



IV Foro Nacional
**Turismo
social
& innovación**



Conclusiones y relatoría – Retos para la creación y adaptación de productos y servicios turísticos innovadores y accesibles

Lima, Perú – 17 y 18 de septiembre de 2019

LA IMPORTANCIA DEL TURISMO



El turismo es mucho más de lo que se imagina

¹ Fuente: World Travel & Tourism Council (WTTC)

Fuente: © UNWTO Barómetro 2018 - Organización Mundial del Turismo (UNWTO), junio 2018

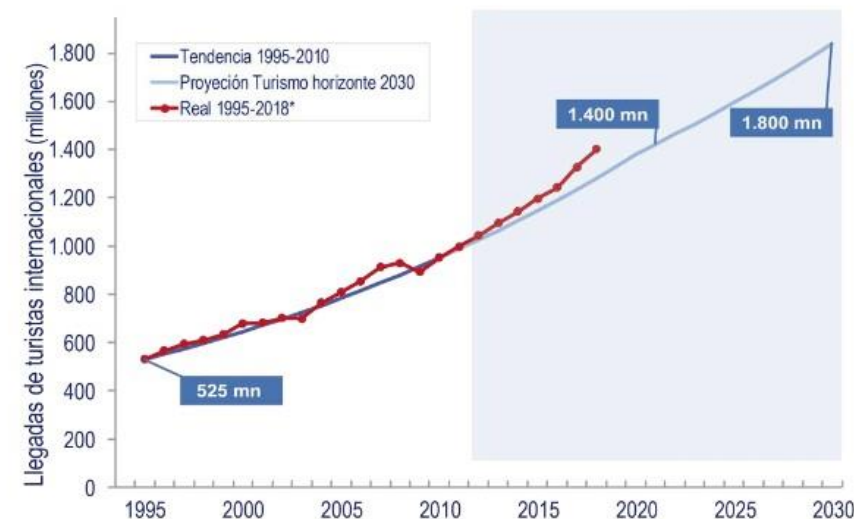
Tendencias mundiales

Importancia de la demanda

1.400 millones llegadas turistas internacionales en 2018 (+5%)

Turismo doméstico es mucho más importante (83% del total)

Tendencias reales vs Previsiones 2030 - Mundo



Fuente: Organización mundial de turismo (UNWTO), enero 2019

Principales barreras



Económicas

▶ Fondos



Psicológicas

▶ Miedo



Culturales

▶ Auto-exclusión



Sociales

▶ Discriminación



Físicas

▶ Obstáculos

Turismo social

... un concepto en evolución !

Una trayectoria paralela a las conquistas de los trabajadores

Legitimación basada en el derecho a una prolongación natural del derecho al trabajo: el derecho a vacaciones anuales pagadas,

Declaración Universal de Derechos Humanos (1948).

El turismo social nace con el papel de **transformar un derecho teórico** en **una práctica efectivamente vivida** por el mayor número de personas.

Enfoque Mincetur



Entendimiento del
público objetivo de
Turismo Social



Creación/ adaptación
de productos y
servicios turísticos

Los públicos del turismo social



Niños y jóvenes

Adultos mayores

Personas con discapacidad

Familias de escasos recursos

Trabajadores



Jóvenes

Dimensión económica: más del 23% del turismo internacional, un gasto más importante debido a estadías más largas

Dimensión social: los obstáculos (% de acceso al turismo inferior al % medio, por razones principalmente económicas) y los beneficios: apertura y encuentros, valorización de si mismo, aprendizaje de la autonomía

Ejemplos de servicios, productos y programas existen para jóvenes: Red de albergues juveniles, Programa “Trabajar y viajar”, Programa “Au Pair”, Estancias lingüísticas, Seguros de viaje especializados, Empresas especializadas

Principales Hallazgos



- ✓ Solo el **28% viaja por vacaciones**, recreación u ocio (promedio de 3 viajes al año).
- ✓ El principal motivo que **dificulta su viaje son los medios económicos** para realizarlo.
- ✓ El **87% de los jóvenes son viajeros potenciales** (71% tiene intención de viajar en los próximos 3 años a Cusco, Lima, Piura, Arequipa y La Libertad).
- ✓ La mayoría son **solteros** y el **90% usa internet** diariamente.

Adultos mayores

Es uno de los segmentos de más rápido crecimiento

Prefieren realizar viajes por períodos más largos, viajar a menudo fuera de temporada y preocuparse mucho por su seguridad personal cuando viajan, en comparación a los más jóvenes.

Principales Hallazgos

- ✓ Solo el **19% viaja por vacaciones**, recreación u ocio.
- ✓ Los motivos que dificultan el viaje son:
 - ✓ **Falta de infraestructura/equipamiento** en el sitio turístico
 - ✓ Consideran que es **inseguro viajar**.
 - ✓ **No** cuentan con **recursos económicos** para viajar.
- ✓ El **74%** de los adultos mayores son **viajeros potenciales** (55% tiene intención de viajar en los próximos 3 años a Cusco, Arequipa, Lima y Cajamarca).
- ✓ El **80% lee diarios** y el **85% escucha radio**.

Personas con discapacidad

15% de la población mundial vive con algún tipo de discapacidad.

Con el envejecimiento de la población, el número de personas que experimentan obstáculos solo aumentará. En algún momento de nuestra vida tendremos requisitos específicos de acceso a infraestructuras, servicios y productos turísticos.

Incluye adultos mayores, personas con discapacidad y familias con niños pequeños

Oportunidad de oro para los destinos que estén listos

Principales Hallazgos

- ✓ El **55%** de personas con discapacidad **ha viajado en los últimos tres años** (39% viajó por vacaciones, recreación u ocio).
- ✓ El **45%** de personas con discapacidad **no viajó en los últimos tres años** (54% tiene intención de viajar a Cusco, Lima, Arequipa, Piura y Cajamarca).
- ✓ **7 de cada 10** personas con discapacidad **son vacacionistas potenciales**.
- ✓ Los viajeros con discapacidad tienen **en su mayoría discapacidad física** seguido por discapacidad sensorial.
- ✓ La falta de **infraestructura/equipamiento, servicios turísticos y personal especializado**, dificultaron su viaje.

Los públicos del turismo social

¿Qué necesitan durante su viaje?

Seguridad

Tarifas preferenciales o descuentos

Información turística

Adecuada señalización turística

Personal especializado

Guías capacitados

Buena atención (hoteles y
restaurantes)

Tarifas preferenciales o descuentos

Información turística

Adecuada señalización turística

Personal especializado

Ventanilla de atención preferencial

Guías capacitados

Accesos y estacionamientos
preferenciales

Accesos y estacionamientos
preferenciales

Información turística

Instalaciones turísticas

Tarifas preferenciales o
descuentos

Ventanilla de atención
preferencial

Adecuada señalización turística

Equipamiento especializado

Personal especializado

Guías capacitados

Creación y adaptación de productos y servicios turísticos accesibles – Experiencia de Colombia

Viajamos, de manera muy amena, a recuerdos y a vivencias... LLEGAR A LA CIMA...
objetivo: **transformación humana!**

Leyes y reglamentaciones de turismo: política de turismo social (2009 / 2017)

Aun cuando existe esta legislación, únicamente el 12% de los colombianos viajan al menos 1 vez al año ... por qué los colombianos no viajan por Colombia?

☐ **Por falta de dinero**

☐ Por no tener hábitos de viaje ni de consumo de turismo

☐ Por falta de planeación **de viajes y de vacaciones** (cantidad de periodos vacacionales sin tomar, muy buen trabajador)

☐ Por no tener destinos accesibles

Creación y adaptación de productos y servicios turísticos accesibles – Experiencia de Colombia

Plan sectorial de Turismo 018 – 2022 – principal herramienta para el desarrollo de las regiones

Punto 6 : impulso al turismo doméstico (YO VOY!)

PROMOCIÓN DE UN TURISMO TRANSFORMADOR, INCLUYENTE Y CON EQUIDAD

Audiencias: 4 clientelas identificadas

- facilitar y promover hábitos de consumo de turismo de la sociedad colombiana
- desestacionalización de la demanda (estrategias innovadoras de encadenamiento empresarial, consolidación de producto turístico, de promoción y comercialización)
- generen mayores oportunidades de negocios para las empresas y los destinos, promoviendo el desarrollo sostenible en los territorios y la función social del turismo.

Diseño de productos turísticos accesibles en Perú

Museo de Sitio Huaca Pucllana

Centro Histórico de Lima

Áreas Naturales Protegidas

Proyecto Qhapac Nan

- Importancia de la atención a las personas con discapacidad, con particular atención a las personas con discapacidad visual partiendo de que es un DERECHO “Entender el lugar que vivimos!”
- Revisión de antecedentes nacionales e internacionales
- Preocupación por:
 - la contratación de personal especializado y capacitación
 - tarifas accesibles
- Trabajo en red
- Concertación y articulación
- Inclusión de los colectivos de PcD

Diseño de productos turísticos accesibles en Perú

Museo de Sitio Huaca Pucllana

Centro Histórico de Lima

Áreas Naturales Protegidas

Proyecto Qhapac Nan

- Conocimiento de la oferta turística accesible para trabajar articuladamente entre todos
- Sumar mas para construir en conjunto para la ciudad y el país que queremos
- El turismo no constituye un fin en sí mismo, sino un medio para alcanzar los objetivos primarios de conservación, recreación y educación... y para promover el desarrollo sostenible de las poblaciones locales
- Trabajar para que mas peruanos visitan estos espacios (promoción turismo interno)

Cómo nos integramos y trabajamos juntos?

INCLUSION PARTICIPATIVA!



Productos turísticos innovadores y accesibles - Turismo social

San Luis Potosí – México:

Estado líder en trabajo con PcD y ejemplo de como se articulan gobierno, iniciativa privada y colectivos y asociaciones civiles

Fortalecimiento de la legislación

Toma de conciencia: capacitación continua

Mapeo y revisión de hoteles y sitios turísticos

Accesibilidad Universal: **TODOS POR LA MISMA PUERTA!**

Productos turísticos innovadores y accesibles - Turismo social

DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS ACCESIBLES

TODOS los paquetes deberían ser “comercializables” para cualquier persona, sin embargo algunas rutas o destinos, requieren de una especialización

- Sensibilización en el tema de discapacidad de la población en general y de la **comunidad receptora**
- Personal de servicio sensibilizado capacitado en el tema de discapacidad y **derechos humanos.**
- Diseño de Rutas accesibles, que **integren cadena de valor efectiva con servicios adaptados y accesibles**

Productos turísticos innovadores y accesibles - Turismo social

DESARROLLO DE PRODUCTOS TURISTICOS ACCESIBLES

Accesibilidad in situ: Accesibilidad física a partir de los accesos, entrada principal, abarcando todos los sitios de servicio que se ofrezcan en el lugar para personas con discapacidad sensorial y motriz.

Accesibilidad física para el libre tránsito en el entorno del sitio: mapeo de estructuras accesibles que lleven al sitio de servicio o sitio turístico.

Elementos de información y comunicación para personas con discapacidad sensorial:

Folletería física y virtual para personas con discapacidad auditiva.

Folletería física, visual y virtual para personas sordas.

Internet.

Por un turismo accesible, incluyente y solidario!

Inclusión de las personas con discapacidad a la cadena de valor de turismo accesible

Guatemala Deaf Tours y Start Up Sin Frenos

- Integración, inclusión y accesibilidad
- Dificultades encontradas (comunicación)
- Verdad o mentira? Percepción de las personas frente a las PcD
- Empatía...
- Empoderamiento de las personas

Percepción de los turistas al recibir atención por PcD

Competencias (habilidades blandas) de PcD para trabajar

Recomendaciones al sector privado

Operación turística innovadora y accesible

Calypso Perú

Ruta Alfa Turismo Vivencial

Viajes Anywhere

- Especialización en uno de los públicos prioritarios
- Turismo : apoyo a la comunidad
- Negocio
- Innovación en sus prácticas empresariales
- Encadenamientos empresariales estratégicos

Contribución al desarrollo sostenible del turismo (agenda 2030 Naciones Unidas)

Operación turística para personas con discapacidad – Wheel the World

Nacimiento de una empresa (2018): frente a la poca oferta accesible y dificultad para encontrar información

MERCADO POTENCIAL (multicliente)

EMOCIONES: como favorecer que mas personas las vivan !

- Plataforma y sitio web (reservas, alojamiento y tours)
- Adaptados y personalizados
- Socios estratégicos en cada destino
- Promoción y publicidad
- Nuevas rutas: capacitación
- Equipo utilizado queda en el destino

!Comunidad!

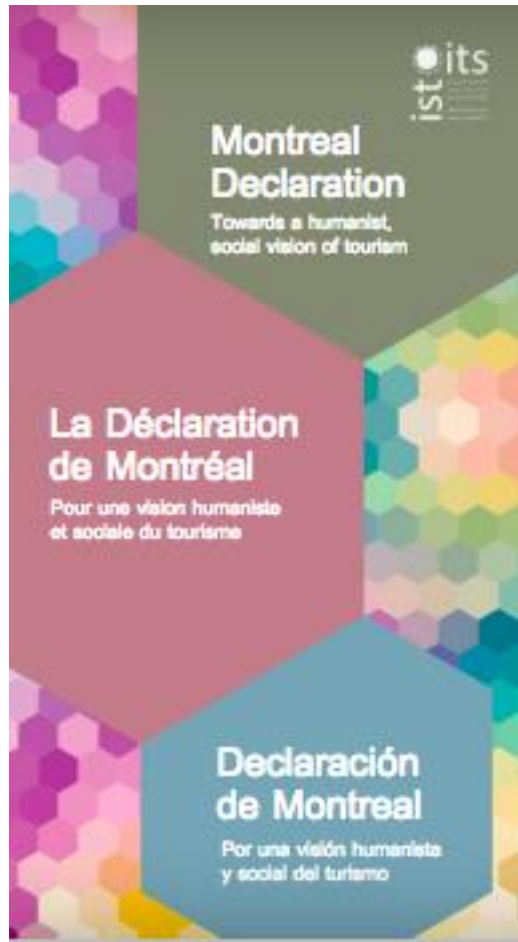
Nos preguntamos entonces...

¿ Es el turismo un derecho ?

¿ Es posible un turismo para todos ?

¿ Qué se debe hacer para lograr un turismo verdaderamente social?

Declaración de Montreal



Por una visión humanista y social del turismo
(1996)

El objetivo primario de todas las iniciativas de desarrollo turístico debe ser la realización plena de las potencialidades de cada persona

Turismo social...

- representa una oportunidad para desarrollar iniciativas y emprendimientos de todo tipo
- El sector privado juega un papel definitivo y fundamental en el cambio de enfoque de un turismo de consumo a un turismo de desarrollo
- La agenda internacional se ocupará cada vez más de los aspectos de bienestar, desarrollo humano y los temas sociales, culturales o ambientales del turismo

Algunas conclusiones...

- IV Foro Nacional de Turismo Social : avances a nivel gobierno
- Destacar esfuerzo sector privado
- Escuchamos las voces de las PcD

Recomendaciones:

- Mayor inclusión de los colectivos de PcD
- Creación de herramientas e incentivos que apoyen a los empresarios a desarrollar OFERTA para todos
- Capacitación
- Favorecer e impulsar la articulación interinstitucional e intersectorial (CMTS 2020)

!Diálogo!

Construyamos este Turismo de siglo XXI



... El turismo con un enfoque humano y social educa,
socializa, da metas y cambia la vida.

Un turismo humano y social no es enemigo de la
pasión: al contrario,
alimenta las pasiones buenas y enriquecedoras de
las personas;
nos da certezas, contribuye al respeto de nosotros
mismos, y estimula nuestro deseo de superación y de
ser protagonistas de nuestras propias vidas.*

* Adaptado de Lipovetsky, Gilles e Serroy, Jean: La cultura-mundo, 2011

Muchas gracias!

www.oits-isto.org