

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

ASIGNATURA: POLITICA Y TURISMO

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

(DESDE EL 02 AL 13 NOVIEMBRE 2020)

DIA: DEL 02/06 NOV

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 21: LA GESTION DE PRODUCTOS Y DESTINOS
GUIA O ACTIVIDADES
CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO: Lectura del material adjuntado ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO: -
BIBLIOGRAFIA
Texto adjuntado

CONTENIDOS MINIMOS

GESTION DE NUEVOS PRODUCTOS POST COVID

En la clase pasada hemos visto como los destinos tienen que empezar a repensar el turismo y como en el caso de Argentina y Salta han tomado medidas de reactivación.

En esta clase avanzaremos sobre la generación de propuestas de productos mas viables en los destinos post covid. Para ello analizaremos el caso de los productos asociados a las playas (de mar o rio) y el turismo en la naturaleza.

En la siguiente guía deberán generar propuestas especificas aplicables a una localidad a su elección de la provincia de Salta o bien para toda la provincia.

LA GESTION INTELIGENTE DE LAS PLAYAS

En referencia a las playas, está probado que constituyen el recurso medioambiental que más turistas atrae a muchos destinos.

Estos espacios naturales son los elementos de la oferta que más influyen en los flujos turísticos y llegan a multiplicar la población de los municipios costeros en el periodo estival.

Esta afluencia masiva de personas, no siempre controlada, es totalmente incompatible con la situación sanitaria actual, ya que la norma primordial para evitar el contagio es la prevención a partir de un distanciamiento social.

QUIEN SERAN LOS ENCARGADOS?

Los municipios en coordinación también con las entidades supramunicipales y otros organismos e instituciones con la intención de que el turista o usuario de estas respeten el distanciamiento social y garanticen que las playas sean espacios seguros para el visitante.

Este distópico escenario puede suponer una oportunidad de aplicación de la gestión inteligente de espacios turísticos (Smart Cities Turísticas), algo que ya se había puesto en práctica en los Destinos Smart, y que poco a poco se va implantando gracias a los Planes Directores de Destinos Turísticos Inteligentes (PDTI).

PLAYA SEGURA

En la práctica y, al menos en la temporada turística del año 2020, los conceptos de “playa segura” y “playa inteligente” cobran un especial significado. De hecho, se convertirá en un binomio indisociable que convendrá entrelazar debidamente.

No se puede entender una playa como segura, sana o limpia, sin llevar asociado los conceptos de playa adaptada o controlada, gracias a la progresiva introducción de más medios humanos y también tecnológicos.

De este modo, cobrará sentido una nueva versión de playas inteligentes que trasciende de la aplicación de los medios tecnológicos. El buen gobierno de estas playas (especialmente las urbanas) es un reto al cual se enfrentan la inmensa totalidad de municipios con franja litoral en España.

En la gestión de estas playas, la mayoría de las decisiones corresponden a cada localidad, que se convierten en verdaderos Entes Gestores, en base a las competencias que les son propias. Cada uno de ellos se encargará de poner en funcionamiento los mecanismos y modelos de gestión que, en función del presupuesto, la tipología de playa o la afluencia turística, resulten necesarios para adaptar sus playas a la nueva normalidad poscoronavirus.

En este sentido, se abren interesantes escenarios en materia de certificación y calidad, que reportarán al turismo una mayor seguridad y confianza.

La gestión inteligente de las playas

El Destino Turístico Inteligente engloba los conceptos de sostenibilidad, accesibilidad, conocimiento e innovación tecnológica alrededor de los destinos turísticos. A través de la inteligencia (no exclusivamente tecnológica) se mejora la infraestructura del destino para así fomentar el desarrollo eficiente y sostenible, incrementando la calidad de vida de los residentes (López de Ávila y García Sánchez, 2015).

se identifican hasta nueve ámbitos de trabajo para convertir un destino turístico en DTI: gobernanza, sostenibilidad, accesibilidad, innovación, conectividad, sistema de inteligencia turística, información, marketing online y evolución de la actividad turística.

Un DTI debe de seguir una estrategia de revalorización del destino a través de un óptimo aprovechamiento de los recursos naturales y culturales, con una mejora en la eficiencia en los procesos de producción y distribución (Fernández Alcantud et al., 2017).

el Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas (Invat·tur), define a las playas inteligentes como: “un recurso donde se aplica tecnología e innovación adaptándola a sus características específicas para convertirlo en un espacio más amable y orientado a satisfacer las necesidades del usuario, con la finalidad de mejorar la experiencia gracias a una gestión más eficiente” (Invat·tur, 2018).

En definitiva, las playas inteligentes son espacios más sostenibles, más accesibles, más seguros y con una mayor respuesta a las necesidades y expectativas de los usuarios. Como se puede apreciar, algunos de los ámbitos de los DTI tienen una repercusión muy directa en la gestión de playas:

1. Sostenibilidad: Se miden indicadores de calidad ambiental para subsanar o mitigar los problemas ambientales derivados de la afluencia de turistas como, por ejemplo, la congestión del tráfico, la gestión de residuos o la capacidad de carga de las playas.
2. Accesibilidad: Física y digital. En la primera se encuentran las playas adaptadas para personas con movilidad reducida, técnicas de talasoterapia, personal de atención especializado, etc. La segunda está enfocada a la digitalización y manejo de la información o la geolocalización de personas, datos o servicios.
3. Seguridad: Entendiéndose la playa como un entorno amigable, anticipándose a los riesgos potenciales que puedan afectar a la seguridad sanitaria.

Resulta imperativo el establecimiento de Sistemas de Gestión de Playas adaptado a la nueva realidad, que permita mantener los beneficios económicos y sociales para salvar la temporada, sin renunciar al medio y largo plazo como objetivo de mejora con todas las revisiones y escenarios barajados. en materia de protección medioambiental de la costa, la gestión efectiva de las playas depende, en el caso turístico y como ya se ha indicado, de los municipios.

Todo Plan de Playa debe incorporar el fomento del uso de la misma mediante la ampliación de su zona activa, la laminación de la ocupación horaria, los servicios de limpieza, la seguridad, la atención sanitaria, vigilancia y sus medidas de información y señalización, etc. (Yepes, 2002; Sánchez, 2002)

Las posibilidades de aplicación de las diferentes tecnologías existentes en la gestión de destinos turísticos de playa se llevan a cabo a lo largo de las siguientes tareas:

Comunicación efectiva (y transparente). Imprescindible para generar confianza y seguridad tanto en los ciudadanos como en los turistas, en las que se visibilice la gestión adecuada en la aplicación de los protocolos de seguridad.

Identificación y localización de recursos. Ubicación de las principales instalaciones, infraestructuras, equipamientos o recursos humanos respecto a las playas. Disponibilidad, capacidad o estado de las mismas.

Identificación y localización de áreas y población afectadas. Identificación de las áreas más afectadas sobre las que se debe actuar. Estadísticas sobre el número de casos.

Información sobre datos sociodemográficos de la población afectada.

TECNOLOGÍAS UTILIZADAS	DISTANCIA SOCIAL	ACCESO	COMUNICACIÓN EN TIEMPO REAL
	Cámaras web	Videometría para el control aforo	App del destino para ver aforo disponible en la playa
	Drones con cámara	App para contar personas	MUPI con información en tiempo real
	Videosensores. Inteligencia artificial + Mapa de calor	Semaforización del acceso	Paneles visuales
	IoT con mapa de calor	App Cita previa + QR	Web conectada con Plataforma Smart Destination
	Beacons + Panel Información	Sensores cuenta personas	Centralita de llamadas + Plataforma de SMS
	Monitorización de las RRSS		

Sin embargo, estas tecnologías no pueden aplicarse de igual forma en todas las playas, bien sea por las características intrínsecas de la misma (tipología, acceso, capacidad, mareas, etc.), bien sea por los propios recursos municipales (económicos y humanos).

Llegados a este punto, se debe destacar que las “playas inteligentes” no deben ser entendidas exclusivamente como playas en las que se utilizan las nuevas tecnologías, sino más bien como ámbitos en los que la tecnología reforzará y aportará mayor y mejor información para tomar decisiones en el resto de ámbitos fundamentales característicos del enfoque DTI. En este sentido, cabe recordar que estos ejes son la gobernanza, la sostenibilidad, la movilidad, la accesibilidad o el manejo de la información. Todos estos elementos serán esenciales en el manejo y control de la pandemia en las playas españolas.

En resumen, las “playas inteligentes” deberían beneficiar al turista que desea obtener una experiencia satisfactoria o que, al menos, los inconvenientes derivados de su adaptación a la pandemia no alteren en demasía la experiencia turística y que, a la vez, se garantice su seguridad. La crisis del COVID-19 obligará a los destinos a tomar medidas extraordinarias para garantizar unas playas más seguras, de manera que la solución pasa por disponer nuevos servicios más inteligentes desde un punto de vista integral.

Por lo que respecta a las playas, principalmente se insiste en que se debe mantener la distancia de seguridad para evitar los contagios por el COVID-19.

LISTADO DE "NORMAS TIPO" EN LAS PLAYAS ESPAÑOLAS	
Del deber de mantener la distancia de seguridad de 2 metros (en adelante preferentemente), entre personas tanto en la arena como en el agua	
De la distancia mínima entre sombrillas de diferentes grupos de personas no convivientes. Preferentemente será de 6 metros y éstas no se podrán instalar antes de una hora determinada (según casos)	
Delimitación de espacios: Sobre acotar el espacio vital en la medida de lo posible, siendo el espacio recomendado de 4m ² /persona Sobre la anchura máxima de cada parcela en paralelo al mar, en la que se recomienda no exceder los 4 metros Sobre las sombrillas, toallas y objetos personales que deberán permanecer dentro de estos espacios Sobre el tiempo de reserva de los espacios habilitados, o en sus casos los espacios bañados	
De la distancia o espacio entre diferentes núcleos familiares o grupos de personas no convivientes, y de la liberación de pasillos de ancho mínimo	
De la agrupación máxima de personas, recomendando que no se exceda de 15 personas	
Del espacio de libre circulación en la orilla, que debe tener una distancia variable que puede oscilar entre los 6 y 10 metros o más (desde la orilla hasta la primera línea de sombrillas y toallas). En esta zona solo estaría permitido el tránsito, no los juegos de playa	
Los juegos y deportes de playa solo estarán permitidos en la zona de la arena más cercana al Paseo Marítimo	
Existencia de pasarelas de entrada y salida a la playa que están debidamente señalizadas	
El uso de chancas u otro calzado para caminar por las pasarelas, que se plantea sea obligatorio	
De la prohibición de depositar residuos en la arena (eliminación de papeleras según los casos)	
Atender a las indicaciones de los servicios de refuerzo y vigilancia de la playa	
Del máximo respeto a las normas de control en los accesos o de los turnos (cuando esté regulado)	

Las localidades costeras están tratando de preparar su franja litoral, para que sean espacios seguros en esta temporada estival, respetando como principal premisa el distanciamiento social. Los entes gestores deberán determinar su capacidad de acogida máxima y definir las medidas sanitarias a adoptar por parte de los usuarios. Asimismo, se clausurarán los espacios comunes como duchas, lavapiés o zonas de juego infantiles.

Propuestas para la gestión inteligente de las playas poscoronavirus de destinos de sol y playa masificados

ÁMBITO	PROPUESTAS
Gobernanza	<ul style="list-style-type: none"> • Testar las Directrices de playas ICTE, con los Consejos de Turismo y empresas concesionarias de explotación • Reuniones de mando y coordinación en el seno del Ente Gestor de las playas (Cruz Roja, Protección Civil, Policía Local, Centros de Salud de refuerzo). • Se valora positivamente que existan desplegados y conformados los llamados Comités de Seguridad
Sostenibilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Las playas son ecosistemas naturales por lo que deben ser tratadas como tal (remoción de arenas y tratamiento de limpieza en arenas, hamacas... etc.). En su mantenimiento no verter ni rociar la arena con sustancias químicas o dañinas para el medio ambiente y la salud de las personas. • En su adaptación y readecuación en el futuro, los planes de playas deberían compatibilizar las medidas de control del Covid-19, con aquellas actuaciones pensadas para la adaptación al cambio climático y los temporales (especialmente en materia de nuevas infraestructuras litorales). • Económica: Valorar el coste-beneficio a la hora de controlar y mejorar el servicio en playas (costes humanos, tecnológicos o de infraestructuras) • No debe haber papeleras
Movilidad	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción de accesos a vehículos (limitación para evitar aglomeraciones). • Facilitar los aparcamientos temporales en zonas próximas a la costa (convenios con solares privados en zonas turísticas saturadas)
Accesibilidad y aforos	<ul style="list-style-type: none"> • Se valora positivamente que no haya juegos infantiles • Líneas de acceso directo hasta primera línea (con o sin pasarelas) • Doble carril de circulación peatonal (amplitud de 2m o más... y separación entre ambos de 2-3m). • Numeración de los accesos a modo orientativo, señalizando si es acceso de entrada o salida • Fragmentación de la playa en grandes zonas, sectores (unidades familiares, personas vulnerables, etc.) y franjas horarias
Información	<ul style="list-style-type: none"> • Campañas de información familiar en destino, previo al desplazamiento a la playa • Campañas de sensibilización in situ. • Señalización en el lugar con información de accesos, recomendaciones, sectorización de la playa (mapa de zonas), localización de puestos de vigilancia y sanitarios, teléfonos de información, etc.
Tecnología	<ul style="list-style-type: none"> • Plan de Comunicación por redes sociales y canales turísticos. Desarrollo de aplicaciones de móvil específicas, en las que se definen en tiempo real las condiciones de acceso, aforo... etc. • Desarrollo de plataformas de información y sensibilización • Valoración de Experiencias Piloto derivadas de la monitorización de playas. No todas las del estado podrán incorporar tecnologías eficaces para los fines buscados (uso de drones, aplicativos con algoritmo de distancia social, etc.)

el turismo rural se presenta como uno de los nichos turísticos preferidos en el corto plazo, y, por tanto, se prevé una recuperación más rápida. Este discurso se comparte en los ámbitos científicos debe hacerse hincapié en la heterogeneidad del turismo en el medio rural, hecho por el cual, las generalizaciones al respecto deben tomarse con cautela

Entornos VUCA

La actividad turística se desarrolla en entornos VUCA. Estos entornos se caracterizan por la volatilidad, la incertidumbre, la complejidad y la ambigüedad. Pero ¿cómo podemos enfrentar los contextos VUCA desde la actividad turística?

La volatilidad ante la situación provocada por el COVID-19 es evidente.

Los datos, los hallazgos científicos, los brotes y rebrotes de la enfermedad, las presiones económicas o las nuevas regulaciones, nos mantienen en una situación muy cambiante. En este contexto, los planes de contingencia y la planificación previa capaz de anticipar ciertos riesgos, permitirá actuar de forma mucho más ágil ante determinados cambios. Por tanto, los planes de contingencia deberían actualizarse de acuerdo con la crisis del coronavirus.

Al enfrentarnos a un contexto nuevo, la incertidumbre acompaña a casi cualquier decisión que tomamos, incluso en el corto plazo. El sector turístico y el mundo rural se encuentran ante una situación que no habían experimentado anteriormente. Se desconoce la solución a la pandemia y su duración. Grandes interrogantes también giran en torno a las posibles reacciones de la demanda ante los riesgos del coronavirus. La incertidumbre solo se puede reducir con conocimiento, con datos y con análisis. Y cuando todo esto es insuficiente, solo nos cabe recurrir a la prudencia. Decir no lo sé, en muchas ocasiones, puede ser la opción más rigurosa.

Es inevitable hablar de turismo y no hablar de complejidad. Tanto el turismo, como la crisis sanitaria del COVID-19, son fenómenos globales y transversales.

Numerosos sectores y actividades se ven afectados directa o indirectamente por la desaparición temporal del turismo, así como por los cambios en el desarrollo habitual de todos los subsectores turísticos.

Al mismo tiempo, el coronavirus está impactando en el desarrollo habitual de numerosas actividades económicas y de servicios públicos que se relacionan con el turismo.

Además, todos estos cambios se están produciendo a escala global, por tanto, la complejidad del momento es máxima. La complejidad de los retos que enfrenta el turismo requerirá cada vez de más conocimiento experto y de enfoques multidisciplinares para aportar soluciones.

Por último, hay que hablar de ambigüedad. Los interrogantes que se plantean son constantes: durante el análisis; durante el diseño de medidas de adaptación y de recuperación; y durante la implementación de estas. ¿Qué es seguro? ¿Qué seguridad puedo garantizar? ¿Qué impactos tendrá la medida? El pensamiento crítico y los interrogantes constantes conducirán a una mayor precisión en la toma de decisiones y en la ejecución de acciones.

Oportunidades de transformación

En primer lugar, existe una oportunidad de mejora. Parar la actividad, permite introducir cambios en su reactivación que mejoren el modelo, el servicio o la experiencia que se ofrecen. Es una oportunidad para incorporar criterios de

sostenibilidad, de calidad y de responsabilidad, entre otros. Y si ya se consideraban este tipo de criterios, es momento de reflexionar sobre cómo se integran estas cuestiones y cómo pueden reforzarse.

En segundo lugar, es un momento de oportunidad para fortalecer los destinos y los negocios turísticos. No es la primera vez que un destino tiene que parar su actividad. Existen numerosos casos de destinos azotados por desastres naturales que han obligado a detener la actividad turística. Después de una crisis de tal magnitud, cuando el destino retoma su actividad, lo hace siendo un destino más fuerte. No solo ha superado el bache, sino que vuelve a la actividad turística adoptando medidas y precauciones que antes no incluía en su día a día y que incrementan su resiliencia y su competitividad (Santos-Lacueva et al., 2019).

En tercer lugar, es una oportunidad para mostrar la oferta de los destinos rurales a unos visitantes que en otras circunstancias optarían por otro tipo de lugares. Como ya se ha dicho, el turismo rural se percibe como una de las opciones más seguras y, por tanto, hay que aprovechar la ocasión para dar a conocer sus atractivos.

También hay que pensar en la población local para diseñar propuestas en las que puedan participar como visitantes sin pernoctación. Muchas veces desconocemos lo que tenemos más cerca y ahora es el momento de ponerlo en valor y de disfrutarlo.

En este contexto, cobran mayor fuerza principios como los del slow tourism o del turismo sostenible, por ejemplo, en términos de reducción de emisiones del transporte o de retorno del gasto en territorios de proximidad.

la adaptación del turismo rural a la “nueva normalidad” pasa por hacerse ciertas preguntas cuyas respuestas guiarán la transformación. Por ejemplo, ¿Qué querrán los visitantes? ¿Qué esperarán de nosotros? ¿Cuáles serán sus motivaciones? ¿Cuáles serán sus hábitos? ¿Qué les hace felices? ¿Qué necesitan?

Si el turismo rural quiere garantizar su sostenibilidad futura, deberá tomar en cuenta diferentes temas a la hora de repensar su modelo y su oferta ante un escenario pos-COVID- 19. A continuación se mencionan algunas cuestiones clave.

1) Seguridad e higiene

La seguridad y la higiene son requisitos indispensables para satisfacer a los visitantes y, consecuentemente, han adquirido más importancia a la hora de elegir un destino o un servicio. Los protocolos higiénico-sanitarios deben anticiparse a las campañas de promoción, pues solo así se puede generar la confianza necesaria para atraer turistas.

No obstante, esta cuestión abre varios interrogantes: ¿Seguridad o falsa seguridad? Hay que preguntarse hasta qué punto podemos hablar de un destino o de un establecimiento seguro. No todas las medidas implementadas en el

turismo demuestran unos resultados de mayor seguridad, sino que, en ocasiones, se trata de una falsa seguridad percibida por el usuario.

Existen certificaciones que, incluso, acreditan establecimientos covid-free, lo que ha suscitado numerosas críticas por poder resultar contraproducentes y poco transparentes (Hosteltur, 6 de junio de 2020).

¿Más residuos, más seguro? En relación con lo anterior, más plástico o más utensilios desechables no siempre significan mayor seguridad. En los últimos años se han hecho grandes avances en pro de la reducción de residuos y no se debería retroceder en este sentido.

Un lugar seguro ¿para quién? No hay que olvidar que el medio rural cuenta con una población muy envejecida y con unos servicios sanitarios limitados y/o lejanos. Por tanto, la seguridad no debe ofrecerse solo desde el punto de vista del visitante, que se le convence de que estará más seguro que en una ciudad, sino también desde el punto de vista de la propia población rural.

¿En el medio rural no hay masificación? Son numerosos los mensajes de destinos rurales que se presentan como lugares seguros por el simple hecho de no estar en territorios urbanos. Sin embargo, el medio rural es diverso y también cuenta con enclaves que sufren episodios de masificación. Por ejemplo, y pensando en la temporada estival, pueden mencionarse ciertas zonas de baño o determinados pueblos que son atractivos en sí mismos, con numerosos visitantes diarios, más allá de los que pernoctan.

¿Suficientes recursos para garantizar la seguridad? Establecer aforos y protocolos higiénico-sanitarios implica recursos técnicos, humanos y económicos para poder cumplirlos. Las medidas que se propongan deben ser factibles:

tienen que implementarse y, además, su incumplimiento tiene que poder ser controlado. Si esto no sucede, la seguridad que aportarían determinadas medidas queda cuestionada.

¿Quién es responsable de garantizar seguridad? Cuando el cumplimiento de las medidas propuestas no puede controlarse, la responsabilidad de la seguridad cae sobre el prestador y sobre el usuario. Por ejemplo, se piden declaraciones responsables a los establecimientos, conforme implementarán las medidas propuestas; o se pide que el visitante decida si acceder a un espacio, según indicadores de colores que cambian en función del aforo. Sin embargo, no hay que olvidar que se trata de una cuestión de salud pública, y que, por tanto, la seguridad es una cuestión de interés general.

¿Es democrático el uso del espacio público? Toda limitación de acceso y de uso de espacios o de servicios públicos debe partir de la premisa de garantizar la democratización de los mismos. Esto es, que se cuente con criterios que permitan el disfrute en igualdad de condiciones. El reto para los gestores es mayor, cuando los criterios pretenden discernir entre turistas y no turistas, y esto

incluye grupos difíciles de clasificar como, por ejemplo, usuarios de segundas residencias, familiares o vecinos de municipios cercanos.

2) Rechazo al turismo

La pandemia ha traído consigo episodios de rechazo a la llegada de personas a sus segundas residencias en el medio rural. La reactivación de la actividad turística puede intensificar este tipo de situaciones. El rechazo suele ser generado por el miedo o por el desconocimiento. Ambas cosas se combaten con transparencia y con información.

Por un lado, las medidas de seguridad que se apliquen deberán ser transparentes para generar confianza tanto a la población rural, como a los visitantes.

Por otro lado, los residentes del medio rural tienen que ser informados de las implicaciones del turismo en su calidad de vida, por ejemplo, contribuyendo al mantenimiento de servicios abiertos durante todo el año. Además, la población local debería ser partícipe de las decisiones entorno a la reapertura de la actividad turística en su municipio y que puedan afectar al uso de espacios o servicios públicos. Así mismo, hay que involucrar al visitante en el cuidado de la población local y del entorno.

3) Gobernanza

La participación público-privada es imprescindible para afrontar un reto de tal magnitud como el que nos atañe. No se puede recuperar la actividad turística si no es con la participación de todos los actores del sector, públicos y privados. Una de las grandes lecciones de esta crisis es que ha evidenciado la necesidad de fortalecer la colaboración y la gobernanza en los destinos turísticos. La pandemia ha obligado a la colaboración y al trabajo conjunto entre actores que no acostumbraban a cooperar. El reto es consolidar estas relaciones más allá de la coyuntura de crisis.

Existen, incluso, empresas que trabajan con técnicas de coaching para reforzar las alianzas entre los diferentes agentes turísticos (p.ej., The Tourism Colab, Santosantos Tourism Care).

4) Flexibilización y transparencia

No se trata de fomentar las reservas compitiendo en precio, pues las consecuencias podrían resultar pésimas. Se trata de reducir los riesgos que asume el potencial cliente al reservar ante un panorama de gran incertidumbre, en términos sanitarios, económicos, laborales, normativos o de movilidad. Ante la incertidumbre, se propone más flexibilidad y transparencia.

Algunas medidas que pueden incentivar las reservas sin reducir los precios: promocionar tarifas flexibles, facilitar las cancelaciones, reservas “reembonosables”, bonos regalo, vales descuento, paquetes especiales, etc.

5) Emergencia a corto plazo y visión a largo plazo

Es necesario pensar a corto plazo, en tanto que hay que reaccionar a una situación imprevista. Hay que salvar la actividad, pero no podemos olvidarnos de una visión a largo plazo. Las estrategias cortoplacistas no son eficaces para resolver cuestiones complejas como la pandemia, ni para introducir grandes cuestiones como la sostenibilidad, el cambio climático, o la despoblación del medio rural.

6) Creatividad

Los procesos creativos tienen que convertirse en una práctica cotidiana para que los negocios y los destinos turísticos puedan adaptarse y sean resilientes ante nuevos escenarios de cambio global. La innovación y el trabajo con creativos permite aportar soluciones a problemas nuevos y complejos como el que enfrentamos.

De hecho, la crisis del COVID-19 ha empujado a algunas ciudades, como Málaga o Las Palmas de Gran Canaria, a convocar concursos de ideas para encontrar soluciones, lo cual también podría implementarse en el medio rural.

7) Personas

Las personas deben jugar un papel central en el diseño de la estrategia de turismo rural pos-COVID-19. El turismo es el sector de la felicidad, de la hospitalidad, e, inevitablemente, se trabaja con personas. Las personas son únicas y tienen sentimientos.

Para garantizar su satisfacción se sugiere tener en cuenta lo siguiente:

Personalización. Los clientes no pueden tratarse como un número más en la lista de registros, hay que personalizar los servicios para cautivarles. Empatía. La personalización pasa por la empatía. Conocer al cliente, observarle y escucharle, para poder ponerse en su piel y saber qué necesita exactamente, para así, ofrecérselo.

Emoción. Las experiencias son memorables cuando generan emociones. Por tanto, hay que crear experiencias que se traduzcan en emociones positivas. De este modo, se forjarán lazos que facilitarán la fidelización del cliente.

De hecho, el vínculo emocional con un pueblo puede cobrar un papel relevante a la hora de seleccionar destinos de turismo rural. Por ejemplo, el pueblo de los abuelos que nunca tuve ocasión de conocer.

Nuevos valores y necesidades. No hay que olvidar que muchas personas han sufrido un periodo traumático. La dureza de la pandemia ha cambiado las prioridades y en muchos casos ha aportado mayor autoconocimiento. Se ha reforzado el valor de las pequeñas cosas, lo local, la proximidad, lo sostenible, lo socialmente responsable, lo humano, etc. Se prevé un fortalecimiento de las tendencias que ya se observaban sobre una mayor concienciación por parte de los turistas a la hora de seleccionar sus opciones de ocio.

Entre los nuevos hábitos adquiridos, cabe destacar el teletrabajo. Siempre y cuando, las áreas rurales superen los problemas de conectividad que todavía

muchos territorios sufren, el teletrabajo sería una oportunidad para atraer nuevos habitantes rurales, pero también turistas con nuevas necesidades.

Creativos, freelance o digital nomads podrían buscar inspiración, tranquilidad o exotismo en entornos rurales que se adapten a estos profesionales.

Además, al menos en el corto plazo, los antiguos visitantes cobran un papel estratégico. Si tomamos la confianza como un factor determinante para elegir un destino o un establecimiento, lo conocido inspirará mayor confianza.

PLAN PEDAGOGICO: Tecnicatura Superior en Turismo c/o Guía de Turismo

ASIGNATURA: POLITICA Y TURISMO

APELLIDO Y NOMBRE DEL DOCENTE: CAROLINA MERCADO ECHAZU

(DESDE EL 02 al 13 noviembre 2020)

DIA: DEL 09/13 nov

HORARIO: LUNES / JUEVES 19.00 20.20

CONTENIDO O TEMA A DESARROLLAR
TRABAJO PRACTICO 22: LA GESTION DE PRODUCTOS Y DESTINOS- PROPUESTAS LOCALES
GUIA O ACTIVIDADES
CONTENIDO MINIMO OBLIGATORIO Elaborar las propuestas adjuntadas al final de esta guía. Considere que deben enmarcarse en lo ya investigado y presentado en la guía 19/20 en cuanto presentaba las medidas vigentes en Salta y/o Argentina. ACTIVIDAD DE REFORZAMIENTO OBLIGATORIA: Asistencia a clase para presentación de propuestas por grupos Cada grupo dispondrá de 10/15 min para presentar su propuesta. Puede ser en power point o en video Jueves 12 de noviembre a las 18.30hs por Google meet: https://meet.google.com/bdh-ppyk-baj
BIBLIOGRAFIA
Apuntes anexados adaptados

Consignas



Elija una de las propuestas turísticas desarrolladas y describa:



Protocolos generales para el destino



Protocolos de los prestadores de cada actividad identificada



Inversiones mínimas necesarias a nivel de destino



Deberá presentarlo en un lapso de 15 min