

A modo de ejemplos:
Recuperación de zonas naturales, producción agroecológica, tecnologías y energías sostenibles, recuperación de semillas, energías renovables, economía social / colaborativa, promoción de la mujer rural, lucha contra la violencia hacia la mujer, conocimiento de la riqueza cultural y/o ambiental de la Mancomunidad.

Las iniciativas identificadas se relacionan con el turismo en sus múltiples dimensiones, algunas con una relación más directa, otras de forma indirecta, pero todas ellas se pueden incluir en lo que definimos como el turismo responsable y sostenible en la Mancomunidad.

Hacia el mes de octubre de 2017, con 18 fichas cumplimentadas y 20 experiencias identificadas, se inicia una ronda de VISITAS Y REUNIONES con las experiencias a fin de dar a conocer el proyecto en detalle y contar con su participación⁴.

Dado que algunas de las experiencias identificadas inicialmente deciden no participar en el proyecto⁵, hacia el mes de diciembre de 2017 se inicia una nueva ronda de identificación y PRESENTACIÓN DEL PROYECTO en otros municipios a fin de completar un mayor abanico de iniciativas, hasta contar con la participación de 23 experiencias.



Folleto Mapa de experiencias



Mapa de experiencias en Web

⁴ El compromiso de participación de las experiencias en el proyecto se recoge en una *Carta de colaboración*.

⁵ De las 20 experiencias identificadas en la primera ronda, 6 deciden no participar en el proyecto.

EXPERIENCIAS E INICIATIVAS IDENTIFICADAS Y ALINEACIÓN CON LOS ODS

CÓRDOBA

<u>Senderos Córdoba</u>	Rutas para descubrir la singularidad de Sierra Morena	 
<u>Adeitur</u> - Agencia de Desarrollo Ideas y Turismo	Ideas para el diseño, la ejecución y la promoción turística	 

VILLAFRANCA DE CÓRDOBA

<u>Ideas Comercio Justo</u> . Iniciativas de Economía Alternativa y Solidaria	Apuesta por el Comercio Justo	 
<u>Los Linares Altos</u>	Consumo responsable con productos locales	 
<u>Albergue Fuente Agria</u>	Un rincón con encanto en Sierra Morena	  
<u>Guadalquivir Activo</u>	Amantes de la naturaleza en estado puro	 

EL CARPIO

<u>Ecocarpio Asociación de consumidores y productores ecológicos y artesanales de El Carpio</u>	Pasión por la tierra y soberanía alimentaria en El Carpio	  
---	---	--

BUJALANCE

<u>Torrevequía</u>	Sabores olivares y experiencias culturales, ingredientes de Torrevequía	 
<u>Asociación de mujeres Grailla</u>	La fuerza de las mujeres de Morente	  

CAÑETE DE LAS TORRES

<u>Barrio "Huerto del Francés"</u>	Un barrio con historia	 
<u>Taller de Salmorejo Cordobés por Matías Vega Ortiz</u>	La auténtica receta del salmorejo cordobés	 

ADAMUZ

<u>Agroexplotaciones Sierra Norte</u>	Explotación de Fincas rústicas y olivar	 
<u>Alpasín</u>	Turismo Activo	 
<u>Yandanera</u>	Ganadería y elaboración de quesos	  
<u>Transformando</u>	Importación, Fabricación y Comercialización de productos de Economía Social, Solidaria y Transformadora	  

PEDRO ABAD

Grupo Perabeño de Senderismo G.P.S., Club Deportivo Peña Ciclista Perabeña y Trotabad

Recuperación de caminos rurales y vías pecuarias para todo el mundo



MONTORO

Transforma con Placer

Empoderar a la mujer desde una visión positiva, placentera y saludable de la sexualidad



Paco Delgado. Diseñador de interiores y decorador

Interiorismo sostenible



VILLA DEL RÍO

Mielinízate

La miel en todo su esplendor



Sierra Morena Active

Sostenibilidad en el turismo



BTM Simbiosis S.R.L.

El hueso de aceituna, todo un potencial



En esta primera etapa del recorrido, a fin de garantizar la sostenibilidad del proyecto, se aborda la conformación de un espacio de trabajo que integre a entidades e instituciones de la zona de alcance comarcal, desde el que se asuma el seguimiento y la reformulación del proyecto. Integrada inicialmente por el equipo técnico de CIC Batá, el equipo asesor, la coordinadora supramunicipal y la Federación de Mujeres del Alto Guadalquivir, se realizan reuniones en momentos clave del proyecto que permitieron debatir y consensuar las estrategias a seguir en cada fase del proyecto.

DESTINO RUTA I: I JORNADAS TÉCNICAS



25 de enero 2018, Albergue Fuente Agría - VILAFRANCA DE CÓRDOBA.



OBJETIVOS:

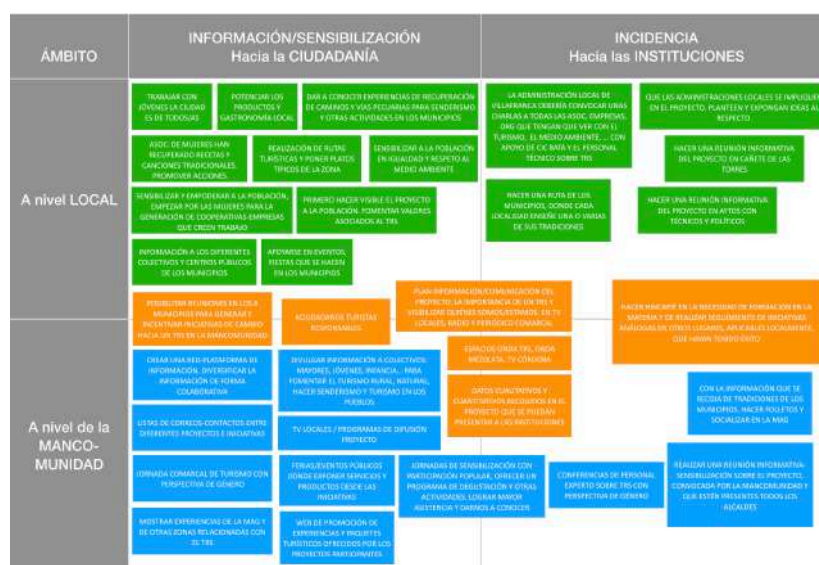
- Presentar el proyecto, sus objetivos y actividades.
- Informar y sensibilizar sobre el turismo responsable a experiencias e iniciativas de la mancomunidad.
- Elaborar conjuntamente una ruta de acción en la mancomunidad.

El 25 de enero de 2018 se realizan en Villafranca de Córdoba las *I Jornadas Técnicas*, a las que asisten las experiencias que participan en el proyecto, autoridades locales y de la mancomunidad. Tras la presentación del proyecto, sus objetivos y actividades, tienen lugar dos

Mesas redondas que permitieron abrir el debate y poner el foco en los principales valores asociados al turismo responsable y solidario.

- Mesa 1: *Hacia un turismo responsable, una oportunidad para el desarrollo local*, con las intervenciones de Rocío Muñoz (Ucoturem) y José María de Juan (Koan Consulting).
- Mesa 2: *Integración del enfoque de género en el turismo responsable*, moderada por Paqui del Castillo (Presidenta de la Asociación de Mujeres del Alto Guadalquivir) con la intervención de Daniela Moreno (Equality in Tourism).

En un segundo momento, tras la presentación de cada una de las experiencias, se trabaja en grupos a fin de aportar ideas/propuestas que permitan nutrir las acciones de sensibilización e incidencia a realizar en los diferentes municipios de la mancomunidad, definiendo así una hoja de ruta conjunta para iniciar las Rutas II y III.



Matriz propuestas - I Jornadas Técnicas

MATERIALES I JORNADAS TÉCNICAS

Informe actividad

Memoria I Jornadas Técnicas

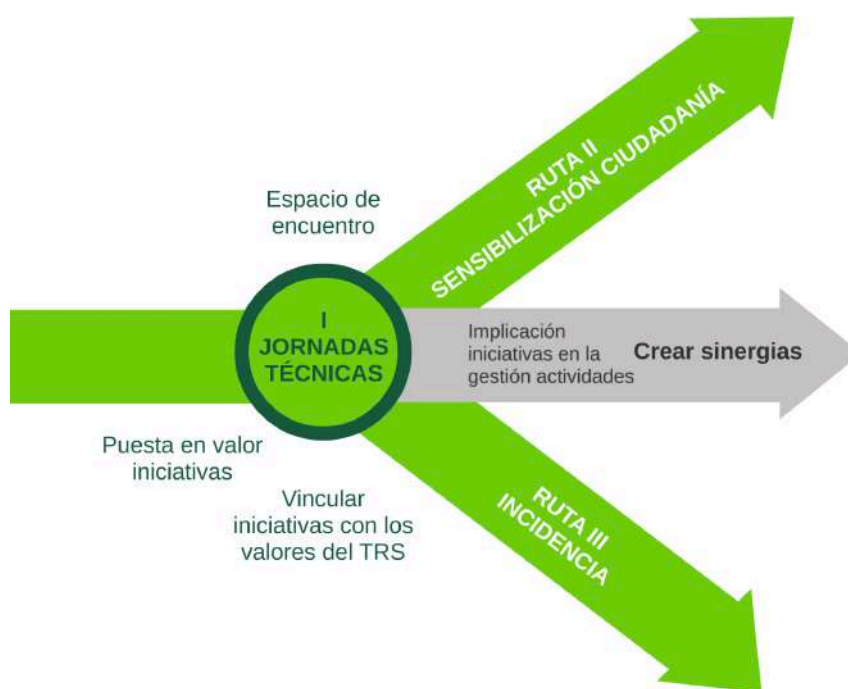
¿Hablamos de turismo responsable en la Mancomunidad del Alto Guadalquivir? Entrada Web proyecto
Se presentan una veintena de experiencias ciudadanas e iniciativas que promueven los valores del turismo responsable. Entrada Web proyecto

Turismo y género para "Ciudadanos/as turistas responsables" - Presentación Daniela Moreno Alarcón

Turismo responsable: asegurándose experiencias exitosas - Presentación José María de Juan Alonso

Turismo sostenible, responsable y accesible - Presentación Rocío Muñoz Benito

Las I Jornadas Técnicas constituyeron una de las **actividades clave del proyecto** y sirvieron como punto de arranque para las Rutas I (Sensibilización) y II (Incidencia). Por una parte, funcionaron como **espacio de encuentro** de las diferentes experiencias entre sí, con el equipo de Batá y el equipo asesor: permitieron “ponerle cara” a las iniciativas e impregnarlas de historias de vida personales. Al mismo tiempo, las intervenciones y debates generados durante las jornadas aproximaron los valores del turismo responsable y solidario a cada una de las iniciativas, poniendo en valor y vinculando las apuestas de cada una de ellas con la posibilidad de generar un producto turístico común en la zona anclado en los valores del turismo responsable y sostenible. El trabajo en grupos, orientado a definir de manera conjunta una hoja de ruta para las actividades de sensibilización e incidencia, impulsó la **implicación directa de las iniciativas** tanto en la definición como en la gestión de las acciones locales a realizar en la siguiente fase. Por último, este primer espacio de encuentro permitió que se comiencen a **generar sinergias** entre las propias iniciativas y sentó las bases para un posible proceso colaborativo que, más allá del proyecto, permita seguir avanzando en un trabajo conjunto para impulsar el turismo responsable y sostenible en la mancomunidad.



2.2. RUTA II SENSIBILIZACIÓN E INFORMACIÓN A LA CIUDADANÍA partiendo de las experiencias identificadas



ACTIVIDADES COMARCALES Y LOCALES CON ASOCIACIONES Y COLECTIVOS DE LA MANCOMUNIDAD

COLECTIVOS ESPECÍFICOS



ASOCIACIONES SENSIBILIZADAS



CIUDADANÍA



Las experiencias y los ayuntamientos se
IMPLICAN en el diseño y gestión de las actividades

I JORNADAS
TÉCNICAS

RUTA II SENSIBILIZACIÓN CIUDADANÍA

Las experiencias se convierten en
RECURSOS DIDÁCTICOS

La Ruta II, que se realiza en forma simultánea con la Ruta III, implicó una serie de actividades locales (en los municipios donde residen las experiencias que participan en el proyecto) y a nivel comarcal, orientadas a **informar y sensibilizar a la ciudadanía** en torno a los principios y valores del turismo responsable y sostenible, no sólo como oportunidad para la zona sino como concienciación como turistas responsables.

Las actividades, dirigidas a diferentes colectivos (mayores, jóvenes, estudiantes) y entidades más sensibilizadas (asociaciones deportivas, de mujeres, de desarrollo local) de la zona, se diseñan y organizan con el apoyo de las iniciativas locales y, en algunos casos, se cuenta con el apoyo de los ayuntamientos. Este trabajo conjunto ha permitido ir generando grupos motores locales a partir de la identificación de personas que mostraban mayor interés y predisposición a implicarse en el proyecto. Los grupos motores locales (aún muy incipientes en esta fase) constituyen un elemento clave de cara a facilitar en la zona la continuidad (una vez finalizado el proyecto) de un proceso colaborativo a medio y largo plazo.

Aunque se realizaron acciones locales a fin de que todos los pueblos estuvieran presentes con sus iniciativas y experiencias, todas las actividades se orientaron a generar una visión global de la mancomunidad que, apoyándose en las particularidades de cada zona, comience a generar un discurso colectivo, una identidad de mancomunidad.

ACTIVIDADES LOCALES Y COMARCALES

con colectivos y asociaciones
de la mancomunidad



[Ver el vídeo](#)



CHARLA INTRODUCTORIA



22 de febrero 2018, Centro de Día - EL CARPIO.

En coordinación con la Delegación de Turismo, Igualdad y Bienestar social, Educación, Festejos y Cultura del Ayuntamiento de El Carpio.

OBJETIVO:

- Sensibilizar sobre turismo responsable a partir de las experiencias como viajeros/as de las personas participantes.

MATERIALES

[Un grupo de personas mayores de El Carpio se interesa por ser turistas responsables](#)

Entrada Web proyecto



CHARLA

9 de marzo 2018, BUJALANCE.

Con Asociación Grailla Morente.

OBJETIVOS:

- Importancia del papel de las mujeres en el turismo.
- Rescate de manifestaciones culturales.



TALLER VIAJEROS TURISTAS RESPONSABLES



5 de abril 2018, IES Virgen del Campo - CAÑETE DE LAS TORRES.

Dirigida al alumnado de 3ero y 4to de la ESO.

OBJETIVO:

- Acercar al alumnado a los principios del turismo responsable, partiendo de sus propias experiencias como turistas.

MATERIALES

Jóvenes de Cañete de Las Torres entran en contacto con el turismo responsable a través de un taller. Entrada Web



I MARCHA POR LA IGUALDAD



8 de abril 2018, VILAFRANCA DE CÓRDOBA.

En colaboración con Albergue Fuente Agria.

OBJETIVO:

- Incorporarse en la agenda de esta actividad con el espacio del Albergue Fuente Agria y dar a conocer los principios y valores que defiende el turismo responsable con enfoque de género.

MATERIALES

I Marcha por la Igualdad "Cosa de todos y todas"

Entrada Web proyecto



CONOCE LA RUTA ALCURRUCÉN



15 de abril 2018, PEDRO ABAD.

En colaboración con asociaciones Peña Ciclista, Trotabab y GPS.

OBJETIVO:

- Colaborar y aprovechar la actividad para explicar la importancia de viajar con los principios del turismo responsable.

MATERIALES

Puesta en escena de la Ruta Alcurrucén de Pedro Abad

Entrada Web



FERIA DE EXPERIENCIAS

19 de mayo 2018, Palacio Ducal - EL CARPIO.

En colaboración con EcoCarpio y Ayuntamiento de El Carpio.

OBJETIVOS:

- Dar a conocer y poner en valor las experiencias mediante la exposición de sus actividades y productos.
- Informar y sensibilizar a la ciudadanía mediante charlas relacionadas con diferentes aspectos del turismo responsable y sostenible (alimentación sana, abastecimiento de proximidad, puesta en valor del patrimonio, ...).

MATERIALES

[¿Planes para el sábado 19 de mayo?](#) Entrada Web proyecto

[Iniciativas de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir, unidas por los valores del turismo responsable](#) Entrada Web

[Entrevista a Agustín Viúdez \(presidente de EcoCarpio\) en Matías Prats Radio \(Villa del Río\).](#)

[Entrevista a Rafael Cantero \(coordinador del proyecto\) en Turismo en la Onda, Onda Cero Córdoba.](#)



ENCUENTRO "Juventud, turismo responsable y sostenible"

30 de mayo 2018, Casa de la Juventud - VILLA DEL RÍO.

En colaboración con Sierra Morena Active, UCOTUREM (Universidad de Córdoba), Programa de voluntariado europeo y Ayuntamiento de Villa del Río.

OBJETIVOS:

- Reflexionar y debatir, partiendo de la información y la formación de los y las participantes, en torno al turismo responsable y sostenible.
- Generar ideas y propuestas para potenciar el turismo responsable y sostenible en la mancomunidad.



MATERIALES

[Informe actividad](#)

[¿Qué propone la juventud para fomentar un turismo sostenible y responsable?](#) Entrada Web

[¿Qué ideas tiene la juventud con respecto al turismo sostenible?](#) Entrada Web

[La juventud reclama más educación en turismo responsable y reivindica derechos laborales en el sector turístico](#)

[Entrevista a Ismael García \(Sierra Morena Active\) en Matías Prats Radio \(Villa del Río\).](#)

Todas las actividades permitieron abordar y transmitir a la ciudadanía los principios y valores del turismo responsable y sostenible, y practicar un turismo "en clase turista responsable". Las experiencias identificadas han sido interesantes recursos didácticos para transmitir los principios del turismo responsable y para trasladar la necesidad de contribuir con nuestras acciones y comportamientos a la consecución de los ODS.

¿Qué es el turismo responsable?

¿Cómo ser turistas responsables?



Reflexionar sobre cómo nuestros actos y comportamientos cotidianos tienen una repercusión a nivel global.

Conocer el Alto Guadalquivir a través de iniciativas locales.

Descubrir el potencial del Alto Guadalquivir como espacio donde practicar un turismo “en clase turista responsable”.

Relacionar iniciativas y experiencias que se dan en la Mancomunidad con valores y principios del Turismo Responsable.

El **Encuentro “Juventud, turismo responsable y sostenible”** permitió además recoger las percepciones y propuestas de jóvenes y estudiantes de la universidad de cara a potenciar un turismo responsable en la mancomunidad⁶. Sus aportaciones enriquecieron las ideas que se venían generando desde otros colectivos, y constituyeron un insumo fundamental en el último tramo del proyecto, de cara a priorizar y ordenar las posibles rutas para continuar avanzando.

AMENAZAS	PROPUESTAS
La crisis económica se ha visto reflejada en la inversión en conservación del patrimonio.	Mostrar la importancia de la conservación y puesta en valor del patrimonio.
Competencia desleal de empresas que no practican esta filosofía.	Plataformas de crowdfunding.
Crisis económica sistémica y permanente.	Ofertar un producto novedoso, no hielotalasotrópico: una oferta distinta no estandarizada, más creativa.
Difícil comunicación y cooperación entre municipios en materia turística.	Atender a modelos de economía alternativa: colaborativa, circular, que los beneficios vayan a la comunidad local.
Falta de educación ambiental puede deteriorar el destino.	Es importante transmitirles a los políticos y los técnicos que no es posible que un municipio de la mancomunidad cree por sí mismo ese producto turístico, necesita que sea un trabajo comarcal, combinado la riqueza que tiene cada uno de los municipios que hacen parte.
Control de los tour operadores mundiales del sector y la oferta/demanda.	Mejorar la cultura política de los propios representantes políticos. Lograr llegar a un acuerdo, como mínimo en dos legislaturas que se respete y tenga continuidad, con un trabajo con imagen de marca comarcal.
	Que la ciudadanía organizada fuerce ese cambio, lo impulse.
	Involucrar a los vecinos y vecinas en el cuidado del medio.
	Trabajar con los colegios e institutos de la zona.
	Crear una marca, una imagen de mancomunidad, articulamos con apoyo de la administración. Competir con calidad.

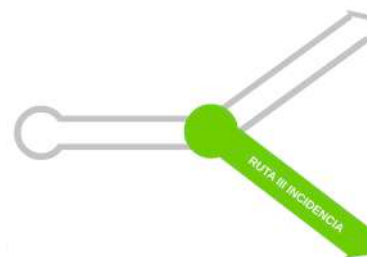
Amenazas y propuestas para potenciar un turismo responsable en la mancomunidad - Encuentro “Juventud, turismo responsable y sostenible”

La **Feria de Experiencias** realizada en El Carpio no sólo permitió a la ciudadanía y entidades locales, comarcales y provinciales conocer de primera mano las iniciativas, sino que se constituyó en un nuevo espacio de encuentro a partir del cual continuar tejiendo alianzas entre las experiencias participantes.

⁶ Gran parte de quienes participaron en el encuentro, estudiantes en los últimos años de su formación universitaria, se encuentran realizando prácticas concretas en la Mancomunidad a través de programas como el SVE (Servicio de Voluntariado Europeo), prácticas universitarias de la UCO, etc.



2.3. RUTA III INCIDENCIA



Las actividades realizadas en esta ruta, que se realizaron en forma simultánea con las de la Ruta II, estuvieron orientadas a buscar apoyos de las administraciones públicas (municipales, comarcales y provinciales) y a sumar a otras entidades públicas y privadas de la zona (oficinas de turismo, empresarios/as, grupos de desarrollo local).

El proyecto contó desde el inicio con el apoyo de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir, lo que facilitó la incorporación progresiva de los ayuntamientos a lo largo del proyecto. Se realizaron visitas y reuniones con los ayuntamiento para presentar el proyecto, buscar apoyos e implicarlos en la programación y organización de las actividades.

Al inicio del proyecto existían en la mancomunidad tres Oficinas de Turismo (Montoro, Bujalance y Adamuz) a las que se mantuvo informadas en todo momento del desarrollo del proyecto y se intentó que puedan sumarse a las actividades; al finalizar el proyecto se suma la nueva Oficina de Turismo de El Carpio.

En cuanto al empresariado y comerciantes, se realizó una actividad específica a la que se convocó a las dos asociaciones de la mancomunidad (ACEVI y ACOEP).

Actividades de INCIDENCIA



[Ver el vídeo](#)



Participación en JORNADAS OPINATIVAS Turismo de cercanía



11 de diciembre 2017, MONTORO.

Organizadas por FIDES, Clúster estratégico de Córdoba impulsado por Comercio Córdoba, Hostecor, Córdoba Apetece y la Asociación de Agencias de Viajes de Córdoba.

OBJETIVO:

- Conocer lo que están realizando otras entidades con las que se pueda generar sinergias con el proyecto.



REUNIÓN con equipo de comunicación del Ayuntamiento



19 de enero 2018, CAÑETE DE LAS TORRES.

OBJETIVO:

- Dar a conocer el proyecto y buscar apoyo para su implementación.



CHARLA “Oportunidades y Retos del turismo responsable para los municipios de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir”



12 de abril 2018, Centro de Iniciativa Empresarial CIE - VILLAFRANCA DE CÓRDOBA.

OBJETIVO:

- Reflexionar y analizar las oportunidades y retos del desarrollo del turismo sostenible y responsable en los municipios de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir.

MATERIALES

[Informe actividad](#)

[Charla sobre las Oportunidades y Retos del turismo responsable para los municipios de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir](#) [Entrada Web proyecto](#)



FERIA DE EXPERIENCIAS



19 de mayo 2018, Palacio Ducal - EL CARPIO.

En colaboración con EcoCarpio y Ayuntamiento de El Carpio.

OBJETIVOS:

- Dar a conocer y poner en valor las experiencias mediante la exposición de sus actividades y productos.
- Informar y sensibilizar a la ciudadanía mediante charlas relacionadas con diferentes aspectos del turismo responsable y sostenible (alimentación sana, abastecimiento de proximidad, puesta en valor del patrimonio, ...).
- Que las administraciones locales, comarcales y provinciales conozcan de primera mano las iniciativas que se están dando en la mancomunidad.

MATERIALES

[¿Planes para el sábado 19 de mayo?](#) [Entrada Web](#)

[Iniciativas de la Mancomunidad del Alto Guadalquivir, unidas por los valores del turismo responsable](#) [Entrada Web](#)

DECLARACIÓN por un Turismo responsable y sostenible en la mancomunidad

8 de junio de 2018, MONTORO.

Aprobada por el Consejo de Alcaldes de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir.

OBJETIVOS:

- Alinearse con las estrategias y los objetivos de organizaciones nacionales e internacionales que fomentan la protección del medio ambiente, la diversidad cultural, los derechos humanos o la equidad de género a través del turismo responsable y sostenible.
- Orientar las políticas y actuaciones públicas y privadas relacionadas con el turismo hacia la sostenibilidad y la responsabilidad
- Brindar un marco institucional favorable de cara a presentar nuevos proyectos a nivel nacional e internacional en torno al turismo responsable que sigan beneficiando a la Mancomunidad del Alto Guadalquivir.

OBJETIVOS A COMPARTIR

El Turismo Responsable es una orientación general de la industria turística, que debe estar presente en las políticas públicas. Este enfoque se basa, entre otros objetivos, en el respeto a los derechos humanos, la lucha contra la pobreza, la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático, la protección de la diversidad de las expresiones culturales, la equidad de género y el empoderamiento de la mujer.

Es necesaria la implicación y el trabajo conjunto de todos los sectores sociales implicados: empresas, organizaciones sociales, entidades municipales y supramunicipales, universidades y ciudadanía.

Una gestión responsable y sostenible del turismo aporta indudables valores a la comunidad.

Desde el ámbito local, podemos contribuir a la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. El turismo responsable es un aliado para el cumplimiento de esta agenda internacional.

Promover la lucha contra el cambio climático e impulsar productos turísticos respetuosos con el medio ambiente, protegiendo la riqueza natural de nuestro territorio para futuras generaciones.

Desarrollar proyectos y políticas que destaquen el valor del turismo como actividad que valora, promueve y defiende la diversidad de las expresiones culturales, en el mundo, teniendo en cuenta la salvaguarda del patrimonio, de la diversidad lingüística, las creencias religiosas, el arte, etc.

Promover un desarrollo turístico con perspectiva de género con políticas y programas concretos, que instaure un compromiso para disminuir la brecha de género. La industria del turismo debe contribuir especialmente a la lucha contra el drama que supone para miles de personas en todo el mundo la trata de seres humanos, en muchos casos, asociada a la explotación sexual dada en muchos destinos turísticos.

Reclamar que se destinen recursos para la sensibilización, la educación o la formación sobre el turismo responsable, favoreciendo un consumo turístico responsable y ético.

Todas las personas podemos contribuir a la mejora de las prácticas relacionadas con el turismo desde nuestros respectivos ámbitos y cotidianidad.

www.cicbata.org
#EnClaseTuristaResponsable

Un proyecto de: batá

Financia: Junta Andaluza de Cooperación Económica y Social

Colabora: ALTO GUADALQUIVIR

MATERIALES

[El Consejo de Alcaldes de la Mancomunidad Alto Guadalquivir aprueba la Declaración por un turismo responsable y sostenible](#) Entrada Web

[Declaración por un Turismo responsable y sostenible en la mancomunidad de municipios del Alto Guadalquivir](#)

La **Feria de experiencias** fue una actividad clave en esta ruta, en tanto asistieron representantes de la administración pública a nivel local, comarcal y provincial que pudieron conocer de primera mano la diversidad de iniciativas existentes en la mancomunidad que apuestan por los valores del turismo responsable y sostenible, e interactuar con sus protagonistas.

La **charla con empresarios y empresarias** realizada en Villafranca de Córdoba no sólo permitió reflexionar en torno a las oportunidades y retos del turismo responsable en la mancomunidad, sino que generó una serie de propuestas e ideas que se sumaron a las planteadas por otros colectivos, que fueron insumos fundamentales a la hora de analizar los posibles pasos a dar para continuar avanzando en la definición de un producto turístico de la mancomunidad que apueste por los valores del turismo responsable y sostenible.

DIFICULTADES	RETOS/OPORTUNIDADES	PROPUESTAS
La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable.	La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable.	La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos económicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos humanos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos técnicos para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos materiales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos culturales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos ambientales para la promoción del turismo responsable. La falta de recursos sociales para la promoción del turismo responsable.

Dificultades, retos/oportunidades y propuestas - Charla con empresarios/as

La aprobación por parte del Consejo de Alcaldes de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir de la **Declaración por un turismo responsable y sostenible en la mancomunidad** constituyó otro paso clave en esta ruta.

Esta declaración representa un hito único de cara a orientar las políticas y actuaciones públicas y privadas relacionadas con el turismo hacia la sostenibilidad y la responsabilidad... un impulso para que emprendedores y emprendedoras pongan en marcha nuevas propuestas en torno al turismo responsable y seguro que dará apoyo a la articulación y la coordinación de las experiencias e iniciativas ya existentes.

Esta aprobación brinda un marco institucional favorable de cara a presentar nuevos proyectos a nivel nacional e internacional en torno al turismo responsable que sigan beneficiando a la Mancomunidad del Alto Guadalquivir. Al mismo tiempo, hará posible que en el Alto Guadalquivir se alcancen algunas de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionadas con la protección del medio ambiente, la diversidad cultural, los derechos humanos, la equidad de género y la lucha contra el cambio climático, en otras.

La declaración reconoce como uno de los objetivos fundamentales que el camino hacia un turismo responsable y sostenible lo deben recorrer conjuntamente todos los sectores sociales implicados: empresas, organizaciones sociales, entidades municipales y supramunicipales, universidades y ciudadanía, construyendo consensos y actuaciones conjuntas. Por otro lado, señala que el turismo con una gestión responsable y sostenible aporta indudables valores a la comunidad.

Otro de los puntos destacados de la declaración es el referente a la promoción de programas y políticas hacia un desarrollo turístico con perspectiva de género, que instaure un compromiso para disminuir la brecha de género a través del turismo. La industria del turismo debe contribuir especialmente a la lucha contra el drama que supone para miles de personas en todo el mundo la trata de seres humanos, en muchos casos asociada a la explotación sexual que se da en muchos destinos turísticos.

2.4. TRANSVERSALIZACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO

Ningún modelo turístico será lo suficientemente sostenible y responsable si no incorpora de manera real y sostenida el enfoque de género y el empoderamiento de las mujeres.

Esto implica dar una vuelta de tuerca a todas las declaraciones, los instrumentos de planificación, gestión y análisis relacionados con el turismo y, sobre todo, a la actitud de quienes planifican el turismo.

Incluir el enfoque de género en el turismo es una acción clara y concreta no sólo para reducir la pobreza, también para invertir inteligentemente en esa reducción.

Daniela Moreno - Equality in Tourism

Como se comentó en apartados anteriores, una de las premisas que orientaron el enfoque del proyecto fue la incorporación del enfoque de género en todas las actividades y ámbitos de actuación del proyecto. Esta premisa surge desde la convicción de CIC Batá de la necesaria transversalización del enfoque de género en todas las temáticas que aborda y, en el caso del proyecto *Ciudadanos/as turistas responsables*, se nutre de las reflexiones y actuaciones realizadas en proyectos anteriores relacionados con el turismo responsable, en las que se ya se había contado con la colaboración de Equality in Tourism.

En tanto en la mancomunidad existe una federación que aglutina a las asociaciones de mujeres de la zona (Federación de Mujeres del Alto Guadalquivir), con experiencia y conocimiento de la situación de las mujeres en la mancomunidad, a lo largo del proyecto se realizó un trabajo específico con la federación con el objeto de generar conocimiento en el marco del turismo con enfoque de género, para luego transmitir los planteamientos y reivindicaciones fruto de ese trabajo al resto de organizaciones.

Hemos considerado en todo momento a la Federación de Mujeres como una aliada imprescindible en el proyecto, aportando al diagnóstico de género que el proyecto ha desarrollado y afianzando los valores y principios del turismo responsable y sostenible desde la equidad. Su participación ha sido fundamental para que el proyecto mantuviera en todas sus fases un enfoque de género.

LA FEDERACIÓN DE ASOCIACIONES DE MUJERES DEL ALTO GUADALQUIVIR

La federación, que aglutina a las asociaciones de mujeres presentes en la comarca, se conformó hacia 10 años a fin de aunar esfuerzos sin perder la identidad de cada una de las asociaciones que la conforman, aprovechando el trabajo que se realizaba en cada comunidad y proyectando a su vez un trabajo conjunto a nivel de comarca.

Los objetivos están orientados hacia la lucha por los derechos de las mujeres y la equidad de género, entre otros. La federación se implica además en otros ámbitos que consideran relacionados con sus luchas y objetivos como temas mediambientales, de comercio justo, etc.: *“Estamos comprometidas con el desarrollo de la comarca y con los intereses que como mujeres organizadas podemos aportar y aprender sobre el turismo responsable”.*



JORNADA DE SENSIBILIZACIÓN

17 de enero 2018, Sede de la Mancomunidad Alto Guadalquivir, MONTORO.

Con la participación de la Federación y concejalas y/o técnicas de igualdad de los municipios del Alto Guadalquivir.

OBJETIVOS:

- Poner en situación el papel de la mujer en el turismo, evidenciando las problemáticas asociadas.
- Comprender el turismo desde el enfoque de género.

MATERIALES

[Informe actividad](#)

[Jornada de sensibilización sobre el papel de la mujer en el turismo](#)

Entrada Web proyecto



I JORNADAS TÉCNICAS

25 de enero 2018, Albergue Fuente Agria - VILLAFRANCA DE CÓRDOBA.

OBJETIVOS:

- Presentar el proyecto, sus objetivos y actividades.
- Informar y sensibilizar sobre el turismo responsable a experiencias e iniciativas de la mancomunidad.
- Elaborar conjuntamente una ruta de acción en la mancomunidad.

MATERIALES

[Informe actividad](#)

Memoria I Jornadas Técnicas

[Turismo y género para "Ciudadanos/as turistas responsables"](#) - Presentación Daniela Moreno Alarcón



TALLER

2 de marzo 2018, Sede de la Mancomunidad Alto Guadalquivir, MONTORO.

OBJETIVO:

- Identificar fortalezas, oportunidades y beneficios para la mancomunidad a partir de los aportes de las mujeres.

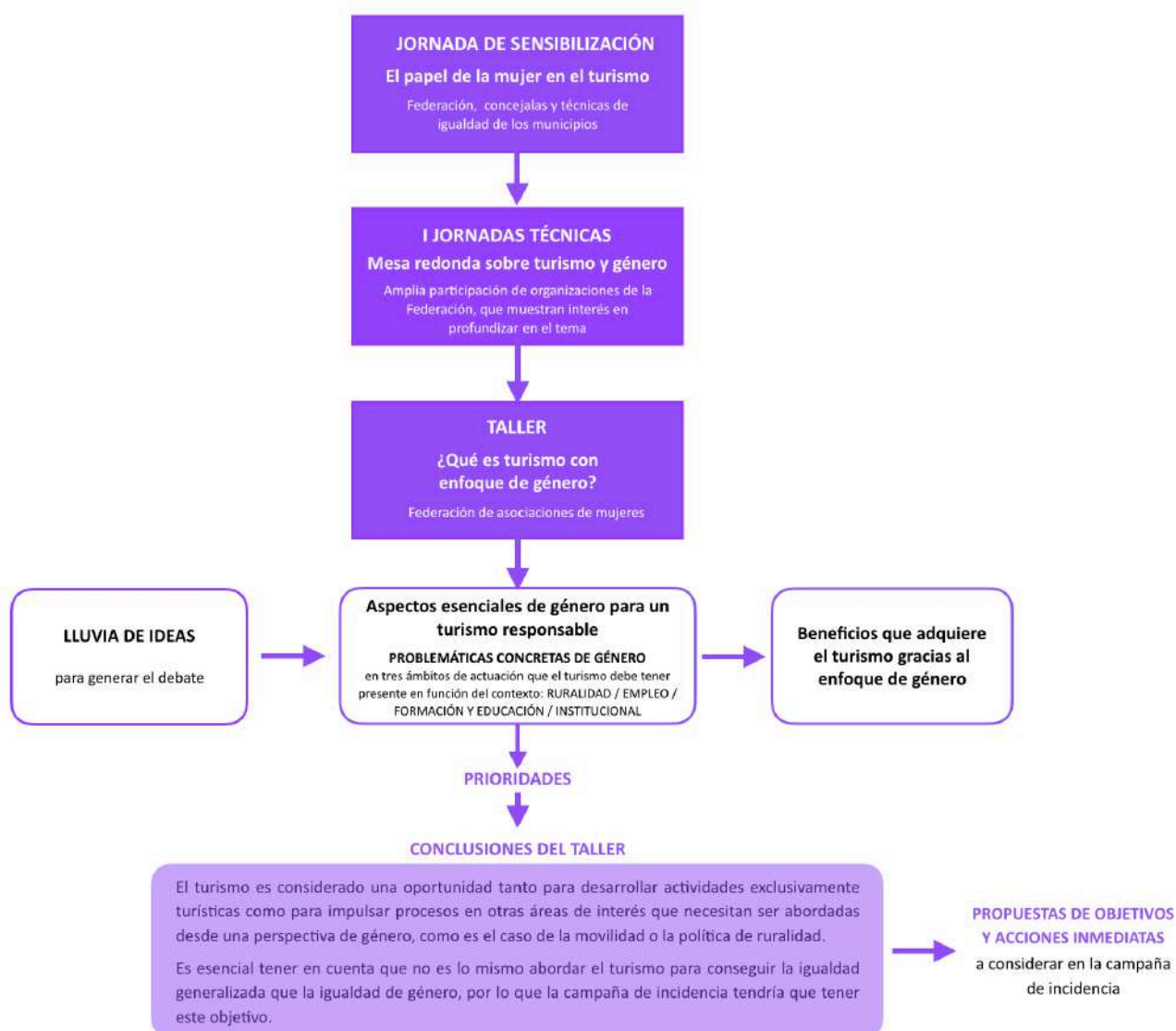
MATERIALES

[Informe actividad](#)

[La Federación de Asociaciones de mujeres del Alto Guadalquivir reivindica el papel de la mujer en el turismo de la comarca.](#)

Entrada Web proyecto

Las **Jornadas de sensibilización**, a las que asistieron no sólo asociaciones de la federación sino también concejales y/o técnicas de igualdad de los municipios de la zona, sirvieron como primera aproximación a la temática del turismo responsable y a la importancia de la incorporación del enfoque de género. En las **I Jornadas técnica**, donde hubo amplia participación de las asociaciones de mujeres, se realiza una mesa redonda sobre turismo y género que permite continuar profundizando en la temática y compartirla con el resto de experiencias que participan en el proyecto. Dado el especial interés mostrado por las asociaciones de la federación frente a la temática, se ve la oportunidad de realizar un trabajo concreto con la entidad, para lo que se programa el taller que tuvo lugar en el mes de marzo. En dicho **taller**, que estuvo a cargo de Equality in Tourism y contó con la participación de una técnica de Ucoturem, se identifican las problemáticas concretas que están afectando a las mujeres de la mancomunidad que tendrían un impacto negativo en el turismo, así como los beneficios que adquiere el turismo gracias al enfoque de género, para concluir con una serie de acciones inmediatas a considerar en la campaña de incidencia y una priorización de las actuaciones a realizar en la comarca de cara a promover y garantizar la incorporación del enfoque de género en el turismo.



PROPUESTA DE OBJETIVOS Y DE ACCIONES INMEDIATAS

a considerar en la campaña de incidencia

OBJETIVOS	ACCIONES
Avanzar en el mapa de necesidades y deseos de estas mujeres en el marco de la reivindicación.	Incorporar en la campaña de incidencia información clave sobre las necesidades y deseos de estas mujeres para luego relacionarlo con el desarrollo responsable del turismo. • ¿Cuáles son las problemáticas de género que pueden dificultar un turismo responsable? • ¿Cuáles son los puntos fuertes de las organizaciones de mujeres para participar activamente en el turismo? • ¿Cuáles son las principales capacidades que el turismo puede proveer para mejorar y avanzar en las reivindicaciones de estas mujeres? • ¿Qué instrumentos son idóneos para que el turismo en la Mancomunidad tenga en cuenta las prioridades de las mujeres?
Definir una secuencia formativa a partir de una tipificación de perfiles de posibles beneficiarias del turismo responsable.	Desarrollar junto con ellas cualquier tipo de intervención formativa que se quiera proponer. Evitar el desarrollo de cursos formativos “sobre la marcha” (una de las problemáticas que las mujeres han manifestado a lo largo del taller).
Avanzar con las mujeres sobre el interés de desarrollar el turismo responsable y hacerlo dinamizando la economía y los aspectos de género de la Mancomunidad.	Encuentros y posible diagnóstico con una participación más alta de las organizaciones de mujeres. Reuniones bilaterales con instituciones con el fin de asegurar la viabilidad de un turismo responsable con enfoque de género.

PRIORIDADES ESTABLECIDAS

1

Promover el desarrollo de una política y presupuestos enfocados en el medio rural. Esta política debería tener medidas concretas para fijar a la población de zonas rurales y para asegurar que los presupuestos sean para la igualdad de género y en acciones concretas para su fomento y aplicación. Esto es un punto clave a la hora de proponer cursos de formación en turismo para las mujeres y para incentivar la emprendeduría.

2

Profundizar en la necesidad de conocer más sobre la movilidad territorial, sobre todo porque son las mujeres las que más necesitan el transporte y la red de servicios. Esto, si se trabaja con un enfoque en el turismo puede resultar en interesantes productos y actividades.

3

Incentivar espacios y proyectos que pongan en valor la formación y preparación de las mujeres jóvenes rurales.

4

Sistematizar las necesidades formativas por parte de los colectivos de mujeres.

EL ENFOQUE DE GÉNERO EN LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Siguiendo las indicaciones elaboradas a partir del trabajo con la Federación de Asociaciones de Mujeres, la campaña de difusión puso en todo momento especial énfasis en la divulgación de los aspectos que aporta el enfoque de género al turismo responsable y sostenible.

Si no está incorporada la igualdad de género no hay turismo responsable. El turismo responsable tiene que ser un turismo con enfoque de género, entendemos que así es como es realmente responsable ese turismo, un turismo que atiende a que haya igualdad en las condiciones laborales de los hombres y las mujeres, a que no exista una explotación laboral de las mujeres en el turismo, que las mujeres formen parte de cómo se construye el desarrollo turístico, que tomen decisiones, que planifiquen ese proceso.

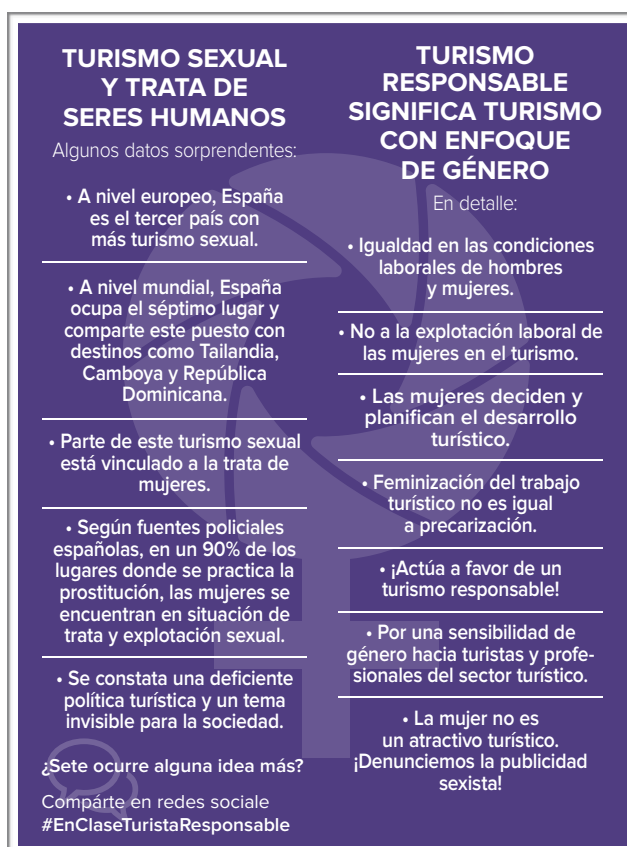
Una parte importante es la sensibilización de género hacia turistas y profesionales del sector, tanto empresas como turoperadores, incluyendo también a organismos institucionales que se dedican a generar políticas turísticas.

El programa *Con acento de mujer* (Radio Andalucía Información, de Canal Sur Radio) dedicó un espacio a abordar el turismo sexual y la importancia de la incorporación del enfoque de género en el turismo mediante una entrevista a una de las técnicas de CIC Batá vinculadas al proyecto.

Entrevista a Nieves Poyato, Radio Andalucía - "Con acento de mujer".

El programa de RAI "Con acento de mujer" aborda el turismo sexual Entrada Web proyecto

La **exposición itinerante** *En clase turista responsable* incluyó paneles destinados a visibilizar el turismo sexual, denunciando cómo en España el turismo sexual se está normalizando y vendiendo como una oferta turística más, mostrando tanto cifras como buenas prácticas asociadas al turismo responsable.



2.5. CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

Desde el inicio se aborda el **diseño del Plan de Comunicación** y la elaboración de una serie de recursos comunicativos necesarios en esta fase inicial para dar a conocer el proyecto.

Como parte de la estrategia comunicativa, se define el slogan *En clase turista responsable*, una manera de sensibilizar a la población sobre la posibilidad de viajar de otra manera.



Logo



Presentación del proyecto



Resumen presentación proyecto

En paralelo se trabaja en la creación de un espacio web específico para el proyecto en la página de CIC Batá, como canal principal a través del cual ir informando de los avances del proyecto y difundiendo las actividades.



A medida que el proyecto va avanzando y se inician las actividades de sensibilización e incidencia, el plan de comunicación juega un papel relevante que incluye:

- material de difusión para realizar las convocatorias a actividades,
- boletines informativos dirigidos a experiencias, entidades y colaboradores/as, que incluyen noticias y actividades del proyecto, píldoras sobre las experiencias, recomendaciones y recursos didácticos.
- impacto en los medios de comunicación (especialmente de la comarca Alto Guadalquivir y de la provincia de Córdoba),
- gestión de redes sociales.

Material de difusión



Redes sociales: #EnClaseTuristaResponsable



[Ver Tweet](#)



[Ver Tweet](#)



[Ver Tweet](#)



[Ver Tweet](#)

Boletines informativos



Otro de los ejes de la estrategia comunicativa consistió en poner el foco en las experiencias identificadas y su contribución al turismo responsable. Así, en las entrevistas de radio se priorizó que fueran las propias experiencias quienes presenten el proyecto y sus iniciativas, y en los boletines informativos se incorporaron textos y opiniones solicitados a las experiencias.

Uno de los resultados relevantes del plan de comunicación es la elaboración de un **mapa** de la mancomunidad en el que se localizan las experiencias que hacen parte del proyecto, herramienta que permite dar a conocer y poner en valor las iniciativas.



Mapa de experiencias

Otro de los resultados claves de la campaña de divulgación fue la elaboración de una **exposición** que explica los principios y valores del turismo responsable y sostenible, aborda la importancia del enfoque de género en el turismo responsable y presentan a cada una de las experiencias que han formado parte del proyecto. Esta exposición itinerante recorre los distintos municipios de la mancomunidad para acercar los valores del turismo responsable a la ciudadanía, siendo las propias experiencias las encargadas de presentarla.



Acompañan a la exposición una libreta (a modo de diario de viaje) y un tríptico en el que se describen cada una de las experiencias que hicieron parte del proyecto.



Diario



Folleto Experiencias

2.6. CREAR SINERGIAS

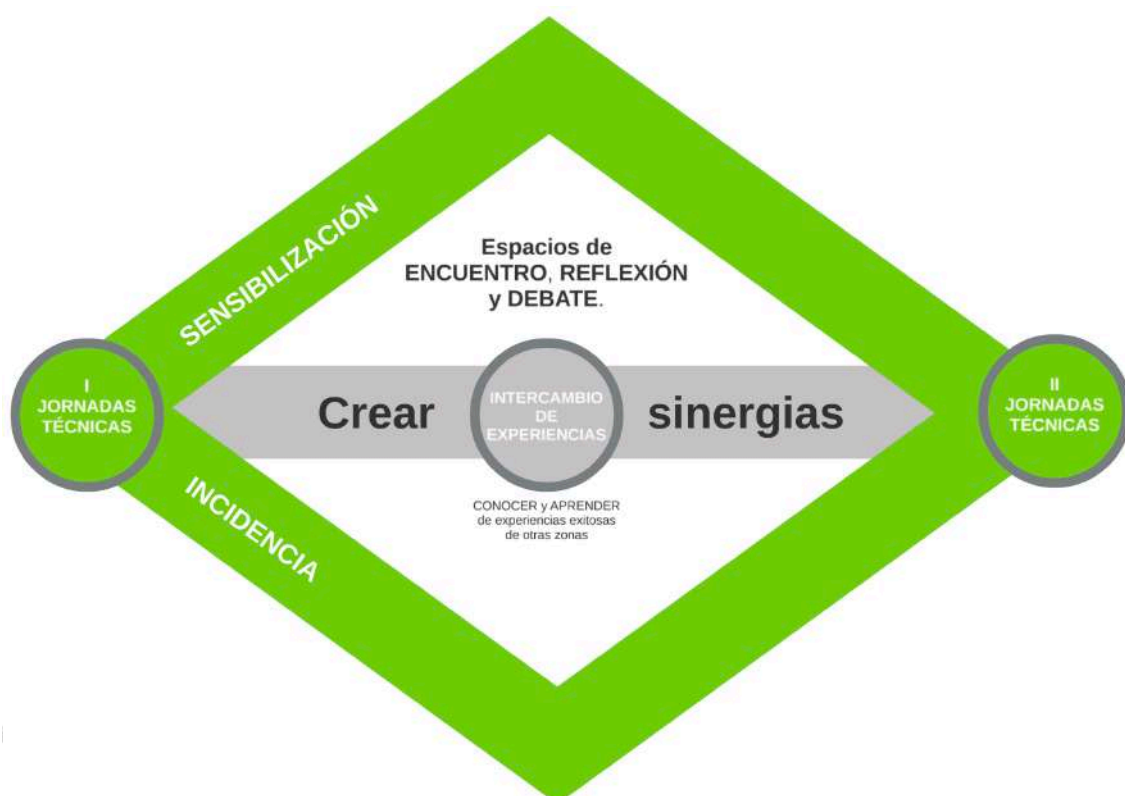
IMPULSAR UN PROCESO QUE PERMITA CONVERTIR LA ZONA EN UN DESTINO DE TURISMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

Enfocado como la fase inicial de un proceso más prolongado, el proyecto *Ciudadanos/as turistas responsables* no aspira a concluir con productos turísticos concretos o planes estratégicos, sino a abrir un canal de participación y reflexión entre la ciudadanía, las empresas y la administración que permita valorar si el enfoque del turismo responsable y sostenible puede ser una opción válida para transitar en forma conjunta entre los diversos ámbitos y colectivos de la mancomunidad.

Para abordar un proceso de este tipo, es fundamental que las personas, colectivos e instituciones estén sensibilizadas al respecto y se puedan analizar las oportunidades y retos que puede implicar para la zona.

Se está realizando un acompañamiento en una fase inicial de relacionamiento y conocimiento para, en el medio plazo, aportar para convertir esta zona en un destino de turismo responsable y sostenible.

A lo largo del proyecto se propiciaron espacios de ENCUENTRO a fin de que las iniciativas identificadas comiencen a conocerse, a interactuar entre sí y con otras entidades y colectivos de la zona. Estos espacios sirvieron al mismo tiempo para DEBATIR Y ANALIZAR los retos y oportunidades de un enfoque de turismo responsable en la zona así como para comenzar a plantear cuáles podrían ser los pasos a dar para avanzar en este proceso.



Aunque todas las actividades contribuyeron de una u otra forma a crear sinergias entre los diferentes agentes y colectivos, en este recorrido jugaron un papel clave las I Jornadas Técnicas (en tanto primer espacio de encuentro entre las experiencias y espacio de reflexión en torno al turismo responsable), el Encuentro de Intercambio de experiencias y las II Jornadas Técnicas.



INTERCAMBIO DE EXPERIENCIAS

6 de junio 2018, CAÑETE DE LAS TORRES.

Con la colaboración de Koan Consulting y el Ayuntamiento de Cañete de Las Torres.

OBJETIVOS:

- Que experiencias consolidadas de zonas rurales similares compartan sus experiencias con iniciativas, entidades y administraciones de la mancomunidad.
- Que se puedan extraer aprendizajes y elementos que puedan ser útiles para abordar propuestas de turismo responsable y sostenible en la mancomunidad.

MATERIALES

Informe actividad

Cañete de Las Torres, epicentro del turismo responsable por un día Entrada Web proyecto

Compartimos y aprendemos con iniciativas internacionales y nacionales de turismo sostenible Entrada Web

Un intercambio de experiencias nacionales, internacionales y locales permite avanzar en la ruta "En clase turista responsable". Entrada Web

¡Sostenible! y ¡Responsable!, dos palabras inseparables Entrada Web



II JORNADAS TÉCNICAS

26 de junio 2018, BUJALANCE.

Con la colaboración de Koan Consulting y el Ayuntamiento de Bujalance.

OBJETIVOS:

- Compartir los aprendizajes del proyecto, con énfasis en el proceso metodológico desarrollado.
- Proyectar conjuntamente las rutas de trabajo para seguir avanzando en el proceso emprendido.

MATERIALES

Balance de la ruta "En clase turista responsable" y próximas paradas Entrada Web proyecto

Empresas, asociaciones, ayuntamientos y ciudadanía, llamados para recorrer juntos el viaje "En Clase Turista Responsable" Entrada Web

El **Encuentro de Intercambio de experiencias** estuvo dirigido al conjunto de agentes públicos, privados y civiles de la mancomunidad, con el objetivo de mostrar cuatro experiencias destacadas en el ámbito del desarrollo turístico sostenible, de las cuales extraer un aprendizaje.

Las experiencias fueron seleccionadas previamente por Koan Consulting a partir de las premisas acordadas con el equipo de CIC Batá: experiencias de contextos similares a la mancomunidad, que

estén en vigencia y que no sólo aporten valor y conocimiento sino claves de relevancia en el ámbito de la sostenibilidad económica, sociocultural y medioambiental.

Hemos localizado iniciativas que han hecho avances en turismo responsable, que han conseguido llevar a sus territorios, de la mano del turismo, algunas cosas que hacen que ahora mismo se viva mejor... y eso el/la turista lo percibe, hay un equilibrio entre las dos partes.

EXPERIENCIAS INVITADAS

Los paisajes de la Sierra de Madrid se sientan a la mesa

Un proyecto de turismo gastronómico sostenible de Madrid que destaca la cadena de valor completa “de la huerta a la mesa”.

Ponle cara al turismo

Experiencia gallega de promoción de la actividad turística desde una perspectiva sostenible, accesible y comunitaria.

La Ojinegra

Pequeña empresa familiar localizada en Teruel que gestiona un alojamiento rural sostenible y un restaurante ecológico, recuperando especies autóctonas.

Valle dei Cavalieri

Cooperativa turística de gestión comunitaria del territorio localizada en el Parque Nacional de los Apeninos tousco-emilianos que ha conseguido frenar en parte el proceso de despoblación de su territorio y crear varios puestos de trabajo fijos.

El encuentro no sólo permitió afianzar lazos entre las experiencias participantes en el proyecto, sino conocer experiencias de otras zonas que aportaron nuevas claves para avanzar en la creación de un producto de destino turístico en la mancomunidad.

CONCLUSIONES DEL ENCUENTRO

- **Complejidad a nivel territorial para generar espacios comunes de diálogo y trabajo.** La disponibilidad y movilidad de los diferentes agentes es altamente heterogénea, redundando en una participación más inestable de la deseada (a nivel parcial y no total).
- **Coexisten dos ritmos bien diferenciados entre los diferentes actores del territorio:** por un lado, se manifiesta una actitud pasiva que, si bien está presente, se limita a escuchar y a ver qué acontece; por otro lado, se distingue claramente un núcleo tractor con una actitud proactiva y altamente motivado para la generación de soluciones a las problemáticas identificadas en el territorio.
- **El desarrollo turístico con base en la sostenibilidad y la responsabilidad se presenta como un posible escenario futuro.** Para ello, sería requisito la conformación de productos y su puesta en el mercado (local y de cercanía en primera instancia), de manera que, a la sostenibilidad sociocultural y medio ambiental, pueda añadirse la viabilidad económica.
- **Necesidad de generar espacios comunes y de fomento de la interacción entre actores a nivel Mancomunidad y territorio,** aprovechando la motivación y proactividad de determinados actores territoriales para evitar un estancamiento en el desarrollo de propuestas.
- **Necesidad de fomentar un mayor conocimiento intra territorial:** el conocimiento de iniciativas (públicas y privadas) o de los propios recursos territoriales, son ejemplos de ello.
- **Las preocupaciones** más destacadas por los/las agentes presentes en el encuentro versan mayoritariamente sobre **cuestiones socioculturales** (empleo o despoblación) **y económicas** (viabilidad de proyectos e iniciativas o desarrollo de iniciativas).

Las **II Jornadas Técnicas**, a la que asistieron parte de las experiencias, autoridades y personal técnico del Ayuntamiento de Bujalance, constituyeron el momento de cierre del proyecto de cara al acompañamiento de las iniciativas por parte de CIC Batá, al mismo tiempo que el punto de partida de la siguiente fase.

El proyecto termina, pero hay otras cosas que se abren... ¿qué pasos dar y qué se requiere para dar esos pasos?



A partir de las aportaciones realizadas a lo largo del proyecto por los diferentes colectivos con los que se generaron espacios de debate, se cuenta con una suerte de diagnóstico preliminar de las principales problemáticas y potenciales de la mancomunidad. Se cuenta, además, con una serie de ideas y propuestas planteadas desde diferentes sectores que permiten perfilar tres escenarios en los que seguir avanzando:

- I. ¿Qué queremos transmitir como mancomunidad?
- II. Articulación de productos turísticos.
- III. Apoyos que se requieren.

Mediante un trabajo en grupos, y con el apoyo de Koan Consulting y el equipo de CIC Batá, se abordaron los tres escenarios, proyectando conjuntamente una serie de pasos que permitan dar continuidad al proceso iniciado con el proyecto.

MESA 1: ¿QUÉ QUEREMOS TRANSMITIR COMO MANCOMUNIDAD?			
PROPUESTA	¿CÓMO QUEREMOS?	¿QUÉ SE REQUIERE?	¿QUÉ PASOS EMPLEARÍA BATÁ?
Identificación de valores y recursos de la mancomunidad: - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos. - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos.	Identificación de valores y recursos de la mancomunidad: - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos. - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos.	Identificación de valores y recursos de la mancomunidad: - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos. - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos.	Identificación de valores y recursos de la mancomunidad: - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos. - Identificar los valores y recursos de la mancomunidad que pueden ser transmitidos a través de productos turísticos.

Mesa 1: ¿Qué queremos transmitir como mancomunidad?

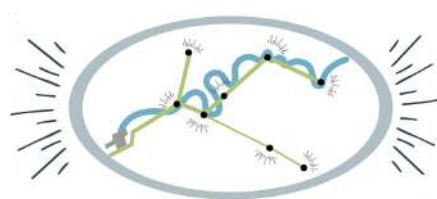
MESA 2: ARTICULACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS CON APOYO TÉCNICO			
PROPUESTA	¿CÓMO QUEREMOS?	¿QUÉ SE REQUIERE?	¿QUÉ PASOS EMPLEARÍA BATÁ?
Articulación de productos turísticos: - Articular los productos turísticos de la mancomunidad. - Articular los productos turísticos de la mancomunidad.	Articulación de productos turísticos: - Articular los productos turísticos de la mancomunidad. - Articular los productos turísticos de la mancomunidad.	Articulación de productos turísticos: - Articular los productos turísticos de la mancomunidad. - Articular los productos turísticos de la mancomunidad.	Articulación de productos turísticos: - Articular los productos turísticos de la mancomunidad. - Articular los productos turísticos de la mancomunidad.

Mesa 2: Articulación de productos turísticos

MESA 3: APOYOS QUE REQUIERE LA PROPUESTA, APOYOS Y FINANCIACIÓN			
PROPUESTA	¿CÓMO QUEREMOS?	¿QUÉ SE REQUIERE?	¿QUÉ PASOS EMPLEARÍA BATÁ?
Apoyos y financiación: - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad. - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad.	Apoyos y financiación: - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad. - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad.	Apoyos y financiación: - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad. - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad.	Apoyos y financiación: - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad. - Identificar los apoyos y financiación que se requieren para la mancomunidad.

Mesa 3: Apoyos que requiere la propuesta

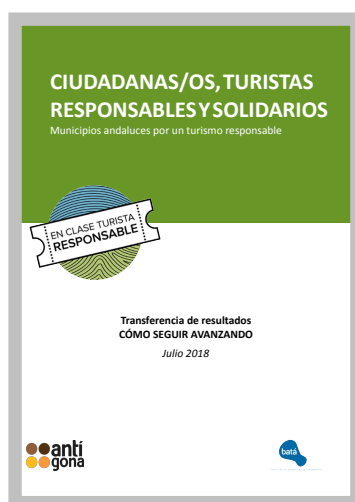
2.7. TRANSFERENCIA DE RESULTADOS



Para abordar la transferencia de resultados se elaboran una serie de documentos que recogen los principales logros del proyecto así como una serie de recomendaciones sobre cómo seguir avanzando en el proceso emprendido. Se realizan reuniones con diferentes agentes de la mancomunidad a fin de compartir estos materiales, que son remitidos a su vez a otras mancomunidades de la provincia de Córdoba y entidades públicas y privadas de Andalucía.



Transferencia de resultados: Ver Presentación



Transferencia de resultados: Cómo seguir avanzando

3. APRENDIZAJES/RESULTADOS

Sensibilización

El proyecto *Ciudadanos/as turistas responsables* se fundamenta en una dimensión de la economía social y solidaria: el turismo responsable. El turismo responsable nos permite establecer la relación entre acciones locales y repercusiones globales, nos permite dar a conocer cómo nuestras acciones pueden contribuir a la consecución de los ODS y trasladarlo a la ciudadanía buscando una actitud crítica como turistas.

La implementación del proyecto ha permitido a gran parte de los colectivos con los que se trabajó, principalmente a las experiencias que hicieron parte, **conocer y/o profundizar en los valores asociados al turismo responsable** así como poner en valor este enfoque como apuesta fundamental para contribuir a la mejora de las condiciones de vida de las poblaciones locales.

Las asociaciones y personas participantes en el proyecto han ido adoptando una idea más clara de lo que significa la sostenibilidad y la responsabilidad en el turismo, y cómo genera aspectos positivos relacionados con la defensa del medioambiente, la diversidad cultural, la equidad de género o los derechos humanos, porque dentro de sus actividades y experiencias ya existía una apuesta apoyada en los principios y valores del turismo responsable.

Equipo técnico CIC Batá

*Recibí información desde un punto de vista desconocido para mí.
Me ha permitido una mayor comprensión de lo que implica esta forma de hacer turismo.
Ideas nuevas, apertura a otros enfoques de turismo vinculados a valores mediambientales, culturales y sociales.*
Cuestionarios I Jornadas Técnicas y Encuentro con jóvenes

Los espacios de reflexión y debate generados con las experiencias participantes permitieron además comenzar a ver al turismo responsable como una **oportunidad de desarrollo para la mancomunidad**, cuyos impactos pueden ser beneficiosos para toda la zona.

*De este trabajo deberían salir ideas para implantar alguna iniciativa de turismo.
Tenemos culturalmente atractivo y potencialmente personas deseando desarrollarlas.
Se puede poner en valor recursos hasta ahora desaprovechados.
A través del turismo responsable se puede crear un lazo fuerte entre municipios para atraer gente, y potenciar tanto la economía como el patrimonio natural, social e histórico.*
Cuestionarios I Jornadas Técnicas y Encuentro con jóvenes

El material divulgativo y los espacios propiciados desde la campaña de difusión, aproximaron a la **ciudadanía** los principios y valores del turismo responsable y sostenible al mismo tiempo que permitieron la puesta en valor y divulgación de las iniciativas existentes en la mancomunidad.

*En la mancomunidad existen experiencias e iniciativas de turismo sostenible que a través de este proyecto se pueden dar a conocer aún más.
Espero que este estudio nos sirva para darnos a conocer como comarca.*
Cuestionarios I Jornadas Técnicas

En cuanto al **enfoque de género**, tal como lo evidencian los discursos de las experiencias participantes, se ha logrado sensibilizar a las iniciativas en relación a la importancia de la

incorporación del enfoque de género y la necesidad de contemplar los diversos aspectos vinculados a este enfoque si queremos plantear actividades enmarcadas en los valores del turismo responsable y sostenible.

La jornada me está abriendo la cabeza.

Nos sentimos agradecidas porque hemos podido contar nuestra experiencia y vivencias, nos hemos sentido escuchadas, al mismo tiempo que hemos aprendido de los/las demás y nos hemos enriquecido como personas. La gente no tiene ni idea sobre qué es el turismo responsable. Cuando nos explican quién sufre, sobre quién recae, te sorprendes... queremos ser parte de este modelo turístico.

Entrevista Asociaciones de Mujeres

El trabajo realizado con la **Federación de Mujeres** sirvió para poner en valor las luchas y reivindicaciones que estas asociaciones vienen realizando, reivindicaciones que tienen que verse reflejadas en el turismo de la zona. Fruto de este trabajo se ha empezado a generar una agenda de trabajo común en el marco del turismo y género dentro de cada municipio: se han identificado las oportunidades que ofrece el turismo teniendo en cuenta el enfoque de género y se han extraído propuestas que se trasladarán a cada municipio de la mancomunidad.

Incidencia

El haber contado desde el inicio del proyecto con el apoyo de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir facilitó en gran medida la aproximación a los ayuntamientos. Si bien no se ha logrado una implicación activa de la totalidad de municipios, sí que se ha contado con la participación (ya sea a nivel de cargos políticos o personal técnico) de algunos de los **municipios** en la organización de las actividades locales. En algunos casos también se ha contado con su participación en talleres, lo que permitió aproximar el discurso del turismo responsable y las propuestas del resto de agentes al ámbito de las administraciones locales.

En términos de incidencia, la aprobación por parte del Consejo de Alcaldes de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir de la **Declaración por un turismo responsable y sostenible** constituye un hito clave, en tanto brinda un marco institucional favorable de cara a presentar nuevos proyectos a nivel nacional e internacional en torno al turismo responsable y hace posible que en el Alto Guadalquivir se alcancen algunas de las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionadas con la protección del medio ambiente, la diversidad cultural, los derechos humanos, la equidad de género y la lucha contra el cambio climático.

El proyecto también ha logrado avanzar con **el empresariado** de la zona, que comienza a ver las ventajas de la apuesta por un turismo responsable así como la necesidad de abordar un trabajo conjunto a nivel de la mancomunidad.

Si hay esos/as turistas que demandan ese otro tipo de turismo, las empresas si quieren ser competitivas se van a tener que adaptar, hacer cambios.

Cada vez hay más viajeros/as que quieren ser turistas responsables, ese es nuestro nicho de mercado por el que avanzar.

Comenzar a hablar entre empresarios/as de los diferentes municipios más en mirada de comarca, nos tenemos que conocer y apoyar.

Es necesario crear productos turísticos de toda la comarca, en el que empresarios, iniciativas, ayuntamientos se impliquen con visión de mancomunidad.

Grupos de Trabajo - Charla con empresarios/as

Crear sinergias

Tal como lo plantean las experiencias que hicieron parte, el proyecto ha posibilitado el contacto y conocimiento entre las iniciativas existentes en la zona.

*Me ha permitido conocer otros emprendimientos de la comarca que desconocía.
Me ha aportado contacto, también ideas para mejorar a nivel personal y de la región.*

Cuestionarios I Jornadas Técnicas

A medida que el proyecto fue avanzando, comienzan a generarse sinergias entre las iniciativas, y empieza a tomar cada vez más fuerza la posibilidad de recorrer en forma conjunta un camino a largo plazo que proponga un modelo turístico para la mancomunidad anclado en los valores del turismo responsable.

Ha sido una buena oportunidad el entrar en una relación inicial, esperamos continuar y poder construir algo conjuntamente.

Este tipo de trabajo requiere constancia y continuidad, si no, no se llega a ninguna parte y nos quedamos con información-conocimientos pero sin saber cómo seguir.

Estas iniciativas, para que de verdad creen conciencia en la sociedad y sirvan para el desarrollo de una región, pienso que deben plantearse a largo plazo y finalizar con medidas concretas... si se logra plantear a más largo plazo sí se pueden obtener resultados y cambiar la visión que hasta ahora se tiene del modelo de desarrollo de la zona, involucrando a los/as habitantes de la zona.

Cuestionarios I Jornadas Técnicas

Entre las iniciativas se va perfilando un núcleo más activo que apuesta claramente por avanzar en forma conjunta hacia ese modelo de desarrollo; se comienzan a plantear ideas sobre cómo se podría recorrer ese camino haciendo énfasis en las características diferenciales que la mancomunidad puede ofrecer de cara a crear un producto turístico anclado en los valores del turismo responsable.

Tenemos que empezar a funcionar como un todo en la mancomunidad, que haya cohesión entre todos y todas, no sólo del turismo sino de otras iniciativas que pueden cooperar con el turismo y crear un producto, ese producto global.

Es necesaria una acción conjunta, combinando esa riqueza que tiene cada uno de los municipios que hacen parte. Se puede hacer un producto que combine varios productos.

Crear un sello que le muestre a la gente que está visitando iniciativas turísticas que tienen a gente contratada en condiciones dignas, con cuidado del medio ambiente, etc. Tenemos que competir con algo diferencial.

Que la gente venga aquí y conozca los productos locales y el valor que le estamos dando.

Crear un producto en base a lo que ya tenemos, tenemos muchos valores tradicionales, antropológicos, los usos que se les da al campo, la fauna que tenemos, y sobre todo crear un turismo responsable en el que se venda el producto local.

Intervención experiencia - Encuentro con jóvenes

Entre algunas de las experiencias se ve con claridad lo que implica iniciar este recorrido conjunto, y la necesidad de que todos los sectores estén implicados en tanto todos tienen algo que aportar y todos pueden beneficiarse directa o indirectamente.

No son proyectos de hoy para mañana, son procesos lentos.

Si no nos lo creemos en los propios municipios no llegamos a ninguna parte.

Si no lo hace la administración, que la ciudadanía lo demande, e ir todos/as juntos/as.

No solamente esto está en manos de empresarios/as sino en manos de todos/as. El turismo repercute en todos/as. Todos/as podemos trabajar en esto para luego beneficiarnos directa o indirectamente.

Entrevista experiencia

Aprendizajes metodológicos: TIPS PARA EMPRENDER ESTE VIAJE



- **Partir de las iniciativas que hay en el territorio** centradas en una economía social y solidaria y relacionadas con los principios del turismo responsable.
- **Abrir el abanico: Diversidad de iniciativas.** Identificar iniciativas directa e indirectamente relacionadas con el turismo responsable.
- **Poner en valor las experiencias/iniciativas identificadas** e incidir en las diversas entidades y colectivos sobre la importancia de un enfoque del turismo responsable y sostenible en la zona.
- **Las experiencias se convierten en recursos didácticos** para explicar el significado del turismo responsable y sensibilizar a la población.

Las actividades de información y sensibilización que se plantean desde el proyecto se apoyan en las experiencias que ya existen en la zona en tanto constituyen un refuerzo positivo y ejemplos concretos de lo que significa el trabajo en torno al turismo responsable. El proyecto parte de lo que hay, de lo que ya se está haciendo en la mancomunidad, para luego trasladar esa información a la ciudadanía. Las experiencias, convertidas en recursos didácticos, permiten:

- descubrir y entender cómo nuestros comportamientos, acciones y actitudes cotidianas tienen un impacto a nivel global, tanto positivo como negativo,
- propiciar una reflexión en torno a los valores y principios relacionados con el turismo responsable como referentes que inspiran nuevos modelos de desarrollo basados en un consumo ético y responsable.

La identificación de las experiencias constituye por tanto un primer paso clave en el desarrollo del proyecto. En la fase de identificación, es necesario abrir el abanico a fin de llegar a una diversidad de iniciativas, tratando de cubrir la mayor amplitud territorial. Aún cuando las iniciativas no estén claramente relacionadas con el turismo, existen en el territorio experiencias que se asientan en algunos de los valores del turismo responsable susceptibles de articularse y cooperar entre sí.

Esto permite, al mismo tiempo, poner en valor a las experiencias identificadas dándolas a conocer a través de historias personales, y resignificarlas como iniciativas alineadas con los valores del turismo responsable.



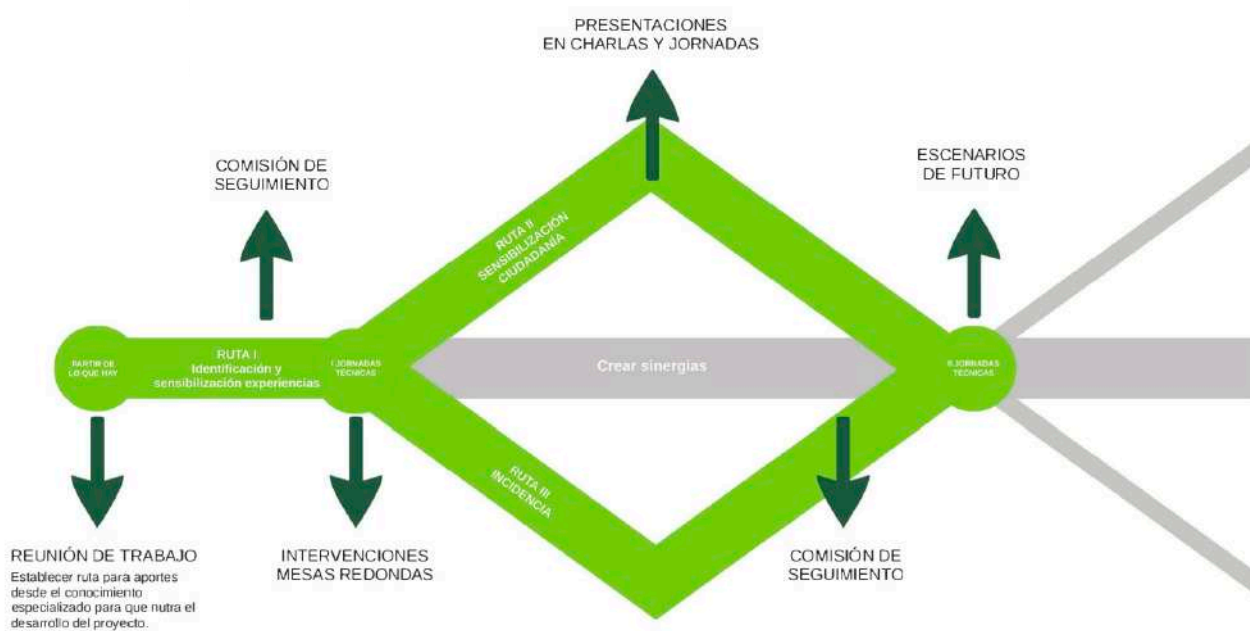
TIP II

Coordinación y complementariedad con AGENTES SOCIALES

El apoyo y asesoría del proyecto es muy importante para comenzar a caminar en ese sentido. Vemos las posibilidades en la comarca, pero no tenemos apoyo, hacer las cosas bien implica contar con el asesoramiento adecuado.

Experiencia - I Jornadas técnicas

La incorporación del equipo asesor y entidades de la zona a la Comisión de Seguimiento garantiza su participación en los momentos clave de redefinición de estrategias y reformulaciones del proyecto. A lo largo del proyecto, el equipo asesor tiene un papel fundamental a la hora de aportar conocimientos y experiencias sobre la puesta en valor del territorio a través de un turismo responsable, realizando presentaciones y dinamizando talleres con colectivos específicos; en la recta final, orientando a las iniciativas sobre los posibles escenarios que se presentan para dar continuidad al proceso.





TIP III

TRANSVERSALIZAR EL ENFOQUE DE GÉNERO

Hablar de enfoque de género nos permite ver lo que para la mayoría no existe: la desigualdad de género y la marginación de las mujeres en muchas partes del mundo.

A partir de la premisa de que para hablar de turismo responsable es necesario incorporar el enfoque de género, resulta fundamental contemplar en todas las fases y niveles del proyecto el marco específico del turismo y género para alcanzar realmente un desarrollo sostenible.

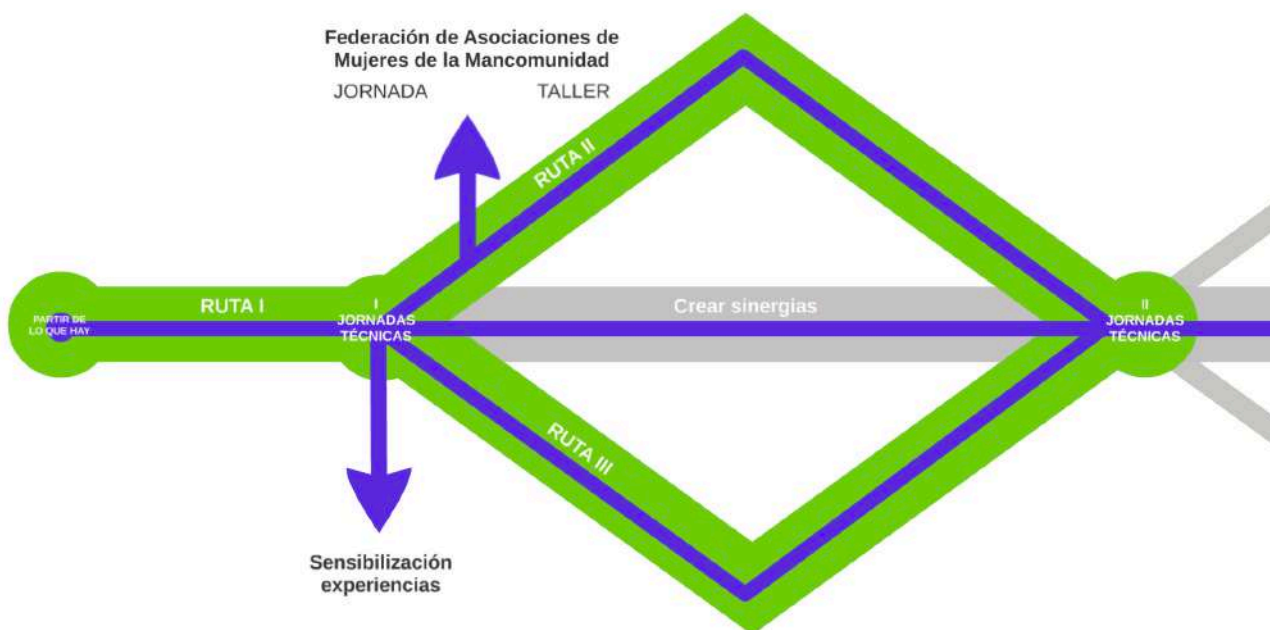
Se identifican tres ámbitos clave a partir de los que transversalizar el enfoque de género:

- **Espacios de reflexión y debate con las mujeres de la zona**, que culminen con una serie de recomendaciones para la incorporación del enfoque de género en la campaña de difusión y propuestas/reivindicaciones a nivel de la mancomunidad a transmitir al resto de asociaciones y entidades de la zona.
- **Sensibilización de las experiencias que hacen parte del proyecto**, mediante la realización de mesas redondas en las que se aborde el turismo responsable y género.
- **Información y sensibilización de la ciudadanía**, mediante la incorporación en la campaña de las recomendaciones generadas en los espacios de reflexión y debate.

Elaboración con asociaciones de mujeres de la zona de una AGENDA DE TRABAJO COMÚN en el marco del turismo y género dentro de cada municipio.

Identificación de las OPORTUNIDADES que ofrece el turismo que incorpora el enfoque de género.

Traslado de IDEAS/REIVINDICACIONES a cada municipio.





TIP IV

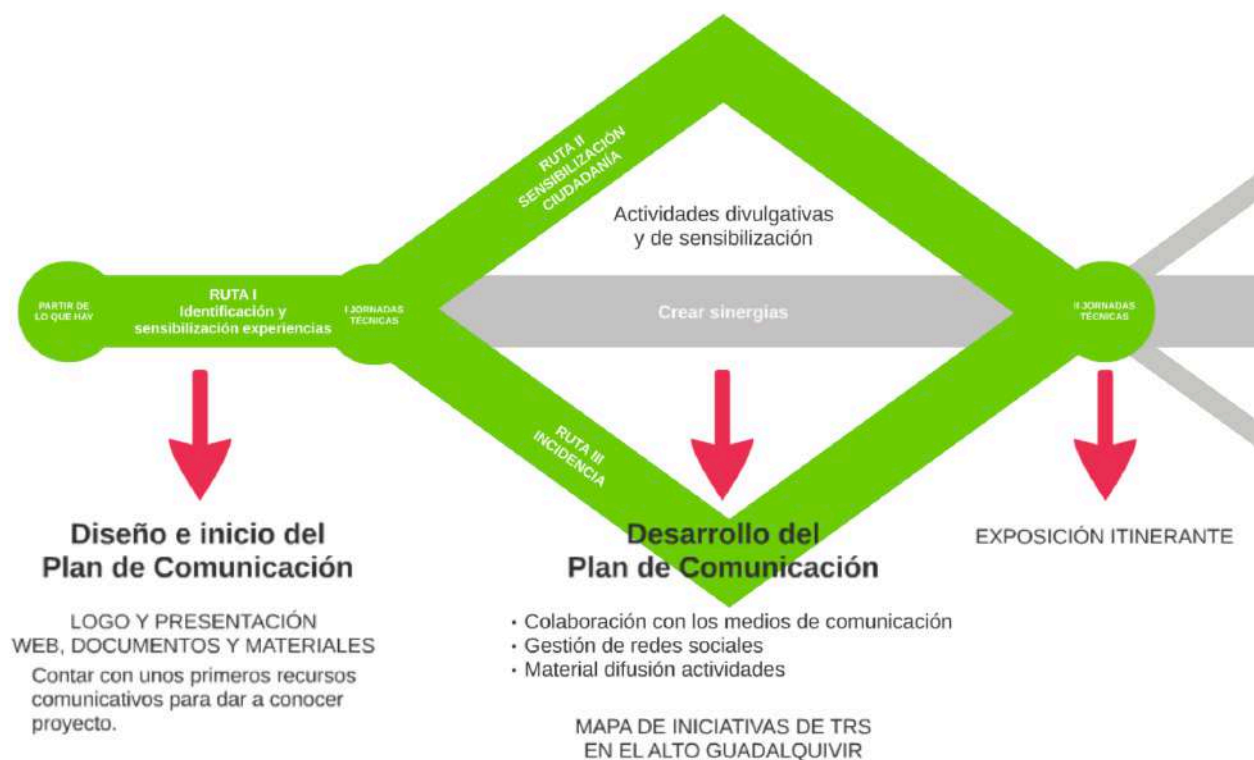
CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

En tanto proyecto que apuesta fuertemente por la sensibilización, la campaña de difusión juega un papel clave a lo largo de todo el proyecto, tanto como herramienta para difundir las actividades que se realizan como para aproximar a la ciudadanía los valores del turismo responsable.

Resulta clave contar desde el inicio con una serie de materiales y recursos comunicativos que permitan dar a conocer el proyecto, así como diseñar un plan de comunicación que garantice la presencia en redes sociales y las colaboraciones con medios de comunicación locales.

Una vez que el proyecto va avanzando, la campaña juega un papel fundamental de cara a la difusión y puesta en valor de la iniciativas.

Hacia el final del proyecto, la campaña se orienta a dar a conocer los principales avances logrados, mediante la difusión de los elementos clave generados a partir de los espacios de reflexión y debate en torno al turismo responsable y sostenible en la mancomunidad.



TIP V IMPLICAR EXPERIENCIAS Y RESTO DE ACTORES

Para garantizar la participación e implicación de las experiencias y resto de agentes en el proyecto, se generan espacios, con objetivos y características diferenciados:

- Comisión de Seguimiento

Integrada por el equipo técnico, el personal experto, la coordinadora supramunicipal y las entidades e instituciones de la zona de alcance comarcal.

Se constituye al inicio y queda abierta a la incorporación de nuevas entidades con las que se vaya contactando a lo largo del proyecto.

Se programan reuniones puntuales, previas al inicio de cada fase del proyecto.

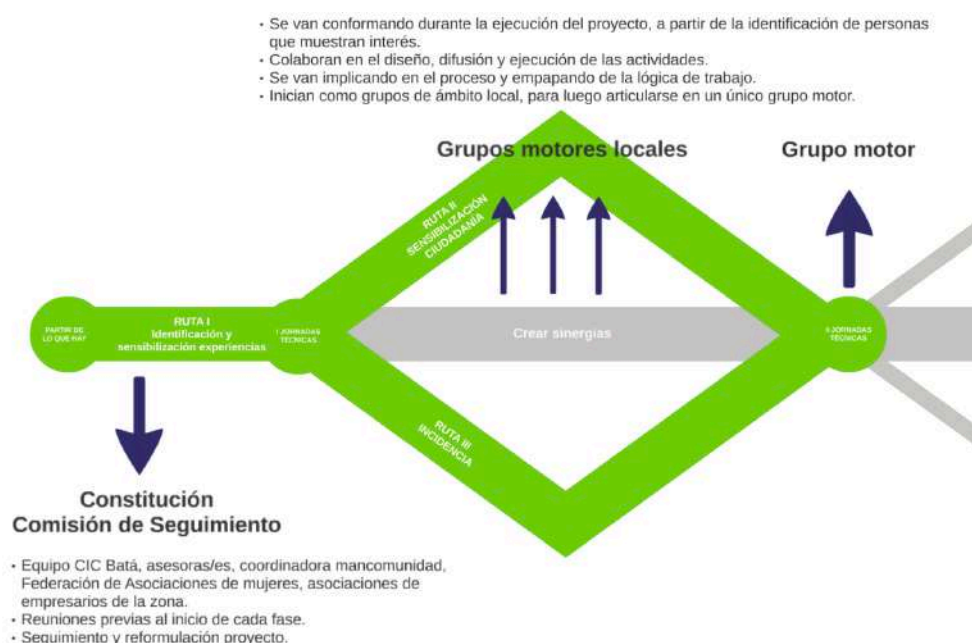
Desde este espacio se realiza el seguimiento y la reformulación del proyecto.

- Grupos motores locales

Se van conformando en los distintos municipios en los que se implementa el proyecto, a partir de la identificación de personas que muestran especial interés en sumarse al proyecto.

No constituyen, al inicio, espacios “formales” que impliquen la programación de reuniones, sino que se van afianzando a partir de contactos personales para la realización de tareas específicas. Las personas que hacen parte de estos grupos motores, de forma paulatina se van implicando en el proceso, establecen relación con grupos motores de otras zona y se van empapando de la lógica del proceso.

Son espacios esenciales en tanto constituyen el germen a partir del cual dar continuidad al proceso, mediante su articulación en un espacio de trabajo a nivel de todo el territorio.



CÓMO SEGUIR AVANZANDO

¿Cómo empezamos a crear algo en la mancomunidad que nos sirva a todos y a todas para impulsar un cambio hacia un turismo responsable?, ¿cómo vamos creando en base a eso un producto turístico que sea seña de la mancomunidad, que esté basado en los valores del turismo responsable, y en el que colaboren tanto las entidades como las iniciativas y la ciudadanía?. Tenemos por delante una nueva agenda para seguir trabajando a partir de ahora.

Con la finalización del proyecto *Ciudadanos/as turistas responsables* se abre una nueva fase, en la que nuevamente habrá que partir de lo que hay, retomando los avances que se han logrado con esta primera etapa y apoyándose en las propuestas generadas por las propias iniciativas y entidades implicadas en el proyecto y en las orientaciones del equipo asesor.



Sensibilización

En todas las actuaciones que realicemos será necesario hacer una labor divulgativa y educadora, que permita sensibilizar y concienciar a toda la población, que ponga en valor nuestros pueblos y su entorno.

Entrevista experiencia

Si bien con el proyecto *Ciudadanos/as turistas responsables* se ha avanzado mucho en el trabajo de sensibilización, será necesario seguir realizando actividades y campañas que permitan aproximar

y/o profundizar en los valores del turismo responsable con un sector cada vez más amplio de la ciudadanía.

Tal como lo refieren las propias experiencias, para poder desarrollar un productos turístico en clave turismo responsable se necesita la complicidad y convicción de la **población local**, que la población autóctona vea al turismo como una oportunidad de desarrollo que puede beneficiar a todos y a todas.

La actividad económica de la zona está centrada en la agricultura y el trabajo de campo. Sus pobladores/as no son conscientes del efecto multiplicador que puede tener el turismo... no se creen que tenemos recursos que atraigan a la gente... es necesario que la ciudadanía piense que hay posibilidades.

Entrevista experiencia

Acciones educativas orientadas a la población local para que revalorice los recursos de cada pueblo/zona.

Propuesta Charla con empresarios/as

En estas campañas, se propone poner especial énfasis en el colectivo de **jóvenes y estudiantes**. En esta sentido, el proyecto **Turismundo** que CIC Batá va a iniciar en los próximos meses (orientado a ciclos formativos de turismo y afines) podría ser un recurso idóneo para abordar esta labor, implicando en las actividades de sensibilización a las propias iniciativas.

Es muy importante identificar puntos claves para hacer esa difusión, por ejemplo los colegios y los ciclos formativos de empresarios.

A los empresarios nos hace falta formación sobre sostenibilidad y en concreto sobre turismo responsable.

Charla con empresarios/as

Otro recurso que podría articularse en esta siguiente fase es el **proyecto formativo** que **Ucoturem** iniciará en el mes de septiembre⁷, dirigido por una parte a representantes de la Mancomunidad y Ayuntamientos (información sobre vías y fuentes de financiación que se pueden gestionar para el turismo) y por otra, a emprendedores/as, empresarios/as e iniciativas (formación en temas de administración, contabilidad, marketing, ventas,...).

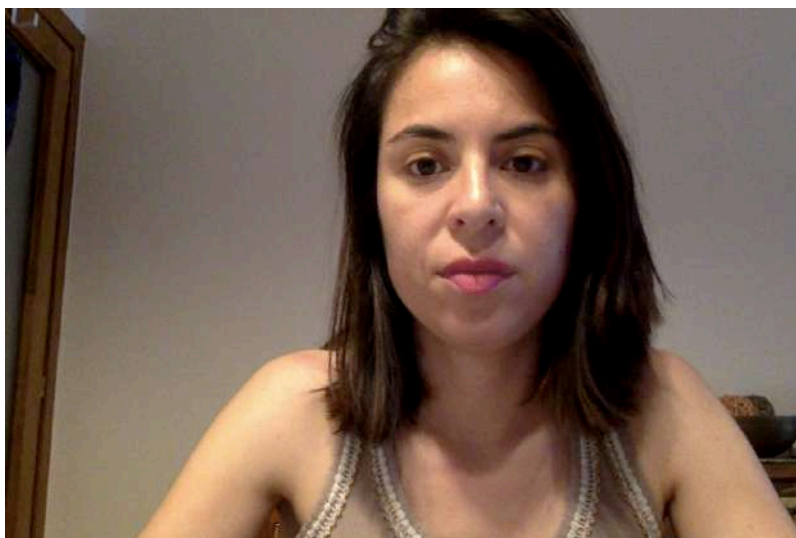
Vinculado también a la formación, se propone potenciar los espacios de las iniciativas y empresas implicadas en el proceso como centros formativos.

Transversalización del enfoque de género

El trabajo realizado con las asociaciones de mujeres ha mostrado que el turismo es considerado una oportunidad tanto para desarrollar actividades exclusivamente turísticas como para impulsar procesos en otras áreas de interés que necesitan ser abordados desde una perspectiva de género, como es el caso de la movilidad o la política de ruralidad. No obstante, para que lo anterior suceda es esencial tener en cuenta que no es lo mismo abordar el turismo para conseguir la igualdad generalizada que la igualdad de género.

⁷ Con el proyecto "Creación de empresas turísticas responsables y accesibles en la Mancomunidad del Alto Guadalquivir como elemento dinamizador de un desarrollo sostenible", el Aula Universidad, Turismo y Empresa (UCOTUREM) pone en marcha una serie de acciones formativas y tutela de proyectos que permitirá la creación y consolidación de empresas turísticas sostenibles y responsables. [Desde UCOTUREM proponen un nuevo escalón en clase turista responsable](#) (Entrada Web).

Casi todas las mujeres ven el turismo como algo positivo, como algo a desarrollar, que necesita de un apoyo institucional, presupuestario y técnico. El reto es que las mujeres tengan una participación activa en la definición y gestión del modelo turístico.



Video de Daniela Moreno (Equality in Tourism) - Alcances y logros del enfoque de género en el proyecto

PRIORIDADES	ACCIONES
Avanzar en el mapa de necesidades y deseos de las mujeres de la mancomunidad.	Diagnóstico turístico con enfoque de género, a partir del cual generar ejes vinculados con prioridades.
	Sistematización de las limitaciones que están teniendo estas mujeres, y cómo estas limitaciones se van a mejorar con el turismo.
	Campaña de incidencia educativa y formativa, que genere conocimiento en el marco de turismo y género.
Promover el desarrollo de una política de presupuestos turísticos que tenga en cuenta el enfoque de género.	Apoyo a las mujeres que participaron en el proyecto para que puedan coordinarse.
	Realizar reuniones bilaterales con instituciones relacionadas con el turismo y entidades vinculadas con la igualdad de género para poder afianzar este turismo responsable con enfoque de género. En estas reuniones bilaterales, hacer incidencia para que haya un presupuesto, para que se conozca la realidad, no solamente de las mujeres sino del turismo vinculado a la realidad de las mujeres.
Mejorar la movilidad territorial. La problemática de la movilidad (provisión de infraestructura y flujo de transporte) afecta principalmente a las mujeres puesto que son quienes se desplazan mayormente de una zona a otra, muchas veces en el marco de los trabajos reproductivos y de cuidados.	Mejorar el transporte en la zona dando prioridad a las necesidades de la población local (no sólo como mejoras de cara a las y los turistas).

PRIORIDADES	ACCIONES
Sistematizar las necesidades formativas. Por lo general las acciones formativas se generan a partir de la entidad que pretende realizar la actividad y no a partir de las necesidades de los propios colectivos. Esto genera una brecha educativa entre las ofertas formativas y las necesidades de las mujeres del territorio. Muchas veces estas formaciones, que nacen de organizaciones tanto técnicas como académicas, llevan a formadores y formadoras de fuera, mientras este capital formativo se puede encontrar en la propia mancomunidad.	Definir una secuencia formativa a partir de una tipificación de perfiles de posibles beneficiarias de turismo responsable y sostenible. ¿Qué está ocurriendo con las mujeres que están emprendiendo en el turismo? Tener en cuenta las limitaciones al acceso a programas formativos.

Hacia la articulación de un producto de turismo responsable en la mancomunidad

Desde la óptica del desarrollo turístico sostenible, parece haber **potencial en los recursos territoriales**, pero también **escasez y desestructuración de servicios**, así como **ausencia de productos turísticos sólidos** que conformen una oferta estable y diferenciadora en la Mancomunidad. Ante esta situación, a partir de las aportaciones realizadas a lo largo del proyecto así como de las orientaciones de las entidades expertas se propone:

1. Estructurar y consolidar una oferta de calidad y diferenciadora, lo que requeriría una **coordinación a nivel territorial de múltiples actores**.

Si bien en reiteradas ocasiones se hizo referencia a la falta de articulación público/privada en la mancomunidad y al predominio de una visión individualista y localista en cada municipio, existe una convicción (en parte de las personas y entidades implicadas) de la necesidad de romper el círculo vicioso y comenzar a definir actuaciones que se puedan llevar adelante desde el grupo que se ha ido conformando a lo largo del proyecto.

Ideas/propuestas para avanzar desde los diferentes ámbitos - II Jornadas Técnicas

ADMINISTRACIÓN
- Mayor implicación de la administración pública / Apoyo presencial de las instituciones públicas más allá del logotipo o de la ayuda económica. - Apoyo público a las iniciativas privadas “en marcha”. - Que se avance con la propuesta mínimo dos legislaturas, que sea respetado el acuerdo por quien llegue a la presidencia de la MAG. - Incluir el turismo en las agendas públicas (por ejemplo, mesas de turismo). - Imprescindible colaboración entre ayuntamientos. - Apostar a nivel mancomunidad por el turismo (vía Consejo de Alcaldes que eleve la necesidad). - “Presionar” a la Mancomunidad a través del Consejo de Alcaldes, y a ellos a través de la ciudadanía. - Que las oficinas de turismo de los municipios, con su concejales/as, se impliquen en la propuesta. Que tengan una visión no sólo como municipio sino como mancomunidad.

SECTOR PRIVADO
- Juntar a la iniciativa privada para desarrollar proyectos comunes / Asociación de iniciativas privadas para generar oferta. - Que las iniciativas privadas que ya hay tomen la iniciativa.
INICIATIVAS
- Que las iniciativas identificadas en el proyecto participen, un mayor compromiso de algunas que han estado menos implicadas. - Ser un nexo con otros actores sociales.

2. En este sentido, se anhela la identificación de elementos que permitan mostrar una **identidad territorial común** sobre la que basar la oferta turística diferenciadora y que, llegado el momento, permita articular el branding (proceso de marca) del territorio-destino.

Si bien es necesario tener en cuenta la proximidad de la mancomunidad con otras comarcas y su contextualización a nivel provincial, el primer paso es definir y articular ese discurso a nivel de la mancomunidad, para luego ver cómo se articula con otras zonas de Andalucía.

Ideas/propuestas para avanzar en la construcción de una marca - II Jornadas técnicas

TENER UNA MARCA, UNA IMAGEN DE MANCOMUNIDAD <i>Estar todos/as juntos/as, y tener un nombre, y pensar sobre eso... trabajar en esa imagen. Un sello de la Mancomunidad es muy valioso... y que se asuma.</i>
¿Qué es lo que tenemos en común, qué nos une? - Identificar el punto diferenciador de la mancomunidad / Identificar elementos comunes e identidad propia en base a recursos representativos del territorio / Destacar las cosas características y propias / Poner el acento en la diferenciación / Algo reconocible y propio / Revalorizar y visibilizar los productos y recursos locales. - Algunas ideas: “Sierra Morena y el río”, “La Piedra Molinaza”, “La Piedra Roja del Guadalquivir” o “La perla roja del Guadalquivir”, “Sierra, Vega y Campiña”, “Ruta de los pozos antiguos”, “Agricultura, la herencia romana y el río”.
- Que todos y todas conozcamos lo que hay en la zona, pensando en el tema de las ventas cruzadas. - Necesitamos conocer lo que tenemos aquí, no sólo qué experiencias sino de qué personas podemos echar mano. - Organizar uno o varios días para que cada empresario/a presente su empresa.
- Constituir una Mesa de Trabajo representativa de todos los sectores que asuma la construcción colectiva de esa imagen. - Para identificar ese elemento común es necesario investigar.
- Definir cuáles serían los criterios a cumplir por los productos y actividades asociadas al sello de la mancomunidad (productos ecológicos, productos de proximidad, ...). Se puede partir del trabajo realizado en la Subbética, donde crearon un código de sostenibilidad en forma participativa.
- Trabajar con el teatro como herramienta de visibilidad del territorio (presente en todos los pueblos).
Diseño de una estrategia de mancomunidad Dos vías que pueden ser complementarias: 1. Construcción de marca como mancomunidad, que nos defina y generar sinergias con la ciudad de Córdoba. 2. Se debe levantar el foco, tener una imagen como provincia de Córdoba, “No somos competencia somos aliados”. Que cada mancomunidad tuviera una seña identificativa o marca, pero estar todos remando en una misma dirección. Que los turistas que vayan a Córdoba tengan disponible la oferta de la provincia y en esta la de cada mancomunidad con su singularidad. - Que la imagen y marca esté presente en todos los establecimientos, en todo el material divulgativo, etc.

CREACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS EN EL TERRITORIO DE LA MANCOMUNIDAD

- Saber qué quiere el turista (por ejemplo, a través de las oficinas de turismo). Identificar el perfil de mi cliente para poder diseñar productos dirigidos a ese perfil.
- Inventario actual de recursos, productos y actividades en la mancomunidad. / Realizar guía que incluya dicho inventario.
- Hacer un recorrido por los municipios teniendo un inventario no sólo de lo que tenemos como atractivo turístico sino de empresarios, colectivos que pueden ayudar a darle forma, a hacer cosas en la mancomunidad.
- Dar visibilidad a las rutas ya vigentes. / Actualización y revisión de la oferta actual (por ejemplo, Ruta de la Cañada Romana).
- Trabajar la señalización de rutas (nuevas y mejorar las existentes).
- Recuperación de espacios públicos (por ejemplo, presa romana cedida para criadero de caballos).
- Inspirarse en la ruta “Nos vemos en Morente” como ejemplo de actividad colectiva. Que se haga de manera estable, no puntual.
- Destacar las cosas que son muy características de aquí, que puedan visitarse durante todo el año. Por ejemplo: la recuperación de rutas que están haciendo en Pedro Abad; visitar una almazara en Bujalance.
- Hay recetas típicas de la zona que se están perdiendo. Vincular a las asociaciones que están rescatando estas recetas con empresas para revalorizarlas (por ejemplo: tapas con chorizo de Morente)
- Que los bares destaquen en sus cartas los productos locales, “En este establecimiento se sirve aceite de Bujalance”.

Generar un programa/agenda a nivel de la mancomunidad

Actualmente cada pueblo tiene su programa estrella. Hay muchas asociaciones que organizan eventos (culturales, cofradías, ...) hay que sacarle partido.

- Calendario conjunto. Que los eventos estén articulados y visibilizarlo conjuntamente. Enmarcar todas las actividades en un programa global de la mancomunidad.
- Un calendario menos estacional, para todo el año. Que no se solapen eventos/actividades.
- Orientar actuaciones de desarrollo local y otros eventos hacia un TRS. No todas las actividades valen. Que cumplan con los criterios del TRS. No se trata de cambiar lo que se viene haciendo sino adaptarlo para que cumpla los valores del TRS y para que sea un producto diferenciado. Que las actividades que tenemos vayan dando pasos hacia un TRS. Es más importante la calidad que la cantidad.
- Por lo general el “éxito” de las actividades se mide en términos de la cantidad de gente que asiste. Incorporar criterios de calidad y no exclusivamente indicadores que cuantifican las personas que asisten.
- Programar de manera conjunta. No sólo en términos de difusión, no se trata sólo de anunciar lo que hay, se trata de crear un producto nuevo unificado. Relacionar esas actividades con la mancomunidad, dotarlas de sentido a nivel mancomunidad.
- Que el programa/oferta de actividades sirva al mismo tiempo para generar identidad de mancomunidad.
- Implicar al periódico del Guadalquivir y a los medios de la mancomunidad en la difusión de la agenda.
- Hace falta personal técnico especializado en turismo sostenible.

3. Para cualquier avance en el ámbito turístico a nivel territorial (y no meramente municipal) será imprescindible contar con un **área/cuerpo/equipo** que planifique, coordine, gestione y evalúe, y que represente al conjunto del territorio, a sus servicios y recursos comunes. Dicho ente (cualquiera que sea su formato) habrá de representar y dar espacio a todo tipo de agentes territoriales si se quiere asegurar la sostenibilidad.

Ideas/propuestas para avanzar en la creación de un espacio de trabajo - II Jornadas técnicas

CREACIÓN DE UN ESPACIO DE TRABAJO COMÚN

¿CON QUIÉNES?	¿QUÉ SE REQUIERE?	¿QUÉ PASOS EMPEZAR A DAR?
- Jóvenes (grupo prioritario, se forman y luego se marchan, no se	- Generar un espacio común y un contexto más estable.	- Convocar unas Jornadas para constituir una plataforma

- involucran en iniciativas y proyectos de la mancomunidad)
- Empresarios y empresarias (ACOEP, ACEVI)
- Federación de Mujeres
- Asociaciones y colectivos (diferentes en cada pueblo)
- Ayuntamientos
- Mancomunidad
- Diputación
- CDR del Medio Guadalquivir y Sierra Morena (algunos pueblos están en la frontera)
- Agencias de viaje
- Involucrar a Medio y Alto Guadalquivir.
- Crear un espacio online (plataforma) para desarrollar todas las ideas / Plataforma online donde dar cabida a todas las iniciativas sostenibles (conocimientos y sinergias).
- Otros modelos de organizarse, por tareas. "Que se vea la utilidad de reunirnos, eso motiva"
- Trabajo colaborativo, no presencial siempre. "Tenemos nuestro propios trabajos, no podemos estar con eventos y reuniones continuas"
- a nivel de la mancomunidad. En esa jornada se definiría el formato y las características del espacio de trabajo.
- Retomar las propuestas que fueron planteadas a lo largo del proyecto.
- Conformar grupos de trabajo que asuman las diferentes tareas planteadas.

Cambiar el modelo de dependencia de las subvenciones. Tenemos que ir un poco paso a paso, independientemente de la financiación, luego hay que ir por financiaciones, pero que haya ese caldo de cultivo, tener contenidos.

RECURSOS	
AUTOGESTIÓN - Recursos disponibles	FINANCIACIÓN - Recursos por conseguir
- Conocimientos y experiencia. - Tiempo y esfuerzo puesto a disposición en acciones concretas. - Aprovechar las cosas que nos pueden ofrecer y luego asumir tareas: ¿qué trabajo podemos hacer como empresas? Para el trabajo de campo no requerimos mayores recursos.	- Desconocimiento de recursos para gestionar y vías de financiación más allá de la Diputación. Conocer qué criterios se requieren. Indagar qué otros recursos a nivel de municipios y de la mancomunidad pueden aportar. - Mayor protagonismo de la comarca que de los municipios, para conseguir recursos juntos. - La Mancomunidad no tiene asignados recursos propios pero puede presentar proyectos. Encabezar un proyecto definido por todos los sectores. - Persona técnica que desarrolle proyectos: para ello hace falta una organización turística común / Área de Turismo en la Mancomunidad. - Contar con apoyo técnico y/o un/a técnico/a de la MAG especializado/a en turismo y en conexión con todos los municipios, que conozcan las múltiples vías de financiación y relación con entidades, instituciones, como por ejemplo el CADE. (Centro Andaluz de emprendimiento). - Plataformas de crowdfunding, iniciativas con influencer. - Para las personas, ante todas las mujeres mayores, se requiere transporte para participar de reuniones y eventos.

Tenemos que comenzar con lo que tenemos e ir avanzando a diferentes niveles. Quienes estamos ya en el tren seríamos un vagón, otras personas necesitan conocer, etc... son niveles distintos y hay que tener una estrategia diferenciada; tenemos que tener objetivos en cada nivel, metas a corto plazo, aunque sean pequeñitas... sabemos que es algo a largo plazo pero no podemos parar...

Anexos

TURISMO Y GÉNERO

DANIELA MORENO (EQUALITY IN TOURISM)

Turismo y enfoque de género

El turismo sexual abrió el marco teórico y práctico del turismo con enfoque de género. España es el tercer país con más turismo sexual a nivel europeo, y ocupa el séptimo lugar a nivel mundial. Comparte los primeros puestos con Tailandia, Camboya y República Dominicana, donde se han presentado problemas muy graves. Gran parte de ese turismo sexual está vinculado con la trata de mujeres. La policía en España informa que en el 90% de los sitios de prostitución, las mujeres están en situación de trata y explotación sexual. España es un lugar de destino de turismo sexual reconocido a nivel mundial. Todas estas cifras nos llevan a pensar que hay muchos problemas en las políticas turísticas, en las leyes y normativas que regulan el turismo en este país. Este tema ha estado muy invisibilizado y la ciudadanía no está informada suficientemente.

También es necesario abordar por qué pasa esto, qué construcción de la masculinidad tiene “el cliente” (porque son fundamentalmente hombres). España no sólo recibe ese turismo sexual sino que también va a otros países en busca de ese tipo de turismo, ante todo a América Latina.

En el año 2013 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) realizó un informe sobre trabajo decente de mujeres en el área de la hostelería e informa que el 52% de las personas que trabajan en este sector son mujeres. En España la cifra es del 55%, mientras en Lituania y Albania estas cifras rondan el 70%. Ese informe nos dice que el turismo es un motor para el empoderamiento de las mujeres dado el alto número de mujeres dedicadas al sector. Sin embargo, un análisis más profundo de estos datos muestra que hay una feminización del empleo en el turismo a nivel cuantitativo que es importante, mientras que un análisis cualitativo muestra que las mujeres realizan los trabajos más precarios, aquellos en los que no tiene ningún poder de decisión. Hay una problemática muy grave en el empleo turístico que repercute muy fuertemente en las mujeres. En España una de las organizaciones que más ha visibilizado este tema es Las Kellys, organización de mujeres camareras de piso que están reivindicando sus derechos, problemática que en los últimos años ha calado mucho en la opinión pública y la ciudadanía. Han tenido un proceso de empoderamiento interno muy importante, son líderes de opinión, han movido el terreno aún cuando no puedan cambiar la ley todavía. Han ido al Congreso, al Parlamento Europeo, algo que hace dos años era impensable.

Empleo turístico en clave de género en Andalucía

En Andalucía la estadística del cuarto trimestre de 2017 señala que el turismo representa un 15,6% de los contratos realizados en dicho periodo, siendo los contratos a mujeres mayoría (51,3% frente al 49,69% de hombres). La franja etaria de las mujeres que trabajan en el turismo está concentrada en edades comprendidas entre los 25 y los 44 años, y los contratos temporales representan el 96,2% de los contratos del sector.

Por tanto, cuando se presentan las cifras sin analizarlas, lo que se dicen es: *Aumenta el porcentaje de mujeres vinculadas al sector turístico*. Este es uno de los datos que se pueden analizar, pero hay muchos otros que nos permiten hacernos una idea sobre la realidad de precarización de la situación de las mujeres en el sector. El trabajo de gobernanta o de camarera de piso es una externalización del trabajo de ama de casa. Son muy pocas las mujeres que están accediendo a cargos de dirección.

En relación a la demanda de contratación en el sector, son las mujeres (con un 62,9%) las que mayormente solicitan este tipo de trabajos. Sería interesante poder contar con información que permita conocer si por el mismo trabajo se paga igual a hombres que a mujeres, es decir la brecha salarial entre hombres y mujeres por el mismo trabajo.

La contratación del turismo en Andalucía no está mal, teniendo en cuenta que el 40,68% de las mujeres no entra al mercado laboral. Como vemos, el turismo concentra un alto porcentaje de mujeres, por lo que constituye una oportunidad para construir un trabajo digno para las mujeres que entran al mercado laboral en la región.

Los datos para la provincia de Córdoba son muy semejantes al resto de Andalucía. Cuando vemos cuáles son los cargos turísticos más apetecidos, esos datos no están desagregados por sexo. Para poder construir una política turística que tenga en cuenta el enfoque de género es necesario conocer esos datos desagregados. En España no hay una política turística que permita tener en cuenta, entre muchas otras cosas importantes, el exigir que se presenten los datos desagregados por sexo; solo se desagregan algunos datos que permiten mostrar las mejores cifras.

A nivel global de la política, hay una carencia de planes, estrategias o mandatos turísticos con enfoque de género. Se carece de datos e información que permita tener las bases para construir esas políticas. En concreto en España no se ha hecho nada, por más intentos que las organizaciones hemos hecho.

La inclusión del enfoque de género en el turismo es muy difícil, porque implica una apuesta decidida por transformar muchas cosas y no hay voluntad política para hacerlo. Sin embargo, es una temática que poco a poco va tomando fuerza y se van haciendo cosas interesantes, ante todo en el área de la sensibilización y la formación.

Otro tema de interés que es necesario abordar esta en relación con el mercado, que nos está diciendo que cada vez más mujeres viajan solas. Sería interesante hacer estudios de nichos de mercado de mujeres que viajan solas y vincularlo con la seguridad de los destinos turísticos.

Entrevista Nieves Poyato

Es muy común en las ofertas turísticas españolas utilizar la imagen de la mujer para vender ese paquete turístico. Aquella persona que compra ese paquete turístico va pensando en encontrar ese tipo de mujeres, buscando esa imagen que le han ofrecido con la venta del producto. Las mujeres no son un producto, tenemos que partir de esa no vulneración de derechos humanos para entender que hay que decir no a este tipo de turismo. Partimos de que la sensibilización es primordial. Hay que trabajar principalmente con el consumidor final de este tipo de turismo, y también hacer hincapié en aquellas personas que son agentes de ofertas de turismo, para que no vendan este tipo de paquetes, para que no incluyan en su oferta una cosificación de la mujer en la imagen que venden al vender un turismo de sol y playa, o al vender un producto de aventura, al vender un turismo de ocio.

La trata de personas, que va muy vinculada al turismo sexual, con fines de explotación sexual es el tercer negocio ilegal más lucrativo del mundo; se encubre en estas ofertas al poner como un producto a las mujeres, también a niños y niñas.

TURISMO RESPONSABLE Y SOSTENIBLE

ROCÍO MUÑOZ (UCOTUREM) - I JORNADAS TÉCNICAS

Definición y evolución del concepto de turismo responsable y sostenible

Los conceptos de turismo sostenible, responsable, sustentable, han sido básicamente el resultado de una evolución contextual. Inicialmente estos términos se asociaban exclusivamente a cuestiones de impacto y sostenibilidad ambiental. Desde la opinión pública se iba generando una cierta resistencia al turismo por los impactos sociales que iba generando en las poblaciones residentes y en el patrimonio, o a partir de la explotación laboral que supone el turismo. Ese concepto de turismo sostenible fue evolucionando de manera que a día de hoy implica una protección del medio natural, pero también incorpora valores asociados a lo social, lo cultural y lo económico.

- Permite rescatar y poner en valor costumbres, tradiciones que estaban olvidadas; y es esto lo que muchas personas cuando viajan están buscando. El poner en valor y dar a conocer esas costumbres y tradiciones como producto turístico es un reto y hay muchas formas de hacerlo: se puede abordar como un producto turístico “clásico”, o se puede enfocar de manera que cumpla con los valores del turismo responsable y sostenible.
- Para que sea sostenible esa actividad debe minimizar el impacto en el medioambiente, debe ser socialmente responsable, es decir, debe crear un empleo que no sea de explotación, con salarios dignos, con condiciones de trabajo adecuadas. Debe enlazarse con otras actividades del territorio, creando sinergias con otras empresas y asociaciones.
- Es un turismo asociado a experiencias. Quien opta por este tipo de turismo quiere relacionarse. Las empresas que se creen en los territorios que pretenden posicionarse dentro de este enfoque, deben hacer entender a la ciudadanía de su entorno que el turismo es bueno, que genera riqueza y que no es algo a lo que haya que sentir hostilidad. Porque cuando el/la turista viene a un lugar, le gusta encontrarse con personas con quienes relacionarse, con quienes hablar, tener esa sensación de que es bien acogido/a.
- Este turismo necesita ser participativo, no llegamos y nos hacemos una foto y volvemos; tratamos de conocer algo más de ese territorio. Cuando hablamos de turismo responsable estamos hablando de un turismo respetuoso, un turismo socialmente aceptado por los territorios, rentable pero sin explotación.

El turismo accesible

El turismo accesible es aquel turismo de fácil acceso para todos/as. No hace referencia sólo a las personas con alguna discapacidad sino a situaciones específicas que podemos tener por edad, por un accidente, etc. Es tanto una responsabilidad como una oportunidad de negocio: las personas con discapacidad viajan aproximadamente el mismo número de veces que las personas sin discapacidad. Datos de un estudio del mes de noviembre de 2017 revelan que la media en España de viaje anual está en los 8 días y en las personas con discapacidad en 7 días, pero gastan entre un 10% y un 20% más que las personas que no tienen discapacidad. Es un nicho de mercado interesante para el turismo responsable y a la vez accesible.

Fondos europeos y fomento de actividades turísticas

Para que cualquier actividad turística sea posible beneficiaria de este tipo de fondos debe cumplir unos determinados requisitos y debe estar en sintonía con los principios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. El año 2017 fue declarado el año del turismo sostenible. Hay una vía transversal en los ODS que atañe al turismo en tanto aporta valor en temas de lucha contra la pobreza, la igualdad de género y en temas relacionados con el impacto medio ambiental. Cuando se prepara un proyecto para optar a este tipo de subvenciones es necesario relacionar el proyecto con los ODS. De esa manera se tienen en cuenta las líneas maestras que se marcan desde los organismos internacionales, que son los que resuelven estas convocatorias, y los proyectos que están en sintonía con los ODS tienen una mayor probabilidad de ser aprobados.

Por qué es relevante el turismo sostenible

Beneficios medioambientales. Tiene menor impacto ambiental que otras actividades turísticas porque está concienciado con el consumo responsable, con el aprovisionamiento de proximidad, y esto no sólo se puede generar en espacios rurales sino también en ciudades.

Un turismo que se quiera considerar sostenible debe contar con un análisis del impacto que genera y tiene que vigilar esos impactos: una forma adecuada de tratamiento de residuos, de emisiones, proyectos donde se puede utilizar biomasa, insumos más sostenibles. En cada paso de un proyecto se pueden tomar decisiones que impliquen mayor o menor impacto ambiental.

Beneficios culturales. El turismo sostenible es una fuente muy importante para sostener el patrimonio. España en este aspecto es un país extremadamente rico en patrimonio, pero tenemos un problema: que el patrimonio no se conserva solo y su mantenimiento y reparación es tremendamente costosa. Cuando un patrimonio es susceptible de tener interés turístico se tiene la vía para conseguir fondos para mantenerlo con una explotación responsable. En otros países del entorno esto está asumido, mientras que aquí, con una mayor riqueza de patrimonio cultural, no hemos sabido explotarlo.

Para construir una estrategia turística en una zona se debe tener en cuenta el catálogo de bienes susceptibles de ser visitados. Este catálogo no incluye sólo bienes de patrimonio tangible sino intangibles que deben ponerse en valor: música, danza, recetas, tradición oral,... A nivel de iniciativas, el crowdfunding (micro-mecenazgo) ha sustituido en pequeña escala al sistema financiero, porque los bancos en muchos casos no apoyan este tipo de iniciativas si no ven de antemano su rentabilidad, pero algunas iniciativas toman el concepto de mecenazgo que había antes para apoyar esos proyectos y darles viabilidad económica.

Beneficios sociales. Estos proyectos o iniciativas de turismo sostenible desde que nacen están implicados en el territorio y toda la sociedad se beneficia porque tienen unos principios que buscan generar empleo digno, consecuentes con los usos y costumbres, por lo que van a tener menor impacto ambiental. Su impacto generalmente es positivo en el territorio porque se enraízan con lo que ya existe, con los negocios de la zona, ya sea por aprovisionamiento o por el uso de servicios locales de diferente tipo. Son iniciativas que benefician directa o indirectamente a toda una zona, la reactivan.

Beneficios económicos. Generan empleo por sí mismos y generan empleo indirecto dentro de su zona; generan bienestar social. En algunos casos es la única vía de impulsar actividades económicas en un determinado territorio. En algunos casos, un proyecto de estas características es el primer paso para erradicar la pobreza.

Los proyectos de turismo sostenible deben:

- Generar un empleo de calidad, no solo es una cuestión de remuneración, son empresas que son socialmente responsables, que cuidan de sus trabajadores/as y se implican más allá de lo que la ley le exige.
- Generar riqueza en el territorio. Cadenas de valor cortas, aprovisionamiento de proximidad, generación de empleo en la propia zona. Es un proyecto para mi territorio y debe haber una implicación real.
- Ser creativos. Conocer lo que están haciendo otras personas, experiencias exitosas (Benchmarking) que pueden adaptarse-replicarse en la zona. Es muy importante el marketing: cómo nos damos a conocer, cómo nos hacemos ver en un mercado tan amplio como es el turismo.
- Poner en valor de todo lo que es nuestro legado, porque es un recurso turístico si es bien empleado. También se dice que el turismo tiene un problema que transforma en folklore la cultura, es una labor que hay que abordar con respeto, lo que quieren esos turistas es la esencia, no una versión distorsionada de las manifestaciones culturales.

Perfil del turista responsable

Para saber qué debemos promover es necesario conocer cómo se comporta el perfil del turista al que nos dirigimos. La Red European Alliance of Responsible Tourism and Hospitality tiene un decálogo del turista responsable.

En un informe que se publicó aproximadamente hace un año muestra dos perfiles de turistas a los que les interesa el turismo responsable y sostenible. En el informe se habla de dos tribus: los puristas culturales y los trotamundos comprometidos. Son colectivos muy amplios con una gran diversidad de rango de edad que no se corresponde con ese perfil de turismo familiar, rural o de fin de semana, es otro perfil.

- Los puristas culturales son aquellos que buscan la parte más social del turismo, hay gente que viaja desde sitios lejanos porque quiere que le enseñen a hacer tal receta o ver tal proceso tradicional o recorren muchos kilómetros para participar de la cosecha de algún producto, etc.
- Los trotamundos son aquellos que valoran que lo que invierten en ese viaje va a revertir en ese territorio.

ROCÍO MUÑOZ (UCOTUREM) - TALLER CON JÓVENES

Marco teórico y conceptual del TRS

Algunos elementos de contexto

Antes de hablar de TRS es importante que seamos conscientes que desde la crisis de 2008 y años antes se está asistiendo a un cambio de modelo social que tiene implicaciones en todos los niveles. En los aspectos turísticos este cambio de modelo ha dado pie a nuevos perfiles de turistas que buscan cosas distintas, algunos por aspectos de índole social, otros por cuestiones económicas, personas que han modificado su comportamiento de viajeros ya sea por motivaciones de tipo medioambiental, por una preocupación por la sostenibilidad, por la protección del planeta.

Elementos que definen las características de la sociedad en que vivimos:

- Hiper-conectividad
- Deterioro medioambiental importante y cada vez mayor
- Agotamiento de recursos y necesidad de pensar en alternativas que impliquen un cambio de modelo
- Crisis económica y deterioro de la calidad de vida
- Nuevos patrones de consumo
- Avances tecnológicos
- Crisis de valores sociales

Hay nuevos perfiles de turismo: los trotamundos comprometidos, sensibilizados con la situación del destino que visitan; los puristas culturales, personas que están de vuelta del turismo tradicional, quieren un viaje de experiencias donde se relacionan con las personas locales, quieren compartir. Este tipo de perfiles se deben tener en cuenta en un modelo como el TRS.

ODS y el TRS

El año 2017 se declaró como el año del turismo sostenible y se enlazaron cantidad de iniciativas turísticas con el logro de los ODS. El turismo sostenible tiene mucho que ver con estos objetivos; algunos ejemplos: el objetivo 14 “preservación de la vida marina” o el 15 “preservación de los ecosistemas terrestres” influyen para bien y para mal, porque se ha demostrado que el turismo es un motor de desarrollo en determinadas economías, territorios que carecen de materias primas, que han sufrido proceso de despoblamiento, problemas por la desindustrialización, etc.

El turismo se ha entendido como un modelo lo suficientemente solvente para ayudar a sacar de la pobreza a esos territorios y poner en marcha un modelo de desarrollo adecuado a los territorios.

Objetivo 8 “trabajo decente y crecimiento económico”. El turismo es uno de esos sectores que, aunque tiene muchas virtudes, tiene el problema de crear empleo bajo un modelo que no genera empleo de calidad, que genera un empleo estacional con contratos precarios, empleos que infravaloran la formación de las personas. Desde el TRS se apuesta por la producción y consumo responsables y el abastecimiento de proximidad; que el turismo traiga riqueza a la zona y que esto sea beneficioso para los/as pobladores/as.

La carta de turismo responsable es un documento ilustrativo de lo que se entiende por turista responsable. A partir de ese documento podemos hacer un listado de buenas prácticas, un listado de productos y servicios adecuados a los que se considera turismo responsable.

El TRS

Se apoya en cuatro pilares:

- 1) Económico, que implique un reparto justo de la rentabilidad de las actividades turísticas y que cree riqueza en el territorio.
- 2) Medioambiental, que proteja y sea respetuoso con el medioambiente y que cause un mínimo impacto, incluso que sea capaz de regenerar y poner en valor espacios.
- 3) Social, que se respeten y se tengan en consideración las singularidades sociales y culturales del territorio, que la interrelación de las personas que participan en las actividades turísticas sea justa.
- 4) Cultural, que implica la no folclorización de la cultura; una cosa es que se pongan en valor las manifestaciones culturales y patrimonial de un territorio y otra que se transformen y se adapten demasiado para el consumo del turista de manera que se pierda su propia esencia. Todo aquello que se transforma y que un nativo no reconocería como parte de su identidad ha dejado de ser cultura para convertirse en un souvenir, en un producto de consumo.

El turismo accesible, también puede hacer parte de este TRS; está pensado para que cualquier persona, sea cual sea su capacidad física o psíquica, pueda tener la oportunidad de realizarlo. Implica adaptación de las empresas y destinos a ese tipo de viajeros. El asunto de la accesibilidad cada vez está tomando más fuerza.

Cuáles serían las Características de un proyecto turístico sostenible

Permite progreso social y económico, guiándose en la toma de decisiones por los principios del turismo responsable y sostenible. Teniendo en cuenta entre otras la Responsabilidad Social Corporativa: forma de entender la gestión de las empresas más allá de lo que la ley exige, preocupándose por ejemplo por el bienestar de los/as trabajadores/as, dando un paso más allá con ventajas como temas de conciliación familiar. También de cara a la sociedad: sistemas sostenibles energéticos, reciclaje,...

Concienciar a la empresa desde la toma de decisiones, por ejemplo el abastecimiento de proximidad. Si me comprometo con mi territorio buscaré a proveedores locales, no de fuera. La gran empresa puede ser en general más barata, pero yo pongo en valor lo que estoy haciendo; estaremos vinculando distintas empresas que no tienen que ver directamente con el turismo, lo que ayudará a crear riqueza en el territorio. Si voy a la opción más económica no será ésta la que decida, pero si estoy pensando en un proyecto sostenible buscaré que mis proveedores/as sean lo más cercanos posibles, buscaré trabajadores/as de la zona, facilitaré su formación. Generar un conjunto de sinergias que procuren una mejor calidad de vida en el enclave donde he decido poner mi actividad turística.

La economía circular: Algunas ciudades se están sumando, no es algo nuevo pero sí cómo se está aplicando actualmente. Ejemplo: el reciclaje; que todo lo que sea residuo pase a ser materia prima. Que todo lo que entra, salga y se vuelva a utilizar en el proceso; tiene como objetivo a nivel de empresas que tengan residuos 0 y en las ciudades se está tratando de hacer algo parecido, un modelo de mayor sostenibilidad, más acorde con lo que ahora mismo se requiere. Es interesante estudiar los nuevos modelos de negocio que están surgiendo en torno a la economía circular, no sólo empresas locales sino también franquicias.

Con la prohibición de los plásticos se abre una multitud de posibilidades a negocios tradicionales. Ese tipo de proyectos en enclaves como la mancomunidad son proyectos muy válidos y en algunos territorios rurales se siguen conservando usos y costumbres que ahora se van a tener que poner en valor, que resultan necesarios para un cambio de modelo. Este tipo de modelo es idóneo para pequeños negocios y requieren una financiación relativamente moderada. Como difícilmente encuentra respuesta en el sistema financiero por falta de solvencia y de garantías, se puede recurrir a alternativas como las plataformas de crowdfunding, realizando campañas de micro-mecenazgo.

¿Cuáles deben ser nuestras principales premisas?

Generar empleo digno, generar riqueza en el territorio, consolidar esas cadenas cortas con proveedores locales, creatividad, apostar por proyectos de carácter solidario y poner en valor el patrimonio material e inmaterial de la zona.

JOSÉ MARÍA DE JUAN ALONSO (KOAN CONSULTING) - I JORNADAS TÉCNICAS

Destinos sostenibles, turistas responsables y empresas competitivas. Es a lo que tenemos que llegar y por lo que trabajamos. La clave está en trabajar con estos tres ámbitos, si sólo se aborda uno de los ámbitos no funciona. Que haya empresas competitivas y que sepamos dónde se vende, porque es otro mundo, porque no tiene nada que ver vender el turismo no responsable con el responsable.

Todo empieza en la inteligencia de mercado, conocer al cliente y sobre todo explicarle lo que estamos haciendo, porque estos términos (turismo responsable sostenible) se han prostituido, han perdido significado. Para el turismo internacional decir que un albergue es eco-turístico no dice nada, porque resulta que ahora todos lo son, todos los hoteles son ecológicos, todas las empresas hoteleras están por el compromiso social, pero luego son las que pagan la mitad de salario a las camareras de piso, etc. Cada vez más el/la turista se está dando cuenta que le están engañando.

La inteligencia de mercado sirve para identificar al turista, tienes información y te sirve para tomar decisiones. En España tenemos muchas estadísticas de turismo pero por sí solas no sirven, por lo general sólo cuantifican el número de turistas y de dónde han venido. Se desconoce cuánto han gastado, si eran familias u otro grupo, a qué han venido, qué les motivó: ¿querían gastronomía?, ¿les llamó la atención la ciudad patrimonio?, ¿venían en coche con guía o sin guía?... Hay que contar con una buena información que permita identificar ese perfil, para poder diseñar productos dirigidos a ese perfil, un producto que encaje perfectamente.

Tenemos que tener muy claro cuál es nuestro cliente y eso nos permite saber que tipo de marketing hacemos, según grupos etarios, etc. ¿Quién es mi cliente? ¿Cómo se informa? ¿Cómo compra? ¿Cuál es mi mercado y cómo llego a él? No es difícil si uno se sienta con alguien que sabe del tema, te asesora y te orienta al respecto.

Es importante tener en cuenta que si queremos desarrollarnos como comarca y como empresa debemos estar conectados. Hacerlo con un mensaje claro y con un código ético que demuestre lo que decimos. El turista lo que quiere ahora son evidencias, no quiere sellos. No sólo quieren que tengas un catálogo, un sello, quiere que demuestres como lo estas haciendo. *Lo que quiere el turista responsable es complicidad. El turismo responsable tiene mucho que ver con la emoción.*

La sostenibilidad en las iniciativas de turismo responsables es un elemento diferencial. Tenemos que hacerlo bien de acuerdo a unos principios éticos que guían la actividad y esa ética sirve para vender mejor y captar un turista más motivado. El turista responsable entiende por lo general que el turismo responsable es más caro.

El turismo responsable en España

La oferta española al respecto está atomizada, es decir tenemos muchas empresas de turismo responsable por todo España pero cada una va por su lado, no están unidas en las comarcas, no hacen proyectos juntas, no consiguen el dinero juntas.

El turismo responsable es la respuesta a ese sobre turismo, la turismo fobia. Durante muchos años no nos preguntábamos al respecto y en cuanto ha empezado a haber manifestaciones en Barcelona, en San Sebastián, ahora nos llaman de todas partes preguntando ¿Ustedes saben qué hacer? De ahí la importancia de tener claro el modelo que construyes, porque si haces las cosas mal se puede llenar una comarca de gente que te invade y que no sea rentable. Eso está pasando en muchas comarcas que han hecho un modelo equivocado y por el día están llenas de gente y por la noche no hay nadie: ni comen en los restaurantes, ni pernoctan en las posadas y no dejan nada en la zona y uno se pregunta ¿esto es desarrollo turístico? *Es necesaria la calidad frente a la cantidad.*

Se vienen haciendo estudios desde hace unos 10 años en el mercado británico y alemán sobre si un turista estaría dispuesto a pagar más por un turismo responsable, por un producto responsable y muestran que cada año aumenta el porcentaje de turistas que estarían dispuestos a pagar más por ese producto. En el 2008 estaba sobre un 47% y actualmente está sobre el 70%. Aquí no hablamos de grandes números, hablamos de cosas más pequeñas, de gente muy motivada y que genera una mayor rentabilidad. Eso influye en el triple balance: ambiental, socio-cultural y económico-empresarial. A veces ese balance no está equilibrado, se han hecho esfuerzos en la parte medioambiental, pero en lo social se pagan salarios muy bajos, no hay un impacto positivo para la personas de ese territorio, etc. Debe existir un mayor equilibrio.

Por qué hay negocio en el turismo responsable

Cada vez hay más gente comprometida con otros valores a quien no le gusta lo que ve en ese otro turismo, se implica y se convierte en un viajero responsable: quieren reducir el impacto que produce ese tipo de turismo y están muy comprometidos. Rechazan esos viajes ultra rápidos, la masificación de las ciudades, es por lo general un turista culto y con dinero. Esa gente cada vez es más y esta muy bien informada.

Los grandes tour-operadores están reflexionando al respecto. La agencia de viajes de El Corte Inglés ha sacado un catálogo de turismo responsable (todavía pequeño). Consultan y buscan apoyo, se han dado cuenta y no quieren quedarse fuera. Es bueno y es malo a la vez. Es bueno que un operador grande se interese por el turismo responsable, también sabemos que lo hace por marketing y para aprovechar el tirón.

Casos de éxito

Trabajamos en las comarcas que persiguen un desarrollo turístico para luchar contra la despoblación, para fijar población y trabajar con su gente y las empresas que ya existen para que sean competitivas.

Ejemplos

Un proyecto europeo financiado en los dos últimos años (Turismo generacional responsable). Grupos de abuelos viajando de un país con sus nietos que se encuentra en otro país, con abuelos en una comarca y hacen un encuentro intergeneracional en el marco del turismo responsable. Todos aprenden de la comida, bailes, etc. El modelo ha gustado mucho y lo han pedido varios tour-operadores y varias comarcas para que lo explotemos.

Modelo gastronómico: Los paisajes de la sierra de Madrid se sientan a la mesa. Este proyecto ha consistido en la creación de productos de turismo gastronómico que se han comercializado en FITUR. Un proyecto basado en productos locales sostenibles y muy diferenciados. El modelo consiste en investigar primero el mercado, ponemos en contacto a los productores locales con los restaurantes, todo ello va a acompañado con un plan de marketing y luego los ponemos en contacto con el mercado que lo vende. Y todo con un tratamiento de sostenibilidad muy intenso.

Acaba de empezar Climatural. Aprovechar la reforestación de zonas que necesitan reforestarse por cuestiones de biodiversidad o lugares que han sido afectados por incendios y convertir ese lugar en un producto turístico en sí mismo, con un componente de sensibilización medioambiental, con un componente de interpretación del patrimonio, entre otros. La forma en que ese paisaje lunar se va regenerando es el atractivo turístico, es un proyecto que se va a llevar a cabo en Teruel, en una zona afectada por un incendio. El turista podrá ver cómo se restaura un bosque, cómo renace.

La Catedral de Vitoria, Abierto por obras. Estaban restaurando la catedral y ese era el atractivo turístico: les vamos a enseñar cómo se restaura una catedral... y fue un éxito.

Hay muchos ejemplos más: Observadores de murciélagos, de hormigas, de lo más peregrino que se nos pueda ocurrir. Las posibilidades que hay son inmensas, los que estudiamos el mercado nos damos cuenta que hay gente para todo.

KOAN CONSULTING- CHARLA EMPRESARIOS/AS

Un país como España, que recibe tal cantidad de turistas (87 millones el último año), pareciera que va a la vanguardia pero no es así; en el tema de responsabilidad en el turismo estamos muy atrás de las tendencias internacionales; las vanguardias sociales están pidiendo y trabajando por lograr construir destinos sostenibles y responsables. Ese consumidor más responsable también está llegando al turismo, esas personas que buscan además de viajar y conocer destinos hacerlo con valores y principios relacionados con el ámbito ambiental, social, cultural y económico, que sea beneficioso para las poblaciones a las que visita. El TRS lo que busca es un bienestar para todos y todas, lo que hagamos debe ser bueno para mejorar la vida de la gente en el territorio y que esos servicios, esos productos sirvan para mejorar la vida de turistas y viceversa. Llega un turismo que se supone está dando mucha rentabilidad en España, pero luego sabemos que las camareras de piso son las que menos cobran en Europa, ese turismo que echa a las personas de los centros de las ciudades, las tiendas de toda la vida son ahora tiendas de chinos, eso no es turismo responsable.