

2023

2023

2023

2023

CATÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE MODELOS DE GOBERNANZA DEL TURISMO RURAL Y AGROTURISMO EN IBEROAMÉRICA 2023⁺



2023

2023

2023

2023



GRO.TURISMO.EXT.MM



INSTITUTO IBEROAMERICANO DE TURISMO RURAL



JUNTA DE EXTREMADURA

Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes

Título: *Catálogo Buenas Prácticas de Modelos de Gobernanza del Turismo Rural y Agroturismo en Iberoamérica*

Edita: Instituto Iberoamericano de Turismo Rural, IBEROATUR. **IBEROATUR** | Editorial

Coordina: Junta Directiva IBEROATUR

Diseño y maquetación: Damián Ramírez Carmelo.

Depósito legal: en trámite

Octubre 2023



IBEROATUR comprende con los Dignos del Estado de la Gestión



INSTITUTO IBEROAMERICANO
DE TURISMO RURAL

Licencia:
Reconocimiento-NoComercial-
SinObraDerivada CC BY-NC-ND





Catálogo Buenas Prácticas de Modelos de Gobernanza del Turismo Rural y Agroturismo en Iberoamérica

IBEROATUR

Instituto Iberoamericano de Turismo Rural

Dirección General de Turismo

Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes

Junta de Extremadura

2023

CONTENIDO

1. Presentación	5
2. Informe. Gobernanza turística para destinos en zonas rurales	7
3. Introducción. El proceso de elaboración del Catálogo	20
4. Buenas Prácticas de Gobernanza en Iberoamérica	22
5. Glosario	145
6. Agradecimientos	151

1. Presentación

Humberto López Tirone.
Presidente Instituto Iberoamericano
de Turismo Rural.



Este “Catálogo de Buenas prácticas de modelos de Gobernanza del Turismo Rural y Agroturismo en Iberoamérica” es una guía significativa que nos proporciona orientación, referencias y transferencia de conocimientos sobre experiencias exitosas que están sucediendo en los territorios rurales de los países iberoamericanos.

La Estrategia Iberoamericana de Turismo Rural daba sus primeros pasos el año 2015, y en 2016, con el primero de los ocho Encuentros ya organizados, comenzamos las conversaciones para invitar a los gobiernos a una mayor actuación en favor de un sector que tiene el valor de diversificar y consolidar la economía de los pueblos.

En estos ocho Encuentros Iberoamericanos de Turismo Rural y Agroturismo, hemos comprobado que los países iberoamericanos están aplicando mejores prácticas de Gobernanza, creando condiciones, fortaleciendo las capacidades de las comunidades, trabajando en colaboración y participación con los diferentes actores rurales, para crear ideas y experiencias exitosas que contribuyen a posicionar el Turismo Rural y el Agroturismo en el mapa del desarrollo económico, social, cultural y patrimonial de las diferentes regiones valorizando, conservando, restaurando y regenerando la naturaleza.

La elaboración de este Catálogo nos va a permitir identificar, promover, divulgar y trabajar, con ejemplos, una serie de buenas prácticas de Gobernanza pública, pública/pública, pública/privada o privada/privada, que han sido aportadas por miembros de IBEROATUR de los diferentes países que conforman esta Red.

Cabe destacar que la aprobación de La Ley 240 de Agroturismo de Panamá, que se logró en el Marco del VI Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural, celebrado en Panamá en octubre del 2021, fue parte de la Estrategia y el impulso que los Encuentros han logrado y que hoy nos motivan a elaborar este Catálogo de Buenas Prácticas de la mano de la Dirección General de Turismo de la Consejería de Cultura, Turismo, Jóvenes y Deportes de la Junta de Extremadura.

Tienen aquí una valiosa herramienta con lecciones aprendidas, de colaboración y aprendizaje mutuo, donde se establecen políticas, normativas y regulaciones que permitirán una mejor toma de decisiones, garantizando que las experiencias se realicen de manera responsable y respetuosa con las personas, con el ambiente, con la cultura, y que su vez se refleje en calidad, competitividad y beneficios para la sociedad.

Las Buenas Prácticas de Gobernanza que se comparten en este Catálogo son un primer paso para establecer marcos regulatorios adecuados que permitan la planificación y la gestión eficiente del Agroturismo y el Turismo Rural, garantizando el equilibrio entre el Turismo y la actividad agrícola, artesanal, la seguridad y la calidad de servicios y productos ofertados para los visitantes y el bienestar social para los locales.

Las políticas públicas, facilitan la inversión en infraestructuras y servicios turísticos en las áreas rurales. Esto implica brindar incentivos fiscales y financieros, promover la formación y capacitación de emprendedores, y facilitar el acceso a créditos y financiamiento.

Fomentan además la participación de los diferentes actores involucrados en el Agroturismo y el Turismo Rural, como las comunidades locales, asociaciones, cooperativas, agricultores, empresas turísticas, gobiernos locales y la academia, promoviendo la articulación de esfuerzos, la colaboración y la concertación entre los diferentes actores, lo que favorece el desarrollo de proyectos, ideas innovadoras y la generación de sinergias.

El Agroturismo y el Turismo Rural son una fuente importante de desarrollo económico para las comunidades rurales de Iberoamérica. Las buenas prácticas de gobernanza crean las condiciones necesarias para que estas actividades generen empleo, ingresos y oportunidades de emprendimiento en las zonas rurales, pueblos originarios, campesinos y afrodescendientes, con el protagonismo de jóvenes y mujeres, contribuyendo así al desarrollo integral, sostenible y a la reducción de la pobreza.

Y ve la luz esta iniciativa de IBEROATUR Editorial que surge para promover publicaciones, estudios e informes que contribuyan a dar luz y adivinar nuevos horizontes para el sector del Turismo Rural y el Agroturismo, precisamente en el año 2023 que celebramos el V Aniversario de la puesta en marcha del Instituto Iberoamericano de Turismo Rural.



2. Informe

Gobernanza turística para destinos en zonas rurales

Por Arturo Crosby Perea

Experto en Gestión e Innovación
Sostenible de Destinos Turísticos,
CEO de Forum Internacional Natura.



JUSTIFICACIÓN

Antes de entrar en el tema principal de este informe sobre Gobernanza en el Turismo Rural-Agroturismo, es muy importante primeramente dar unas explicaciones de lo que es e implica el Turismo Rural, la problemática actual de su mal funcionamiento en líneas generales por su mala rentabilidad económica derivada también por la mala estructuración y en concreto por la apenas existencia de destinos turísticos y consecuentemente la falta de gobernanza como herramienta clave para la gestión de estos destinos y por último la además de tendencia bien marcada, la necesidad de orientar estos territorios y destinos hacia una gestión de los mismos de forma sostenible y regenerativa para llegar así a conseguir una competitividad.

En resumen el turismo en las zonas rurales necesita crear y desarrollar destinos y no quedarse en oferta turística, que para ser exitosos y competitivos precisan implementar modelos de gestión eficaces basados en la Gobernanza y Coopetencia, pero con una clara visión de sostenibilidad y en muchos casos de regeneración del entorno natural del cual se basan

2.1. El Turismo Rural y el segmento del Agroturismo

El turismo en el medio rural, no surge, como respuesta a una demanda, al igual que el espacio litoral e incluso en los núcleos urbanos, sino que surge como una ayuda para paliar la crisis del propio medio rural, el agrario y pecuario, que llevaba en Europa décadas en declive.

La oferta turística rural, tiene una serie de características medias, muy comunes entre si, como es su fuerte atomización, su localización geográfica, que encarece y dificulta su desarrollo, su capital humano, el tamaño de sus empresas (microempresas), la idiosincrasia rural, la competencia de otras ofertas, con mayor capacidad de maniobra, los accesos, etc...Ahora bien tiene la capacidad de ofrecer un lujo, cada vez más necesario y que será más demandado, por el resto de la población urbana, el disfrute del entorno rural y natural, cuando no se haya perdido o transformado.

En general, se suele confundir mucho, los objetivos del desarrollo turístico, errando en primer lugar los objetivos, con las herramientas o instrumentos. El turismo debe ser la herramienta para conseguir un objetivo definido, como mejorar el bienestar de la comunidad, la calidad de vida, el patrimonio, etc...y no plantearse dicha actividad productiva (la turística) como un fin, en sí misma, hecho que lamentablemente suele ocurrir, con cierta frecuencia, sino como ese instrumento capaz de conseguir ese objetivo, marcado.

Es ya imposible, pensar en el desarrollo local, sin tener en cuenta a los diferentes actores o agentes involucrados, ya sean del sector privado, publico y voluntario, tratando de lograr acciones consensuadas y romper la tendencia generalizada de independentismo de las diferentes empresas entre si y de la escasa relación, entre estos y el sector publico.

Cuando se habla de Turismo Rural, lo que realmente se está mencionando es el turismo en las zonas rurales. De hecho ya en los 90 se definió el Turismo Rural como cualquier actividad turística que se desarrolla en el medio rural o zonas rurales.

Así como también el agroturismo, como un segmento del turismo en zonas rurales cuya motivación principal es el descubrimiento y disfrute de lo rural o ruralidad, y por tanto una actividad turística que se desarrolla en explotaciones agrarias o agropecuarias en activo.

De hecho si se habla de historia el origen del Turismo Rural se remonta en el agroturismo que evoluciono en una mayoría de los casos a un turismo en explotaciones agropecuarias o rurales las que cada vez iban perdiendo su actividad primaria hasta dejarla en un negocio residual.

Realmente me atrevería afirmar que los orígenes del turismo se basan precisamente en el agroturismo y no en el sol y playa como suele confundirse muy a menudo.



2.2. La problemática de los destinos del Turismo Rural

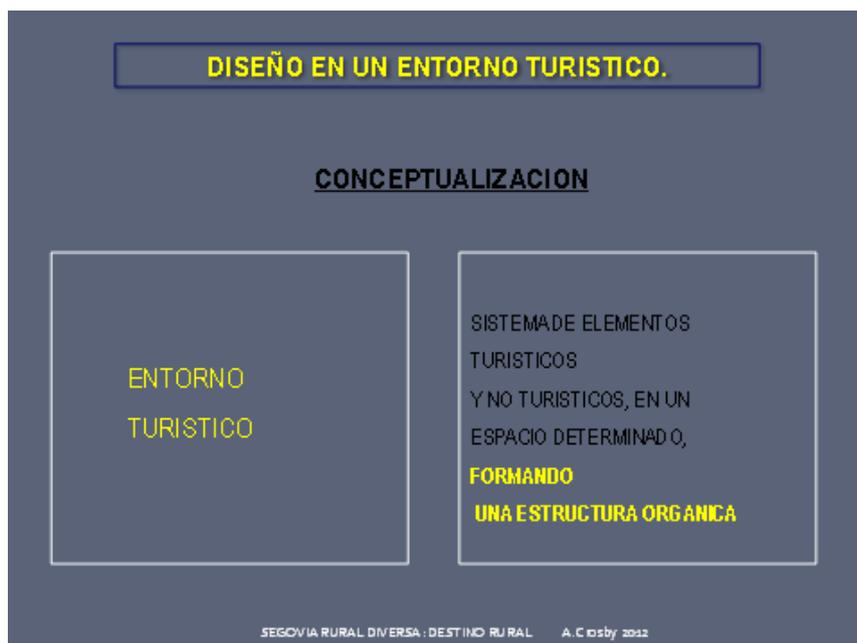
La OMT define un destino turístico local como un lugar físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como los servicios de apoyo y atracciones y recursos turísticos que pueden visitarse en desplazamientos de un día. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión, e imágenes y percepciones que definen su competitividad en el mercado. Los destinos turísticos locales incorporan diferentes agentes participantes entre los cuales suele haber una comunidad local, y pueden dar lugar a destinos de mayor tamaño.

La definición de destino turístico proporcionada por la OMT nos remite a la idea de cluster. Porter (1991) define el cluster como un espacio geográfico homogéneo que dispone de una estrategia propia muy diferenciada, con infraestructuras suficientes para toda el área, y que conforman relaciones comerciales entre ellas.

Así, un destino turístico sería aquella área delimitada del territorio cuyas estructuras y actividades turísticas gocen de una cierta homogeneidad para el desarrollo de una política turística común y uniforme. Esta homogeneidad hace referencia a:

- Al modelo territorial y urbanístico
- A los recursos naturales, patrimoniales y culturales
- A las infraestructuras y la gestión medioambiental
- A la complementación inter-municipal
- Al comportamiento de la oferta y la demanda

En general se puede afirmar que la mayoría de las zonas rurales con oferta turística bien no son destinos turísticos como tales, bien están en una situación incipiente, ya que no poseen una estructura funcional, es decir los diferentes actores no interactúan entre sí bajo una misma hoja de ruta marcada por un hipotético destino conformado por todos los sectores, es decir son territorios o entornos con vocación turística pero no destinos per se.



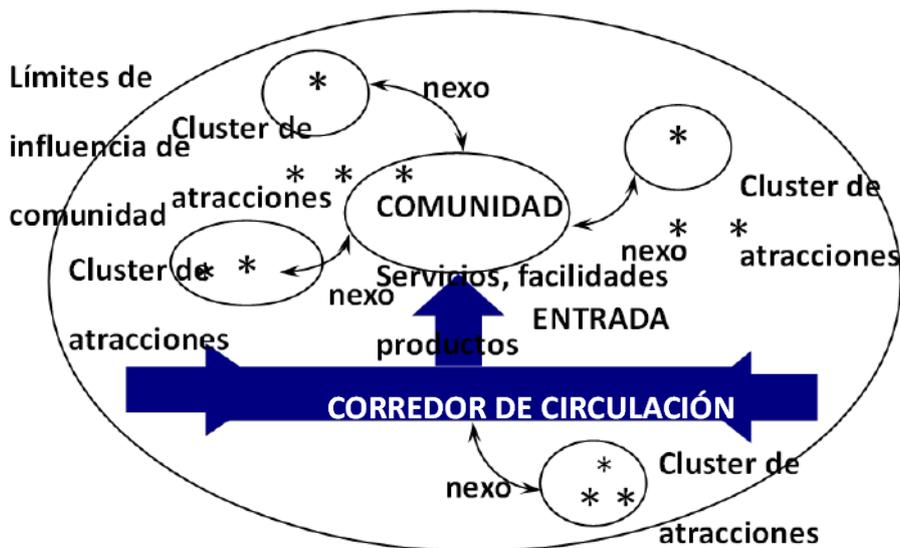


2.2.1. Delimitación de la zona de destino

Para establecer el área de intervención y actuación es fundamental contar con una visión mucho más amplia de la tradicionalmente es utilizada para delimitar las zonas turísticas en los destinos.

Un primer aspecto que debemos considerar es la delimitación del área de influencia, identificando dentro de la misma los “cluster” o conglomerados de atracciones que existen en la zona seleccionada para el desarrollo del proyecto turístico, así como establecer los nexos existentes entre esos atractivos con la comunidad local en donde se prestan y existen los principales servicios y productos de Turismo Rural ofertados. Del mismo modo, ha de establecerse un corredor de circulación a través del cual se tiene acceso a la comunidad rural que será intervenida turísticamente. Esta área puede ser delimitada para el tránsito de los diferentes medios de transporte: aéreo, terrestre o acuático, dependiendo de los recursos existentes en cada comunidad.

DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE DESTINO:



Fuente: GUNN (1997)

2.2.2. Rol del sector público en un destino de Turismo Rural

El papel del sector público es considerado fundamental en cualquier intento por desarrollar un proyecto de intervención en áreas rurales con fines turísticos. Evidentemente, que esto significa que la actuación de este sector debe estar enmarcada dentro de la aplicación de leyes y normativas adecuadas a las exigencias del Turismo Rural actual.

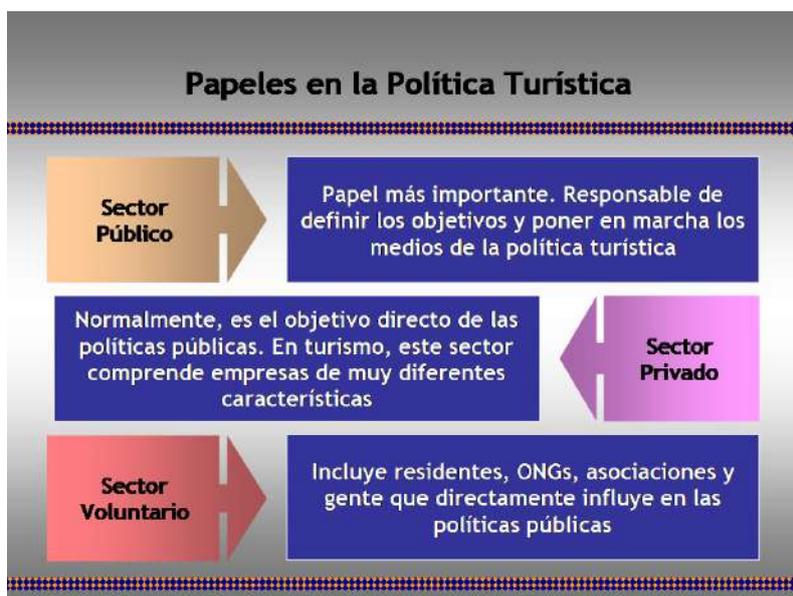
En tal sentido, el sector público debe avocarse principalmente a corregir las imperfecciones del mercado, con objeto de garantizar una óptima asignación de los recursos y la búsqueda de un tratamiento más equitativo entre los diferentes actores que participan en la actividad turística.

Otra de las actuaciones que corresponden al sector público o gubernamental es el relativo a la recopilación, archivo, análisis y transmisión de la información necesaria (oferta y demanda) para una correcta toma de decisiones de los actores turísticos.

El papel de coordinar a los diversos actores implicados en el DTR para la provisión de bienes y servicios preferentes, homogeneización e implementación de una normativa genérica, de protección al consumidor y de calidad, prestación de servicios públicos apropiados, etc. En fin, el sector público debe estar consciente de su rol en la creación y mantenimiento de condiciones adecuadas para competitividad de empresas y los destinos de Turismo Rural.

La Administración Turística es parte esencial de la competitividad del destino y del juego estratégico. El sector público juega un papel central en el destino turístico. El papel del mismo en un destino turístico se centraría en las siguientes funciones:

- Corrección de las imperfecciones del mercado, con objeto de garantizar una óptima asignación de los recursos (tratamiento externalidades, provisión de bienes públicos, etc.).
- Recopilación, archivo, análisis y transmisión de la información necesaria (oferta y demanda) para una correcta toma de decisiones.
- Coordinación de los diversos actores implicados en el destino turístico para la provisión de bienes y servicios preferentes, homogeneización e implementación de una normativa genérica, de protección al consumidor y de calidad.
- Creación y mantenimiento de condiciones adecuadas para mejorar la competitividad de las empresas y del destino turístico.



2.2.3. Rol del sector privado en un destino de Turismo Rural

Tradicionalmente, ha sido el sector privado el que ha llevado las iniciativas de inversiones para desarrollar a actividad turística, el cual se ha caracterizado por su necesidad fundamental de obtener rentabilidad. Este sector constituye el grupo de prestatarios de los diferentes servicios turísticos, tales como alojamiento, restauración, animación, transporte, información, predominantemente.

Al mismo tiempo, el sector privado ha sido pionero en la aplicación de nuevas formas y herramientas de gestión/producción en la búsqueda de una mayor eficiencia, flexibilidad e innovación, así como potenciador de la cualificación y formación de los recursos humanos en el sector turismo.

Una de las modalidades más importantes que existen en la organización del sector privado turístico es la llamada cooperación interempresarial mediante la cual se han constituido innumerables organizaciones regionales, nacionales o internacionales, según e caso, para potenciar sus fortalezas.

2.2.4. Rol del sector voluntario en los destinos de Turismo Rural

El voluntariado se ha venido conformando como un importante actor dentro de la actividad turística, especialmente desde el punto de vista internacional. Vinculado con movimientos sociales y organizaciones no gubernamentales ni privadas, el voluntariado ha devenido en complemento de aquellas áreas que los actores dominantes del sector turismo han venido cumpliendo.

Fundamentalmente, el sector voluntario se constituye en un prestatario de servicios promocionales e informativos sobre la actividad turística que se desarrolla en los destinos turísticos rurales. Básicamente, se ocupa de establecer planes de excelencia tanto para el entorno como para el producto turístico.

Igualmente, se ha ocupado de crear y gestionar servicios auxiliares encaminados a la consecución de competitividad de empresas y enclaves de los destinos de Turismo Rural, fomentando la creación de asociaciones para el fomento de turismo, creación de patronatos y de consorcios turísticos.

2.2.5 El rol de la comunidad local en los destinos de Turismo Rural

Finalmente, en los últimos años ha venido posicionándose en el desarrollo de la actividad turística el papel que cumplen las comunidades locales en el desarrollo de la actividad turística en los destinos. Su participación, si bien es compleja, juega un papel crucial a la hora de establecer un plan de desarrollo turístico en una localidad rural. Su participación puede ser de carácter conflictivo o colaboracionista, dependiendo de cuál es el papel que finalmente desempeñen los residentes organizados o no de la comunidad.

2.3. Gestión de los destinos en base a la Gobernanza

2.3.1. Gobernanza para la puesta en valor de recursos y los programas de animación turística

Una clave de la gran importancia de la gobernanza para los destinos turísticos se refiere al uso de recursos no puestos en valor donde la existencia de gobernanza lo solucionaría:

En el medio rural y los espacios naturales, mas aun cuando están protegidos, existen recursos públicos y privados, ociosos, que no están puestos en valor para su aprovechamiento turístico, pero que sin duda, son un recurso que ayudaría a dar respuesta a las expectativas de la demanda.

Hablamos de infraestructuras públicas, equipamientos y demás facilidades de uso público que no están orientadas a ser utilizadas por los turistas, como áreas deportivas, recreativas, culturales,así como algunas otras privadas, endógenas o exógenas, que podrían ser re-orientadas hacia actividades complementarias, en función de dar respuesta a los visitantes, una vez diseñadas para su consumo. Hablamos de lo que se denomina Animación Turística Rural o/y en la Naturaleza. Diseñar, implementar y gestionar programas de animación local, sin duda garantizan un tiempo recreativo u ocio, que permite no solo la satisfacción de diferentes segmentos de demanda, sino también la compra y por tanto ingresos económicos, de productos y servicios en el área objetivo.

Estamos hablando de poner en marcha programas de cultura y entretenimiento, en base a equipamientos públicos o privados, con recursos humanos locales o foráneos, pero que generen eventos, y otras actividades (música, teatro, cuentacuentos, espectáculos,...), actividades deportivas locales, con o sin participación de los visitantes, actividades de naturaleza o culturales, gestionadas por los diferentes agentes locales, de los diferentes sectores, para que puedan ser realmente competitivas y por tanto consumibles,en general lo que se puede denominar diseñar y crear experiencias turísticas que sin duda dinamizaran el entorno, donde se desarrolle.

Para que un destino funciones es necesario una estrategia de cooperación continua entre sus actores, es decir implementar Gobernanza.

Por una parte la cooperación Privada-Privada, y en concreto entre empresas turísticas, algo que pocas veces ocurre en las zonas rurales y por otro lado la cooperación Privada/Privada entre diferentes sectores rurales, como el turístico con el agropecuario, forestal, artesanías, formación, deporte, etc.

La puesta por la cooperación es obvia y más aun cuando hablamos de la atomización tan fuerte que tiene el sector y esa falta de visión empresarial de conjunto, por lo que se debería implementar medidas estratégicas, como la “coopetition”, traducida por “Coopetencia” que busca conseguir la cooperación de los agentes o empresas, entre si, para poder competir mucho mejor con los demás destinos competidores y de alguna forma, también hacer economía de escala, formula, casi siempre desechada en este turismo, pero que habrá que repensarla, también.

COOPETENCIA (COOPETITION)



- Coopetencia (Coopetition): Suma y sinergia de actores privados del mismo sector + actores de otros sectores complementarios del destino

Arturo Casabán 2015

Y además vemos imprescindible la colaboración activa con las Administraciones Publicas, implicadas, sin las cuales, difícilmente se lograr un desarrollo a nivel local. Pero éstas necesitan, sin duda alguna, a las empresas, que son las que implementan la actividad de una forma operativa y generan el empleo local. Es cuando hablamos de “Gobernanza Turística”, de *pasar del dicho al hecho*.

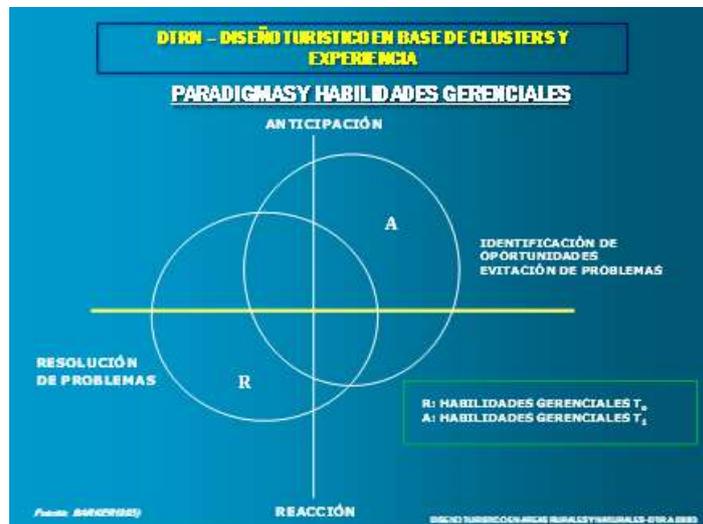
T-GOBERNANZA



- Gobernanza = Gestión del Destino/Territorio, en función de Suma de todos actores públicos y privados

Arturo Casby 2016

Cada sector, debe conocer su rol y jugar sincrónicamente y conociendo las nuevas reglas del juego, que deben ser definidas por las partes, es decir creando un nuevo paradigma, donde la anticipación, gane a la reacción.



La Gobernanza turística es un enfoque y un proceso que involucra la gestión y coordinación de diversas partes interesadas en la planificación, desarrollo y gestión del turismo en una región o destino. Implica la colaboración entre actores públicos y privados, organizaciones no gubernamentales, comunidades locales y otros agentes involucrados en la industria turística. La gobernanza turística busca lograr un equilibrio entre el crecimiento económico del turismo, la sostenibilidad ambiental, la preservación cultural y la satisfacción de las comunidades locales y los visitantes.

Dependiendo del sistema político administrativo la Gobernanza no solo implica esta cooperación

público-privada (PPT o Public and Private Partnership) sino también la gobernabilidad de una propia administración pública, por ejemplo municipal, pero también con la regional y nacional, ya que no siempre ocurre y dificulta entonces una gestión eficaz de los territorios y destinos.

2.3.2. Algunos aspectos clave de la gobernanza turística incluyen:

Participación y colaboración: Involucra a múltiples partes interesadas, como gobiernos locales, empresas turísticas, comunidades locales y organizaciones de conservación, en la toma de decisiones relacionadas con el Turismo.

Planificación sostenible: Se centra en el desarrollo turístico que respeta el entorno natural y cultural, evita la sobreexplotación de recursos y minimiza los impactos negativos.

Gestión de destinos: Se refiere a la coordinación de actividades turísticas, la regulación de la industria y la prestación de servicios para garantizar una experiencia turística de alta calidad.

Participación de la comunidad: Implica la consulta y el empoderamiento de las comunidades locales para que se beneficien del turismo y tengan voz en su desarrollo.

Equidad y justicia: Busca distribuir equitativamente los beneficios del turismo entre las diferentes partes interesadas, evitando la explotación y el desplazamiento de las comunidades locales.

Promoción de la cultura y la identidad local: Fomenta la preservación de las tradiciones culturales y la autenticidad de un destino.

La gobernanza turística es esencial para asegurar que el turismo sea sostenible a largo plazo y beneficie tanto a la industria como a las comunidades y los recursos naturales en una región determinada. Proporciona un marco para la toma de decisiones colaborativas y la gestión eficaz de los desafíos y oportunidades que plantea la actividad turística.

2.3.4 Casos o ejemplos de Gobernanza Turística

Algunos casos o ejemplos donde se manifiesta diferentes niveles de Gobernanza serian los siguientes:

Cinque Terre, Italia: Gobernanza Turística en Zonas Rurales:

Cinque Terre es una región costera en la región de Liguria, Italia, conocida por sus cinco pintorescos pueblos: Monterosso al Mare, Vernazza, Corniglia, Manarola y Riomaggiore. Aunque se trata de un destino turístico muy popular, la región ha implementado con éxito un modelo de gobernanza turística en un entorno rural:

Limitación del Acceso: Para abordar la presión turística, se ha implementado un sistema de tarjetas que limita el acceso diario a Cinque Terre. Los visitantes deben comprar estas tarjetas, lo que controla el flujo de turistas y contribuye a la conservación del entorno.

Conservación del Patrimonio: La gestión se centra en la preservación del patrimonio cultural y natural de la zona, lo que implica regulaciones estrictas para mantener la autenticidad de los pueblos y los paisajes.

Participación Comunitaria: Las comunidades locales están involucradas en la toma de decisiones y la gestión del turismo, lo que garantiza que los beneficios se compartan de manera justa.

Promoción de la Sostenibilidad: Cinque Terre promueve prácticas sostenibles entre los visitantes y en la industria turística local, incluyendo la gestión de residuos y la conservación del medio ambiente.

Diversificación de las Experiencias: Además de las actividades turísticas tradicionales, se promueven actividades como el senderismo en los senderos que conectan los pueblos y la degustación de productos locales, lo que diversifica las experiencias disponibles.

Cinque Terre ha logrado mantener su atractivo como destino turístico mientras gestiona de manera efectiva la afluencia de visitantes y protege su entorno natural y su autenticidad cultural. Este enfoque en la gobernanza turística en un entorno rural ha servido como un ejemplo exitoso para muchas otras regiones rurales que enfrentan desafíos similares.

Disney World, Orlando, Florida, EE. UU.: Disney World es un ejemplo clásico de una asociación público-privada exitosa en el ámbito del turismo. El complejo turístico es operado por la Walt Disney Company en colaboración con el gobierno local y estatal. La colaboración ha permitido la creación de un destino turístico de clase mundial con una infraestructura turística excepcional.

Machu Picchu, Perú: El gobierno peruano trabaja en estrecha colaboración con empresas privadas para la gestión de Machu Picchu, uno de los destinos turísticos más icónicos del mundo. Las regulaciones de acceso, la conservación del sitio y la experiencia del visitante se gestionan en conjunto para garantizar la sostenibilidad y la protección del sitio.

Central Park, Nueva York, EE. UU.: Central Park es un ejemplo de una asociación público-privada a nivel local. El Central Park Conservancy, una organización sin fines de lucro, trabaja en colaboración con el Departamento de Parques y Recreación de la Ciudad de Nueva York para mantener y mejorar el parque, financiado en gran parte por donaciones privadas.

Cataratas del Iguazú, Argentina y Brasil: La gestión de las Cataratas del Iguazú, que son Patrimonio de la Humanidad, involucra a entidades gubernamentales de Argentina y Brasil, así como a empresas privadas. Se han establecido regulaciones y acuerdos para garantizar la conservación y la sostenibilidad del sitio.

Estación de esquí de Whistler, Canadá: Whistler, un importante destino de esquí, es operado en colaboración entre el gobierno local y empresas privadas. Esta asociación ha permitido el desarrollo y la gestión exitosa de la estación de esquí y sus instalaciones turísticas.

Estos ejemplos muestran cómo la colaboración entre el sector público y privado puede ser beneficiosa para la planificación, gestión y promoción de destinos turísticos, asegurando un equilibrio entre el desarrollo turístico y la sostenibilidad.

Valle de Napa, California, EE. UU.: Enoturismo y Gobernanza Público-Privada:

El Valle de Napa es una región rural conocida por su producción de vinos y es un excelente ejemplo de colaboración público-privada en un destino turístico rural. Algunos aspectos de esta asociación incluyen:

Bodegas Privadas y Viñedos: La mayoría de las bodegas y viñedos en el Valle de Napa son propiedad privada y operadas por empresas vinícolas. Estas empresas colaboran con el gobierno local para cumplir con las regulaciones y los permisos necesarios para la producción de vino y el enoturismo.

Promoción Turística: El gobierno local, junto con las empresas vinícolas y otras empresas turísticas, promociona el Valle de Napa como destino turístico. Esto incluye la organización de festivales de vino, eventos culinarios y actividades relacionadas con el turismo.

Conservación y Sostenibilidad: La colaboración público-privada también se extiende a la conservación del paisaje rural y la promoción de prácticas sostenibles en la industria del vino. Se han implementado regulaciones para proteger los recursos naturales y el entorno rural.

Experiencia del Visitante: Las empresas privadas trabajan en conjunto con el gobierno local para ofrecer una experiencia atractiva para los visitantes, que incluye catas de vinos, recorridos por los viñedos y eventos culturales.

Esta colaboración ha sido fundamental para el éxito del enoturismo en el Valle de Napa. Permite que las bodegas privadas prosperen y al mismo tiempo garantiza que se mantenga la belleza y la sostenibilidad de la región. La gestión público-privada ha contribuido al desarrollo económico de la región y ha posicionado el Valle de Napa como un destino turístico rural de renombre internacional.

Un ejemplo de colaboración público-privada en un destino turístico rural en España es el caso de la región de La Rioja, conocida por su producción de vino y su turismo enológico. Aunque La Rioja es una comunidad autónoma en lugar de un destino específico, el enoturismo en la región involucra una colaboración efectiva entre el sector público y privado.

La Rioja, España: Enoturismo y Gobernanza Público-Privada:

En La Rioja, la industria vitivinícola y el enoturismo son pilares importantes de la economía local. Algunos aspectos de esta colaboración incluyen:

Bodegas y Viñedos Privados: La mayoría de las bodegas y viñedos en La Rioja son de propiedad privada y están involucrados en la producción de vino y en la promoción del enoturismo.

Promoción y Eventos Turísticos: El Gobierno de La Rioja trabaja en colaboración con las bodegas y empresas turísticas para promover la región como destino enoturístico. Esto incluye la organización de eventos, festivales de vino y rutas del vino.

Infraestructura Turística: Se han desarrollado infraestructuras turísticas como centros de visitantes, hoteles, restaurantes y rutas del vino para mejorar la experiencia del visitante.

Conservación del Entorno y Sostenibilidad: La colaboración público-privada también se enfoca en la conservación del entorno natural, la sostenibilidad y la promoción de prácticas respetuosas con el medio ambiente en la industria vitivinícola.

Experiencia del Visitante: Las bodegas privadas colaboran con el gobierno local para ofrecer a los visitantes catas de vinos, recorridos por los viñedos y experiencias culturales relacionadas con el vino.

La colaboración entre las bodegas privadas y el gobierno regional de La Rioja ha contribuido al éxito del enoturismo en la región, convirtiéndola en un destino turístico de renombre internacional para los amantes del vino. Esta colaboración es esencial para el desarrollo económico de la región y la promoción de su patrimonio vinícola y cultural.

San Pedro de Atacama, Chile: Turismo Cultural y Natural con Gobernanza Público-Privada:

San Pedro de Atacama es un destino turístico rural que combina una rica herencia cultural con una impresionante belleza natural en el desierto de Atacama. Aquí tienes algunos aspectos de su gestión pública-privada:

Conservación del Entorno Natural: La colaboración entre el gobierno local y empresas privadas se centra en la preservación de los ecosistemas frágiles del desierto de Atacama. Se han establecido regulaciones para limitar la explotación y proteger los recursos naturales.

Promoción de la Cultura Indígena: Se fomenta la participación de las comunidades locales indígenas en la gestión del turismo y la promoción de su cultura. Esto incluye la organización de eventos culturales y la artesanía local.

Actividades Sostenibles: Las empresas turísticas en San Pedro de Atacama ofrecen actividades sostenibles, como observación de estrellas, recorridos arqueológicos y excursiones en la naturaleza, todas diseñadas para minimizar el impacto en el entorno.

Infraestructura Turística: La colaboración entre el sector público y privado ha permitido el desarrollo de una infraestructura turística adecuada, como alojamientos y restaurantes que respetan la estética local.

Promoción Turística: El gobierno local y las empresas privadas trabajan juntos para promocionar San Pedro de Atacama como un destino turístico único que combina la cultura indígena y la belleza natural.

Este enfoque público-privado ha permitido que San Pedro de Atacama se convierta en un destino turístico de renombre internacional mientras se preserva su entorno natural y su rica cultura indígena. La colaboración es esencial para la sostenibilidad y el éxito del turismo en esta región.

2.4. Tendencia del Turismo hacia la gestión sostenible

Tendencias del Mercado Turístico y Gobernanza

Para terminar esta publicación, remarcar que la gobernanza como herramienta de gestión de los destinos turísticos asegura la sostenibilidad de los mismos y por tanto del territorio y a la vez se alinea con las tendencias del mercado, es decir de las expectativas de la demanda, que como se detalla en la siguiente diapositiva se resume en: Sostenibilidad, Mercado Verde y Emociones/Experiencias.

Y por otra parte las tendencias del turismo en zonas rurales ([Del Fracaso al Éxito en la Nueva Era del Turismo Rural](#)) se pueden resumir en Gastronomía, Naturaleza y Bienestar estrechamente relacionados con las anteriores y que evidentemente necesitan la herramienta de sostenibilidad para lograr su implantación y desarrollo.

Como se observara el turismo gastronómico (junto con el enoturismo como oferta asociada) se fundamenta cada vez en las raíces, es decir en el medio natural, rural y la cultura local y es parte fundamental del Patrimonio, que en esta última década y según todas las predicciones esta creciendo enormemente y seguirá haciéndolo.

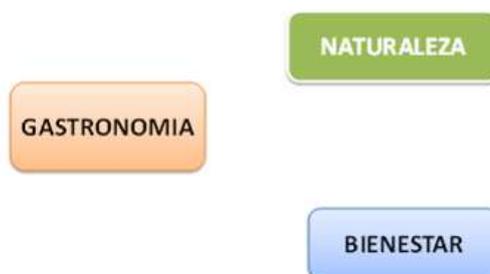
Las tendencias clave para la próxima década en turismo



La naturaleza es una tendencia que tuvo su máximo relanzamiento durante la pasada pandemia del covid y ha crecido de forma exponencial, provocando en muchas ocasiones graves problemas de impacto por masificación en tiempo y espacio, pero no obstante es parte del medio rural turísticamente hablando.

Y el bienestar es una oferta que además de estar en pleno desarrollo evolutivo y transformación ha pasado a ser una de las ofertas y experiencias más demandadas y también tiene o debe tener si se sabe diseñar una relación directa con el medio rural y natural, ya que no hablamos solo de spas, sino de cualquier actividad que tenga relación con la salud física y mental o emocional.

PRINCIPALES TENDENCIAS DECADA 2023-33



ARTURO CROLEY 2022

Pero es clave recordar que estos productos y experiencias se basan en los entornos o territorios que han de transformarse en destinos y éstos deben ser gestionados en base a la gobernanza, buscando la sostenibilidad, regeneración y competitividad.

3. Introducción. El proceso de elaboración del Catálogo



Juan José Salado Sánchez
Secretario General de
IBEROATUR



Iris Rodríguez Alonso
Directora de Operaciones de
Granja Alternativa



Juan Carlos González
Académico Especialista en
Turismo Rural y Promoción
Turística

En el marco de los trabajos del VII Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural que se realizó en Alange en el 2022, varios de los asistentes nos percatamos que lo que ahí se trataba y de lo que se hablaba en los corrillos formaba parte de experiencias vividas que en muchas oportunidades se habían transformado en casos de éxito, entendiendo que no todos los recorridos habían sido necesariamente fáciles.

En estos casos, existían diversos modelos en los que las autoridades gubernamentales de los estados, provincias o ayuntamientos, los emprendedores, el empresariado, las comunidades, la sociedad civil y otros actores se organizaban y trabajaban en conjunto de formas variopintas con responsabilidades y competencias definidas, creando nuevos proyectos bajo modelos de gobernanza diversos, que eran innovadoras y allanaban el camino para convertirse en mejores prácticas.

Y es en Alange donde surge, animados por el entonces Director General de Turismo de la Junta de Extremadura, Francisco Martín, el compromiso, que toma IBEROATUR, de analizar los diversos modelos de Gobernanza que confluyen, en el mejor de los casos, en políticas públicas de apoyo al Turismo Rural y al Agroturismo que contribuyen a posicionarlos en el mapa del desarrollo económico, social, cultural y patrimonial de las diferentes regiones de Iberoamérica.

Con el ánimo de compartir el conocimiento y las experiencias generadas en la región, es que se da inicio a los trabajos de este documento, en el que con el apoyo invaluable de las personas vinculadas a IBEROATUR, que nos facilitaron la información de cada caso, nos damos a la tarea de identificar y recopilar buenas prácticas en varios de los países y los modos de Gobernanza empleadas en cada una de ellas, resultado que hoy presentamos en este Catálogo.

No podemos soslayar que algunos de estos modelos de gobernanza forman parte de políticas públicas vigentes en diversos países y cada uno de ellos responde a condiciones políticas y administrativas propias de la situación interna de cada uno los países.

Así, la democracia participativa ha sido caldo cultivo para que florezcan modelos de Gobernanza Pública, mientras que, en otros casos, la Gobernanza Pública va muy vinculada con intereses privados, dando viabilidad a los proyectos. En otros, la mayor parte de las responsabilidades y compromisos son adquiridos por el sector privado.

Esta diversidad de formas de Gobernanza nos enriquece y refleja la pluralidad cultural y de entramado sociopolítico que existe en los 22 países que conforman Iberoamérica. Y el Instituto Iberoamericano de Turismo Rural no es ajeno a ello pues ya cuenta con una representación de los 22 países a través de sus diferentes agentes que son emprendedoras y emprendedores que

liderizan sus establecimientos de Turismo Rural y de Agroturismo, son asociaciones que los agrupan, instituciones públicas que los apoyan, profesionales especializados y Universidades que investigan y capacitan a nuevos profesionales para el sector.

Ya en Alange y, días después en Portalegre, antes de finalizar el VII Encuentro, se forma un equipo de trabajo que comenzaba a dar los primeros pasos de la mano de Marieloz Bonilla de Costa Rica, Lina Martínez de México, Fanny Olaya de Colombia y Juan José Salado de Extremadura, en coordinación con Humberto López, panameño y Presidente de IBEROATUR.

En sucesivas reuniones se fue conformando lo que sería la estructura de este Catálogo de Buenas Prácticas, con un planteamiento de partida que era el de visibilizar las buenas prácticas que en cada país existen a la hora de desarrollar los modelos de Gobernanza más adecuados para gestionar la variada riqueza de productos y destinos turísticos que tenemos en Iberoamérica.

Ese era y es el principal reto al que queremos dar respuesta con este Catálogo. Para ello consensuamos una metodología de trabajo que partía de la elaboración de un Glosario sobre modelos de Gobernanza y conceptos relacionados que estuviera en lenguaje claro y entendible para los diversos agentes del sector.

Al mismo tiempo se elaboraba una ficha para recopilar la información y el conocimiento generado por cada una de las buenas prácticas que llegarían a formar parte de este documento y que fueron recabadas en cada país.

El reto era presentar el Catálogo durante el VIII Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural de El Salvador y lo hacemos con 45 propuestas de 14 países que llegaron en los tiempos acordados y hoy podemos compartir.

Este Catálogo es un punto de partida que en IBEROATUR nos planteamos para profundizar en el análisis de los diferentes modelos de Gobernanza que se aplican en el sector del Turismo Rural y el Agroturismo para gestionar y posicionar de una forma Sostenible y con más garantías de éxito, los destinos turísticos que cada país iberoamericano atesora.

Desde aquí emplazamos al Comité Científico del Instituto Iberoamericano de Turismo Rural, en el que actualmente participan y forman parte Universidades de 16 países de los 22 de Iberoamérica, a que analicen las buenas prácticas, las sistematicen y agrupen para que a través de un proceso de investigación adecuado y compartido podamos contar con una serie de conclusiones y propuestas de futuro en materia de Gobernanza del sector del Turismo Rural y el Agroturismo que podamos compartir con organismos internacionales, autoridades de cada país en la materia y los agentes de este sector.

Este proceso de análisis e investigación será otra de las publicaciones de IBEROATUR Editorial que será presentada a finales de octubre de 2024 durante el IX Encuentro Iberoamericano de Turismo Rural que tendrá lugar en Colombia, en el Departamento de Huila.

4. Buenas Prácticas de Gobernanza en Iberoamérica



BRASIL



1. Nome da boa prática.

Associação Porto Alegre Rural.

2. Localização.

Porto Alegre/ Rio Grande do Sul.



3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Isabel Cristina Pacheco
Telefone: 55 51 999978530
Correio eletrônico: ✉ caminhosrurais@gmail.com
Site: www.caminhosrurais.com.br
Redes sociais: IG: @caminhosrurais

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

O roteiro turístico Caminhos Rurais surge a partir de uma parceria entre o poder público municipal, a EMATER – órgão de assistência rural do governo estadual, o Serviço Nacional de Aprendizagem Rural - SENAR e os produtores rurais do extremo sul da cidade, no final dos anos 1990. O primeiro apelo para a criação do roteiro foi proporcionar complementação de renda aos pequenos produtores, estimulando a economia local através do Turismo.

Em 2006, nasce a Associação Porto Alegre Rural, organizando os produtores participantes do roteiro para a vocação sustentável e logo descobre sua contribuição para a regeneração ambiental, através das práticas agrícolas, protetivas e educacionais. As propriedades associadas são, em sua maioria, sítios, quintas e granjas de administração familiar. Famílias de herdeiros rurais ou novos rurais, todas são empenhadas na qualificação do relacionamento da cidade com seus espaços de produção primária.

5. Modelo de Governança e regras.

Após a participação intensa da administração pública nos primeiros anos de existência da Associação, houve outro período extenso em que nenhuma atenção de políticas públicas foi dada. Com a ausência da assessoria técnica ou de apoio na promoção do roteiro por parte do município, a Associação se organizou em torno de um modelo de gestão comunitário independente, com o aconselhamento da EMATER e do SENAR, sempre diálogo aberto as gestões municipais que se sucederam.

Desta forma o desenho atual de gestão é simples, com Presidente, Vice-Presidente, Secretário, Vice-Secretário e Tesoureiro. Há reunião ordinária uma vez ao mês e assuntos urgentes são tratados por meios digitais e qualquer tempo.

A Associação faz a promoção do roteiro junto as propriedades participantes, por comunicação direta, online e em conjunto com outras entidades afins, como o Sindicato Rural de Porto Alegre e Associação dos Produtores Agroecológicos da Região Metropolitana de Porto Alegre – RAMA.

Para que uma propriedade se candidate a fazer parte da associação é preciso que tenha capacitação formal do curso de Turismo Rural do SENAR, seja aprovada em visita técnica de membros ativos do grupo e representantes da Prefeitura (esta iniciativa foi retomada há dois anos, quando assumiu uma nova administração pública).

6. Descrição da boa prática.

Atualmente, metade das associadas tem produção agroecológica, comercializando seus produtos em feiras ecológicas no meio urbano, em programas de alimentação escolar ou em entregas diretas ao consumidor. Todos possuem certificação orgânica por organismo certificador participativo, vinculado ao Ministério da Agricultura e Pecuária. Porto Alegre é cidade pioneira na implantação de feiras ecológicas e a capital com o maior número de pontos de comercialização de orgânicos do Brasil. Como signatária do Pacto de Milão (2015) a cidade tem o compromisso com a segurança alimentar e a qualificação da produção agrícola. Neste âmbito, existe a Lei de Zona Livre de Agrotóxicos, determinando que até 2032 a cidade seja totalmente de produção agroecológica.

No contexto da zona rural destaca-se também o grande número de hotelarias para equinos, reforçando os laços dos cidadãos riograndenses com suas raízes campeiras, mesmo morando na capital. Uma destas cabanhas é responsável por uma Reserva Particular do Patrimônio Natural – RPPN, figura criada pelo Governo Federal com a finalidade de proteção ambiental por parte de instituições privadas. A certificação desta prática é dada e fiscalizada pelo Ministério do Meio Ambiente.

7. Objetivos.

- ⊙ Manutenção dos pequenos produtores na terra;
- ⊙ Promoção de conhecimento sobre as práticas rurais aos moradores urbanos, visando a proteção ambiental e cultural;
- ⊙ Promoção de consciência socioambiental;
- ⊙ Influência na criação de políticas públicas socioambientais;
- ⊙ Aprimoramento das atividades do roteiro, via integração regional, nacional e internacional.

8. Atividades.

As propriedades associadas aos Caminhos Rurais têm programas de educação ambiental, recebendo grupos de escolas, desde educação infantil até universidades. As atividades desenvolvidas variam conforme a idade e os objetivos das escolas. Aos pequeninos (a partir de três anos de idade) geralmente são apresentados animais de fazendas, como galinhas, patos, gansos, bovinos, suínos, equinos.

Conforme sobem as idades, as atividades são variadas, com inclusão de práticas agroecológicas, fontes de energias limpas, gestão de resíduos líquidos e sólidos, e tratos respeitosos com animais de produção. Trilhas nas matas e a campo também são práticas bastante utilizadas para sensibilização ambiental. No nível universitário, as propriedades associadas acolhem estagiários das áreas de agronomia, biologia, botânica, veterinária e agroecologia, de diferentes faculdades do Estado.

Algumas associadas têm convênio com o programa de intercâmbio internacional Worldwide Opportunities on Organic Farms (WWOOF), recebendo voluntários de vários países para troca de saberes.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Como estratégias de comunicação, a Associação promove eventos coletivos, visitas guiadas, reuniões com entes públicos e prioriza a comunicação digital, utilizando-se principalmente do Instagram, Whatsapp e site próprio para comunicar suas atividades em larga escala.

A participação no Conselho Municipal de Turismo, no Sindicato dos Guias de Turismo, no Sindicato Rural, na Associação Regional de RPPNs, na Associação dos Produtores Agroecológicos e no Convention and Visitors Bureau é uma tática de firmar o roteiro na formulação das políticas locais de Turismo e Agroecologia.

10. Desafios e soluções.

Um dos maiores desafios dos Caminhos Rurais de Porto Alegre é a manutenção do modo de vida rural em uma capital com mais de um milhão de habitantes. Por volta do ano de 1999 Porto Alegre garantia via Plano Diretor da cidade (aprovado pela Câmara de Vereadores) cerca de 30% de sua área como zona rural. Neste ano foram aprovadas mudanças de zoneamento e resolvido acabar com a nomenclatura e os espaços rurais.

A cidade passou, desde então, a ter áreas consideradas periurbanas, que foram imediatamente loteadas pelo mercado imobiliário. Em 2015, com trabalho conjunto das entidades de origem rural, inclusive os Caminhos Rurais, foram retomadas as distinções de zonas rurais. Mas de 30% do território, atualmente, restam somente 9% considerado rural.

Todo o trabalho de conscientização ambiental e garantia do resguardo da cultura camponesa tem sido uma solução abraçada e difundida pela Associação Porto Alegre Rural. As atividades descritas aqui fazem parte desta luta.

Desde 2022, após a pandemia do Covid 19, novas táticas estão sendo implantadas, como:

- Ampliação da comunicação e a visibilidade das propriedades integrantes Caminhos Rurais;
- Realização de inventário de emissão e sequestro de gases de efeito estufa;
- Trabalho em conjunto com as zonas rurais das cidades vizinhas;
- Ampliação e qualificação do quadro de associados
- Fortalecimento da economia solidária local.

11. Chaves de êxito.

- ✓ Participação de todos associados nas decisões e atividades.
- ✓ Parcerias com iniciativas públicas e privadas de turismo e agroecologia.
- ✓ Comunidade local envolvida.
- ✓ Comunicação de dupla mão permanente com todos os públicos.
- ✓ Foco nas melhores práticas ambientais e no fortalecimento da cultura local.

BRASIL



1. Nome da boa prática.

Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural - Brasil Rural - Manual de Atitudes Sustentáveis e Boas Práticas no Turismo Rural



2. Localização.

Brasil

3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Sandro Marcelo Cobello
Telefone: +55-11-9-9697-1514 (whatsapp)
Correio eletrônico: ✉ sanmarcobello@gmail.com
Site: www.institutobrasilrural.org.br
Redes sociais: IN: www.linkedin.com/company/marca-brasilrural
FB: www.facebook.com/InstitutoBrasilRural

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

Proposto pelo Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural-Brasil Rural em 2017, durante debates da Câmara Setorial de Turismo Rural, vinculada à Secretaria de Turismo, do Estado de São Paulo, objetivando elencar condutas mínimas a serem adotadas, inicialmente, pelos membros da Associação Paulista de Turismo Rural e que tornou-se em referencial para outras entidades no segmento em todo país.

5. Modelo de Governança e regras.

GOVERNANÇA PÚBLICA E PRIVADA

O Instituto de Desenvolvimento do Turismo Rural – Brasil Rural e membros da Associação Paulista de Turismo Rural, com a participação de entidades representativas do Conselho Estadual de Turismo-CONTURESP, pesquisadores e parceiros, pela importância do tema, outros Estados e entidades associativas participantes da Rede da Associação Brasileira de Manual de Atitudes Sustentáveis e de Boas Práticas no Turismo Rural da ABRATUUR Nacional destaques especiais - Associação Pernambucana de Turismo Rural-APETURR e o Sindicato Rural do Distrito Federal e Entorno-RURALTUR.

6. Descrição da boa prática.

O manual é composto de atitudes sustentáveis, contemplando seis importantes eixos recorrentes nas atividades de Turismo Rural – Recurso Água; Energia Elétrica; Preservação do Ecossistema e da Biodiversidades; Produção Agroecológica; Cuidados com o Solo e Descarte de Lixo Orgânico e Inorgânico.

7. Objetivos.

As boas práticas na dimensão ambiental forma destinos turísticos responsáveis, por minimizar seu impacto negativo no ambiente.

8. Atividades.

Os empreendimentos de Turismo Rural que integram as respectivas Associações Estaduais adotarem os Eixos que constam do Manual de Boas Práticas.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Cada Associação de Turismo Rural com o apoio das entidades públicas – Ministério do Turismo, Secretarias Estaduais e Municipais fomentarem a importância de adoção das boas práticas.

10. Desafios e soluções.

Devido a falta de políticas públicas e leis específicas na área de Turismo Rural, um grande número de empreendimentos desenvolvem as atividades informalmente sem personalidade jurídica constituída.

11. Chaves de êxito.

Os empreendimentos que atualmente adotam o Manual de Boas Práticas, destacam como importantes exemplos para os demais empreendimentos.

BRASIL



1. Nome da boa prática.

Fazenda da Barra.

2. Localização.

São José do Barreiro SP.



3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Daniela Marques de Oliveira
Telefone: 24 998231154
Correio eletrônico: ✉ daniela.oliveira@fazendadabarra.com.br
Site: www.fazendadabarra.com.br
Redes sociais: IG: @fazendadabarra__
FB: Fazenda da Barra

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

Somos um casal de biólogos que viemos morar numa fazenda do século XIX com o intuito de preservar o patrimônio histórico, arquitetônico e ambiental, além de tornar de alguma forma a propriedade produtiva. Nosso primeiro projeto foi a horticultura orgânica consorciada com o gado leiteiro e a produção de queijos.

5. Modelo de Governança e regras.

Governança privada

Aos poucos fomos ampliando o leque e utilizando os espaços da fazenda para atividades turísticas, incluindo hospedagem, alimentação, cavalgadas e ecoturismo de trilhas e cachoeiras. Utilizamos desde o início a compostagem e a reciclagem de resíduos, bem como o reaproveitamento de tudo o possível, buscando sempre a melhor eficiência energética e a boa administração econômica.

6. Descrição da boa prática.

Com o passar dos anos mantivemos a prática de compostagem e produção de hortaliças, frutas, milho, feijão e mandioca em escala familiar. Terceirizamos a produção de laticínios, mantendo apenas um pequeno plantel de cavalos e transformamos as antigas pastagens em áreas de preservação, com abertura de trilhas para a prática do ecoturismo. Revitalizamos as cercas das divisas e promovemos a manutenção de aceiros para impedir a entrada de fogo.

7. Objetivos.

Recuperação das áreas degradadas e promoção da recuperação do ecossistema original.

8. Atividades.

Turismo receptivo, manutenção de trilhas, promoção da recuperação das matas e dos mananciais.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Grande parte da divulgação é feita através da indicação por outras pessoas que já se hospedaram conosco, além da produção de material para Instagram, Facebook ou mesmo por mensagens diretas pelo whatsapp.

10. Desafios e soluções.

Nosso desafio sempre foi conseguir preservar o patrimônio, o que fazemos há 33 anos, sem nenhum investimento externo. Todo e qualquer investimento na fazenda veio da atividade do Turismo Rural.

11. Chaves de êxito.

Apesar das sempre grandes dificuldades, principalmente financeiras e conseqüentemente de mão de obra, conseguimos manter a fazenda até hoje, criar e educar os filhos que agora nos ajudam, oferecendo experiências de hospedagem na casa sede da fazenda, visitas guiadas, day use e passeios nas trilhas pelas nossas matas preservadas, sempre procurando minimizar o impacto inevitável da atividade turística no meio ambiente.

Com orgulho fazemos parte, desde a sua fundação, da Rede de Turismo Rural Consciente.

BRASIL



1. Nome da boa prática.

Rotas Turísticas - Turismo Jundiaí.

2. Localização.

Jundiaí / São Paulo / Brasil



3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Marcela Moro
Telefone: 5511992105128
Correio eletrônico: ✉ mmoro@jundiai.sp.gov.br
Site: www.rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br
Redes sociais: IG: @turismojundiai

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

A região de Jundiaí tem, em sua história, a presença da produção de frutas como uma importante característica. A uva, em especial, bem como o vinho, presentes na ancestralidade da cidade, há mais de 300 anos, formaram o terreno fértil para o desenvolvimento das atividades de Turismo Rural. A cidade, berço do surgimento da variedade niágara rosada, da uva de mesa de origem americana niágara branca, variedade esta que possui Indicação Geográfica, por ter nascido em Jundiaí, a partir de uma mutação genética espontânea na década de 30 do século passado, deram a base para o desenvolvimento do agronegócio e para o fortalecimento da produção.

No final da década de 90 do século passado, entretanto, os próprios produtores rurais, pressionados e buscando novas alternativas para se manterem produzindo, encontraram no Turismo Rural, a ferramenta para garantir qualidade de vida e ampliar as receitas da propriedade.

O Turismo Rural em Jundiaí, entretanto, consolida-se e se fortalece a partir de 2013, com um diagnóstico da necessidade de organização da atividade, e pela percepção de que este era o principal segmento a ser desenvolvido e fomentado no município. O fluxo turístico, voltado ao Turismo Rural, na época, girava em torno de 200 mil visitantes/ano e a cidade possuía 30 atrativos turísticos atuando no Turismo Rural.

Desta forma, a fim de organizar a oferta, foi estruturada a metodologia de implementação das Rotas Turísticas, que preparou os empreendimentos para o Turismo Rural e consolidou novos produtos a serem oferecidos para o mercado. A organização da Rotas Turísticas – cinco, inicialmente, e todas rurais – foi responsável pela ampliação do fluxo turístico nos empreendimentos de Turismo Rural em 20%, já no primeiro ano, bem como pela ampliação da oferta turística.

De 30 empreendimentos em 2013, Jundiaí registrou um crescimento de 166% em 10 anos, atingindo 80 empreendimentos de Turismo Rural na cidade, em 2023. O fluxo turístico também se ampliou. De 238 mil turistas em 2013, o fluxo de Turismo Rural no município alcançou mais de 890 mil turistas em 2022, registrando um crescimento de mais de 270%.

5. Modelo de Governança e regras.

Todo o processo de organização das Rotas Turísticas foi realizado de maneira participativa, com base no conceito de Planejamento Participativo orientado por objetivos.

Assim, ação foi desenvolvida pela Prefeitura de Jundiaí, com a presença do Conselho Municipal de Turismo nas discussões e no processo de estruturação, bem como todos os Empreendimentos Turísticos de uma determinada região ou segmento (enoturismo, por exemplo), para organização de uma região/rota específica, a fim de que cada rota fosse consolidada a partir da ótica da comunidade envolvida. A presença de entidades como o SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Pequenas Empresas e o SENAR – Serviço Nacional de Aprendizagem Rural, deu também suporte ao processo, visto que coube a estes atores oferecer oportunidades de capacitação para os empreendimentos turísticos envolvidos.

Envolvimento da Câmara Municipal, com a elaboração de lei das Rotas Turísticas, inclusão do segmento de Turismo Rural como referência na Lei Orgânica do Município, Política Municipal de Turismo, Plano Municipal de Turismo e Plano Diretor do Município.

6. Descrição da boa prática.

Organização de produtos turísticos – Rotas – por meio de metodologia própria embasada no Planejamento Participativo orientado à resultados, com foco em fomento ao Turismo Rural, a partir da ampliação da oferta e, conseqüentemente, da demanda turística, posicionando Jundiaí como um destino de Turismo Rural, capaz de competir no mercado nacional e internacional. Implementação do Turismo Rural como segmento de referência para o município, por meio de diretrizes na Lei Orgânica do Município, Política Municipal de Turismo, Plano Municipal de Turismo e Plano Diretor do Município.

7. Objetivos.

Objetivo Geral:

- ◉ Garantir a posição de Jundiaí como referência em Turismo Rural, estimulando os demais segmentos, com qualidade e diversidade de infraestrutura, atrativos e produtos capazes de ampliar a competitividade da cidade dentro dos padrões internacionais, ampliando, com isso, o fluxo turístico local por meio da valorização da cultura, tradições, patrimônio histórico, natural e rural do município, de forma acessível e sustentável.

Objetivos Específicos:

- ◉ Organizar a oferta turística existente.
- ◉ Ampliar o fluxo turístico nos empreendimentos rurais.
- ◉ Ampliar o número de empreendimentos atuando no segmento de Turismo Rural.
- ◉ Fortalecer a organização do território, com foco no envolvimento da comunidade e do trade turístico; Promover a gestão participativa das Rotas Turísticas; Consolidar Jundiaí como um destino de Turismo Rural, reconhecido pelo mercado estadual e nacional.

8. Atividades.

- ▶ Realização de Diagnóstico a partir de Mapeamento da Oferta: identificação de empreendimentos com potencial turístico/ identificação de atrativos consolidados / identificação de pon-tos de apoio e pontos com potencial para desenvolvimento.

- ▶ Articulação: realização de reuniões e oficinas para organização da rota, com base no Planejamento Participativo orientado à resultados.
- ▶ Criação da identidade turística da Rota de forma participativa; Definição de nome da Rota e base geral para estruturação da marca.
- ▶ Definição de plano de ações integradas da Rota.
- ▶ Identificação de demandas de capacitação.
- ▶ Implementação de ações de capacitação.
- ▶ Organização regional e elaboração de ferramentas de comunicação.
- ▶ Estruturação de canais de comercialização de subprodutos artesanais do Turismo Rural, por meio de participação em eventos, feiras, festivais incentivando o fluxo turístico nas propriedades.
- ▶ Implementação de ferramentas e plano de comunicação para divulgação das Rotas Turísticas.
- ▶ Implementação de sinalização turística integrada das Rotas Turísticas do município;
- ▶ Implementação de legislação municipal.
- ▶ Estruturação de cinco rotas turísticas rurais: Rota do Castanho, Rota da Cultura Italiana, Rota da Uva, Rota do Vinho, Rota da Terra Nova.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

- Desenvolvimento de Marca e consolidação da identidade turística da rota.
- Elaboração de Mapa da Rota Turística.
- Estruturação de site da Rota Turística: www.rotasturisticas.jundiai.sp.gov.br
- Inserção da Rota em redes sociais (foco Facebook e Instagram):
 - @turismojundiai
 - @rotadocastanho
 - @rotadaculturaitaliana
 - @rotadauva
 - @rotadovinho
 - @rotadaterranova
- Inclusão de empreendimentos das Rotas Turísticas em eventos locais, regionais e de repercussão nacional.
- Fomento à comercialização de subprodutos do Turismo Rural (pães, vinhos, doces, geleias, queijos, sucos e demais produtos artesanais) em eventos de repercussão nacional, com foco em incentivo à produção, bem como à visita a propriedade produtora.
- Elaboração de vídeos promocionais de divulgação das Rotas Turísticas.
- Instalação de pórticos nas Rotas Turísticas do município (21 pórticos instalados).
- Elaboração de campanhas promocionais específicas, para divulgação da oferta turística das Rotas Turísticas de Jundiaí.

10. Desafios e soluções.

Desafios:

- Vencer a pressão imobiliária presente no município e região, mantendo os empreendimentos rurais produzindo.
- Deficiência em termos de legislação específica para a atividade de Turismo Rural.

- Escassez de mão-de-obra para atuação no Turismo Rural, bem como na produção.

Soluções:

- Apoio técnico permanente para implementação de novos empreendimentos de Turismo Rural.
- Participação em comitês, conselhos e outras organizações que buscam aperfeiçoar a legislação de Turismo Rural em nível estadual e federal.
- Capacitação continuada, oferecida gratuitamente para empreendimentos de Turismo Rural, bem como com foco em formação de mão-de-obra qualificada.
- Formalização das Rotas Turísticas enquanto Lei Municipal; Implementação de legislação específica municipal para regularização de empreendimentos de Turismo Rural.

11. Chaves de êxito.

- ✓ Planejamento Participativo.
- ✓ Escuta das demandas e necessidades dos empreendimentos turísticos.
- ✓ Capacitação continuada.
- ✓ Articulação Institucional local, regional, estadual e nacional; Fortalecimento da região turística como um todo, extrapolando somente a área do município.
- ✓ Definição do Turismo Rural como segmento estratégico para fomento ao turismo do município, junto a Lei Orgânica Municipal, Política Municipal de Turismo, Plano Municipal de Turismo e Plano Diretor do Município.
- ✓ Planejamento estratégico regional integrado, com foco em divulgação das atividades de Turismo Rural.
- ✓ Valorização e fortalecimento da identidade turística das rotas, do município e da região.
- ✓ Estruturação de parcerias, em diferentes níveis, para viabilização de projetos e ações do município e da região.

COLOMBIA



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación MUNDO MISAK11 .S.A.S.

2. Ubicación.

Municipio Silvia Cauca - Vereda San Fernando.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Fabian Andres Muelas Morales
Teléfono: +57 3147061263
Correo electrónico: ✉ richandress334@gmail.com
Redes sociales: FB: fabyan Andress Muelas Morales

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

En el año 2017 un grupo de 11 jóvenes (8 mujeres y 3 hombres) de la comunidad Misak del resguardo indígena de Guambia decide unirse para trabajar y fortalecer la unión, las mingas por la construcción de la economía propia dando sus inicios con la artesanía y protección de la madre naturaleza creando así poco a poco nuevas alternativas, llegando a la idea de construir un proyecto de Turismo Rural agrícola y ecológico; ya que dentro de la comunidad se cuenta con bellos paisajes, paramos, ríos y aunado a una cultura con muchas tradiciones, costumbres y con una amplia variedad de alimentos naturales.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Asociación Mundo Misak11 es un grupo autónomo que genera su operación directamente con el grupo de jóvenes donde se cuenta con diferentes talentos artesanales y de construcción con un modelo de Gobernanza Privada.

Dentro del territorio se cuenta con muchas variedades de alimento y buenas practicas, agrícolas donde el Misak se conecta directamente con la naturaleza y está en su deber de cuidar las reservas naturales, junto con el apoyo de la comunidad Misak de Guambia.

6. Descripción de la buena práctica.

LA Asociación MUNDO MISAK11 fomenta la unión de más familias, en especial el apoyo a las personas mayores de edad que cultivan y conservan sus huertas (yatules) aplicando las buenas practicas naturales para la conservación de las semillas y la agricultura limpia. De esta manera poder brindar un valor económico justo, aprovechando la oportunidad de que estamos ubicados en un lugar muy visitado por turistas de todo el mundo.

Nuestra oferta de Turismo Rural Comunitario que integra actividades de naturaleza y cultura como las tradiciones agrícolas, gastronómicas, caminatas, rituales de armonización y de convivencia del entorno indígena.

7. Objetivos.

- Fortalecer la cultura y la biodiversidad dentro de la cosmovisión Misak.
- Conservar la reserva de los páramos, senderos biológicos.
- Generar ingresos y desarrollo social dentro de una economía circular agrícola.
- Empoderar a las mujeres indígenas agricultoras, artesanas.

8. Actividades.

Ofrecer visitas guiadas a los paramo, reserva, talleres de gastronomía y preparación de plantas medicinales, visitas guiadas a los cultivos, terapias, rituales de armonización, alimentación tradicional y hospedaje con familias de la comunidad en cabañas independientes en medio de un habita natural.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Uso de las redes sociales como (Facebook, Tiktok, Instagram).
- Contar con página web.
- Distribución de folletos a los visitantes dentro del municipio.
- Visitas directas por recomendación por medio de emisoras de radio.

10. Retos y soluciones.

Uno de los grandes retos es poder llevar el control de contaminación por los visitantes ya que todos no tienen un pensamiento ambientalista.

La solución: es poder dar una buena bienvenida, atendiéndolos de la mejor manera y haciendo las respectivas recomendaciones y el respeto que se tiene que tener cuando está dentro de un territorio indígena.

Otro reto es poder crear nuevos servicios turísticos dentro de la comunidad.

Solución: capacitación a familias con el fin de que conozcan el desarrollo y buen manejo del Turismo Rural, y como hacer de sus fincas o parcelas auto sostenibles dentro de una economía circular agrícola

11. Claves de éxito.

- ✓ Disciplina.
- ✓ Capacitación.
- ✓ Enfoque.
- ✓ Perseverancia.
- ✓ Paciencia.
- ✓ Dedicación al proyecto.
- ✓ Visión.

COLOMBIA



1. Nombre de la buena práctica.

Dyil Wala Casa de los oficios del Corazón de la asociación del Taller de Títeres el Grillote.

2. Ubicación.

Municipio: Caloto. Departamento: Cauca.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Carolina Forgioni A.
Teléfono: 3006545869
Correo electrónico: ✉ dyilwala@gmail.com

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Desarrollamos Turismo Rural, de bienestar y cultural.

Somos un grupo familiar de docentes y artistas dedicados al trabajo comunitario. Desde 1987 creamos con el grupo el Grillote obras con temática ambiental con el objetivo de sembrar en los corazones de las comunidades el sentido de pertenencia con la Madre Tierra y su preservación.

Por eso conseguimos una tierrita donde construimos un espacio que hoy los llamamos Dyil Wala, “Casa de los oficios del corazón”, donde a través de vivencias experienciales y prácticas pedagógicas, continuamos sembrando semillas de vida en cada una de las personas que nos visitan.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Asociación Taller de títeres El Grillote cuenta con personería jurídica y modelo de Gobernanza privada.

Somos un grupo autónomo que genera su operación directamente a través de pasadías, planes, y el trabajo de formación.

Hemos recibido capacitación de algunas organizaciones del estado y privadas pero el espacio y las dinámicas se han desarrollado por gestión propia.

6. Descripción de la buena práctica.

Tenemos una oferta de Turismo Rural Comunitario, de bienestar y cultural que desarrolla experiencias de conexión con la Madre Tierra, actividades artísticas y culturales teniendo en cuenta las tradiciones y la gastronomía propia.

Es importante resaltar que nuestro territorio es de riqueza tri-étnica pues contamos con comunidades indígenas, afrodescendientes y mestizos.

Es un espacio abierto para reencontrarse con la naturaleza y sus saberes creadores en la resignificación de la cotidianidad para la trascendencia humana.

Espacios:

- Teatrino Convencional.
- Teatro de las raíces (Debajo del árbol de Higueron).
- Demostrativos: Flora y Fauna.
- Sendero del silencio.
- Rio La Maloca.

7. Objetivos.

- ⊙ Preservar la naturaleza que nos rodea.
- ⊙ Generar ingresos para el sostenimiento propio y comunitario.
- ⊙ Desarrollar prácticas de ecología humana para la sanación personal.
- ⊙ Brindar experiencias significativas.

8. Actividades.

- ▶ Recorrido por senderos y zonas de animales para hablar de las buenas prácticas de su cuidado.
- ▶ Despertando al cuerpo. Encuentros, movimiento, energía y expresividad. (Kwe Kwes Kisuñxi: cuerpos quebrados).
- ▶ Construyendo saberes en Teatro de animación de objetos.
- ▶ Construyendo saberes en teatro de comparsa.
- ▶ Construyendo saberes en artesanías escénicas.
- ▶ Caminando por senderos ecológicos.
- ▶ Eventos artísticos.
- ▶ Yoga y meditación.
- ▶ Encuentros con medicina ancestral.
- ▶ Caminatas por algunos lugares como ríos, cascadas.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Visitas directas por recomendación.
- Por la divulgación en las redes sociales.

10. Retos y soluciones.

- Mejorar la infraestructura para generar otros espacios de bienestar.
- Gestionar adecuadamente los recursos.

11. Claves de éxito

- ✓ Continuar con mucho amor, paciencia y entrega este hermoso sueño.
- ✓ Prestar un buen servicio basado en el respeto y el bienestar de nuestros visitantes.

COLOMBIA



1. Nombre de la buena práctica.

ODIN Tierradentro Travel.

2. Ubicación.

Municipio: Inzá. Departamento: Cauca.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Héctor Fernando Pencue Ortega
Teléfono: 3508283795
Correo electrónico: ✉ odint ierradentro@gmail.com
Redes sociales: FB: [odin_tierradentro](https://www.facebook.com/odin_tierradentro)
IG: [@odint ierradentro](https://www.instagram.com/odint ierradentro)

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Está ubicado en el área Tierradentro, que fue declarada como Patrimonio de la Humanidad en 1995, aprovechando el potencial cultural, natural y social que rodea al Parque Arqueológico buscamos fortalecer a través del Turismo iniciativas comunitarias, familiares y privadas de esta región.

Somos una agencia de viajes que visibiliza los procesos comunitarios que se gestan en la región de Tierradentro, Departamento del Cauca, con el propósito de aportar al buen vivir de la población local, en el marco de la reconstrucción de confianza, el amor por lo propio, el liderazgo y el aprovechamiento de productos y servicios a través del Turismo Rural comunitario

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Una iniciativa que aplica 3 principios básicos:

1. Pensamiento local, actuar global
2. Desarrollo del recurso humano
3. Autogestión y creatividad

6. Descripción de la buena práctica.

Tenemos una oferta de Turismo Rural Comunitario, que toma como inicio la arqueología como su primer producto ya que tenemos el parque arqueológico de Tierradentro, Cauca.

Buscamos fortalecer, a través del Turismo, iniciativas comunitarias, familiares y privadas de esta región.

Se ofrecen diversos servicios turísticos en un entorno de ruralidad.

Al trabajar conjuntamente con las comunidades, ambos logramos un fortalecimiento del proyecto y mejora en diversos campos.

7. Objetivos.

- ⦿ Contribuir a la conservación de la cultura, la naturaleza y el tejido social.
- ⦿ Generar ingresos para el sostenimiento propio y comunitario.
- ⦿ Contribuir a procesos de articulación.
- ⦿ Brindar experiencias que te conecten con tus raíces internas.

8. Actividades.

- ▶ Recorrido por senderos y zonas arqueológicas.
- ▶ Experiencias vivenciales en comunidades Indígenas, campesinas y afrodescendientes.
- ▶ Experiencias de eco turismo.
- ▶ Recorridos por procesos comunitarios y productivos.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Visitas directas
- Por recomendación
- Por la divulgación en las redes sociales

10. Retos y soluciones.

- Articular con otros municipios.
- Gestionar recursos.

11. Claves de éxito.

- ✓ Prestar un buen servicio basado en el respeto y el bienestar de nuestros visitantes.
- ✓ La perseverancia.

COSTA RICA



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación Agroecológica Juanilama.



2. Ubicación.

Juanilama de Pocosol, San Carlos.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Yamileth Ulate
Teléfono: +50685342082 | +50686256347
Correo electrónico: ✉ info@turismoruraljuanilama.org
Web: www.turismoruraljuanilama.org
Redes sociales: Facebook: Turismo Rural Juanilama

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Siendo pequeños productores agropecuarios, en el año 2000 un grupo de la comunidad se une para la protección de 25 Hectáreas de bosque lluvioso. En alianza con el Gobierno (Ex Instituto de Desarrollo Agrícola) diseñan senderos y delimitan la Reserva Biológica Juanilama.

A partir de esta iniciativa desarrollan el Turismo Rural integrando naturaleza y agricultura. Se fortalecen con la idea de promover la conservación de la Reserva Juanilama y el fortalecimiento de encadenamientos productivos mediante el Turismo Rural Comunitario como estrategia de conservación de la naturaleza y preservación de la cultura local, siendo apoyados con esta iniciativa con US\$20.000 por el Programa de Pequeñas Donaciones de las Naciones Unidas entre el 2011 y el 2013.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Asociación Agroecológica Juanilama practican Gobernanza Privada Pública y trabajan como figura jurídica de Asociación. En este momento es un grupo autónomo e independiente en alianza directa con tour operadores y agencias de viajes. También realizan gestiones propias directamente con la Municipalidad, entidades gubernamentales y organizaciones no gubernamentales para promover el desarrollo comunitario.

Están integrados por un asentamiento de campesinos con tierras donadas por el gobierno para la producción agrícola donde deciden dedicar 25 Hectáreas para una reserva biológica y la conservación de la naturaleza, la cual conservan y cuidan como comunidad propietaria.

Algunos de los actores les han apoyado mediante el aporte de donaciones y apoyos de organizaciones no gubernamentales, del gobierno nacional y local lo que le da su carácter público, ambas con objetivo de estimular el fortalecimiento, la promoción y la capacitación.

6. Descripción de la buena práctica.

Son un modelo de gobernanza exitosa, enfocada en el Turismo Comunitario. En este momento trabajan de forma autónoma con alianzas comerciales privadas creando una oferta sólida.

Han implementado controles de calidad que permiten ofrecer estándares altos, revisión de gestión y análisis de las asociaciones y relaciones, evitando errores y dando resultados.

Es evidente que también lograron encausar y aprovechar las alianzas y apoyos gubernamentales y de organizaciones no gubernamentales desde sus orígenes.

7. Objetivos.

- ⊙ Conservar el bosque tropical y la reserva biológica privada.
- ⊙ Promover los valores culturales de la comunidad y la vida campesina en su cotidianeidad.
- ⊙ Generar ingresos, estabilidad y desarrollo social para la comunidad de Juanilama.
- ⊙ Empoderarse como comunidad y ser mujeres autónomas.

8. Actividades.

Ofrecen visitas guiadas a la Reserva Biológica Juanilama, visitas a la Catarata La Leona, talleres de cocina, visitas guiadas a los cultivos (piña, tilapia, yuca, tubérculos), Experiencia de lechería y quesos, taller de jabones, taller de naturaleza seca, masajes, gastronomía local, convivencia campesina y hospedaje con familias o en cabañas.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Contactos directos con operadoras de Turismo (reciben turistas constantes y reservas).
- Visitas directas por recomendación de clientes y contactos con personas de organizaciones que les conocen.
- Participación en eventos.

10. Retos y soluciones.

- Mejorar el estado de acceso (calle de lastre): gestionando con el Instituto de Desarrollo Rural.
- Recuperarse de la pandemia: van recibiendo más visitantes.
- Aumentar la visitación: promoción con agencias y operadoras.

11. Claves de éxito

- ✓ Capacitación ha sido la clave.
- ✓ Perseverancia, mucha paciencia, y entrega al proyecto.
- ✓ Amar lo que hacen y disfrutar recibir visitantes.

PAÍS



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación de Desarrollo Integral de Mollejones. Comité de Turismo.



2. Ubicación.

Mollejones de la Suiza de Turrialba.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Marjorie Moya Ramírez
Teléfono: +506 89085550
Correo electrónico: ✉ agroecomollejones@gmail.com
Web: www.mollejones.com
Redes sociales: FB: Mollejones Costa Rica

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Es un pueblo de 180 personas. Cuentan con líderes muy activos que han logrado consolidar un grupo comunitario que además de trabajar por el desarrollo de infraestructura han aprovechado el apoyo de un tour operador local consolidando un relación comercial de beneficio mutuo.

Es una comunidad rural muy activa que conocía del Turismo porque veían su práctica cerca, sobre todo por la práctica de rápidos en el Río Pacuare. Se interesaron y el tour operador Explonatura S.A. les ofreció la capacitación hasta llegar a ser proveedores no sólo de ellos, sino para otras operadoras. Es un grupo exitoso porque supo aprovechar la oportunidad y con perseverancia aplicaron los conceptos en la práctica.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Trabajan con la figura jurídica de Asociación adscrita a la Dirección Nacional de Desarrollo de la Comunidad (DINADECO), la cual es la entidad estatal encargada de facilitar procesos de fortalecimiento de las organizaciones de base comunitaria que promuevan su propio desarrollo, con un modelo de Gobernanza público-privado.

Estos recursos les apoyan para el desarrollo de infraestructura. Además, saben aprovechar recursos puntuales que el estado pone a disposición como apoyos del Ministerio de Economía y del Instituto de Ayuda Social. Aunado a saber encausar los apoyos del estado; esta Asociación ha logrado consolidar una relación comercial con operadores de turismo nacionales, no solamente con la inicial que les capacitó sino en posterior con otras con las que operan su oferta turística.

6. Descripción de la buena práctica.

Son un modelo de gobernanza exitosa de Turismo Comunitario que utiliza los recursos estatales para el desarrollo y el apoyo de la empresa privada para impulsar el Turismo.

La oferta fue diseñada y desarrollada con la facilitación profesional y experiencia operativa de

un tour operador. Además, aprovecharon la capacitación en buenas prácticas empresariales para el manejo del negocio turístico. En este momento trabajan de forma autónoma y ya tienen relaciones comerciales con otras operadoras de Turismo.

7. Objetivos.

- ⦿ Generar ingresos, estabilidad y desarrollo social enfrentando la crisis del café y del cultivo de caña.
- ⦿ Empoderarse como comunidad con la oferta de Turismo Rural Comunitario consolidada.

8. Actividades.

Ofrecen experiencias:

Visita a pequeñas fincas de autoconsumo de 10 u 11 productos. Experiencias de artesanos (muebles) y de cocineras de la comunidad (tortillas, pan casero, cajetas de coco y de zanahoria), pilar arroz, uso de la molienda en el trapiche, lechería, bailes folclóricos, juegos tradicionales, alimentación típica y servicio de hospedaje en familias, cabañas y área de camping.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Contactos directos con operadoras de Turismo.
- Visitas directas por recomendación.
- Participan en ferias de promoción turística.

10. Retos y soluciones.

- El ser una comunidad tan pequeña y ser familia entre ellos amenaza con decrecimiento poblacional. Soluciones: atraer familias a participar de la actividad agrícola y algún proyecto de Turismo, como un mariposario.
- Faltan fuentes de empleo. Reconvertir la agricultura.
- Diversificar mercados y extender temporadas. En este momento reciben visitantes de junio a agosto y sobre todo estudiantes. La solución es consultar con las operadoras sobre como atraer turistas regulares durante todo el año.

11. Claves de éxito

- ✓ Haber tenido una estructura de gobernanza previa al proyecto de Turismo en base a la Asociación de Desarrollo Integral de Mollejones.
- ✓ Experiencia previa resolviendo las necesidades de la comunidad: caminos, escuela, cuidado de adulto mayor, agua potable y electrificación.
- ✓ Disposición y compromiso con la entrada y la capacitación ofrecida por la operadora Explornatura. Ganas de trabajar.
- ✓ “Nacer” con clientes Explornatura y otras operadoras colegas.: Cost to coast y Ríos Tropicales, que les compraron de inmediato el producto.
- ✓ Comprender a la capacitación como un acompañamiento teórico-práctico del modelo de negocio.
- ✓ Comprender que no viven del Turismo sino de la agricultura.
- ✓ No cambiar su vida cotidiana.

COSTA RICA



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación Eco San Juan.

2. Ubicación.

Coopesanjuan, Aguas Zarcas, San Carlos.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Mauricio Salazar
Teléfono: +506 86320130 - 24613698
Correo electrónico: ✉ reservas@coopesanjuan.com
✉ mauricio7sa233@gmail.com
Redes sociales:

- Facebook: HOME STAY COOPE SAN JUAN
- Instagram: COOPESANJUAN

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Coopesanjuan es una comunidad muy pequeña de solamente 60 personas que fueron beneficiadas por los programas de entrega de tierra por parte del estado con el fin de promover el desarrollo agropecuario de áreas alejadas de las zonas rurales. Esta comunidad además de destinar área para el desarrollo agropecuario conserva en conjunto 280 Ha de bosque tropical.

Este recurso y otros atractivos agrícolas y culturales más la participación en un consorcio cooperativo les generó la idea de potenciar el Turismo. La idea que lograron consolidar fue ofrecer alojamiento y experiencias en sus hogares ofreciendo experiencias auténticas de lo que representa una pequeña parte de Costa Rica en una región con clara vocación al Turismo Rural.

Contando con un proceso de aprendizaje extenso sobre la gobernanza y formas de organizarse como comunidad durante los últimos 28 años, resultando hoy día en un grupo autónomo e independiente con la forma jurídica de asociación para el desarrollo del turismo comunitario.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Eco San Juan desarrolla un modelo de Gobernanza Privado-Público que trabaja bajo la figura jurídica de Asociación. En este momento es un grupo autónomo e independiente en alianza directa con tour operadores y agencias de viajes.

Ha existido en este grupo intervención de donaciones y apoyos del gobierno, organizaciones no gubernamentales y cooperativas para el fortalecimiento, la promoción y la capacitación.

Cuentan con un director ejecutivo miembro de la misma comunidad y toman decisiones en conjunto.

Dado que las decisiones son colectivas, las relaciones con gobiernos e instituciones vienen delimitadas según el objetivo establecido, priorizando siempre el bienestar y continuidad del proyecto, en ocasiones algunas personas son encargadas de algún logro u objetivo en particular.

6. Descripción de la buena práctica.

Son un modelo de gobernanza exitosa de Turismo Comunitario que han experimentado diversas formas de organización y apoyo externo.

El éxito radica en haber tomado en cuenta el aprendizaje en el proceso y ser ahora un grupo que trabaja de forma autónoma con alianzas comerciales privadas brindando una oferta sólida y diferenciada.

Se fijan objetivos cumplibles dentro de una estrategia en particular, en donde conjuntamente se toman las decisiones y eso ha permitido el éxito en las tareas fijadas.

7. Objetivos.

- Mejorar la calidad de vida.
- Generar ingresos, estabilidad y desarrollo social.
- Generar empleos a jóvenes y a mujeres.
- Empoderarse como comunidad y mujeres autónomas.

8. Actividades.

La Asociación oferta experiencias y vivencias auténticas de la realidad en una comunidad de 60 personas en un lugar remoto de la ruralidad costarricense.

Se ofrecen hospedaje con familias y en cabañas independientes con alimentación tradicional basada en los productos que las mismas familias cultivan.

Las experiencias ofrecidas son talleres de cocina, sobrevivencia en el bosque, tractor al Río Tres Amigos, clases de baile, juegos deportivos y cenas grupales de gastronomía local, para lo cual han logrado confeccionar un recetario que ofrecen a las personas visitantes.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Contactos directos con operadoras de Turismo (reciben turistas constantes y reservas).
- Visitas directas por recomendación.

10. Retos y soluciones.

- Mejorar el estado de acceso con gestiones en entidades públicas.
- Dar una mejor vida a las personas jóvenes invitándoles a involucrarse en la oferta como nfitrones.
- Dejar huella en lo que respecta a las buenas prácticas del Turismo Rural Comunitario consolidando la oferta y la demanda.
- Recuperarse de la pandemia recibiendo más visitantes.
- Aumentar la visitación con promoción en agencias.

11. Claves de éxito

- ✓ Capacitarse, respeto, dedicación y unión grupal.

COSTA RICA



1. Nombre de la buena práctica.

COOPEAGROTOUR RL.



2. Ubicación.

Boca Tapada de San Carlos.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Walter Vargas Araya
Teléfono: +50664178690 - +50689343888
Correo electrónico: ✉ coopeagrotourrl@gmail.com
WhatsApp business: <https://wa.me/message/PMLDNPEAKGVPD1>
Redes sociales: FB:
• www.facebook.com/Coopeagrotour/ (Rural Life Costa Rica)
• www.facebook.com/Coopeagrotour-RL-102550278617871/ (COOPEAGROTOUR)
IG: https://www.instagram.com/rural_life_cr/

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

En el año 2013, un grupo de mujeres y hombres agropecuarios de ocho pueblos de la región, observando el alto potencial turístico, forman una cooperativa para capacitarse e iniciar un proyecto de Turismo basado en la belleza natural y la ruralidad.

El objetivo inicial era desarrollar el Agroturismo, el Turismo gastronómico, el Turismo Rural, de aventura y el naturalismo bajo el rol de la sostenibilidad económica, social y ambiental.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

- Se trata de un modelo de Gobernanza Privada (cooperativa) y Pública. Coopeagrotour trabaja como figura jurídica de COOPERATIVA. Actualmente es un grupo autónomo e independiente en alianza directa con tour operadores y agencias de viajes. Cuenta con un gerente general que coordina las actividades políticas y la operación turística.
- Los socios poseen terrenos ubicados dentro y alrededor del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Maquenque donde se realizan los diferentes servicios turísticos donde actúan como operador local.
- Ha obtenido apoyo económico del gobierno, capacitaciones de una organización no gubernamental que se llama el Centro Agrícola Cantonal de San Carlos y tour operadores que les han apoyado con capacitación en sitio para la operación de los servicios.

6. Descripción de la buena práctica.

- Se trabaja de manera conjunta con los valores del cooperativismo, obteniendo así un ejemplo en desarrollo turístico comunitario y organizacional.
- Se tiene énfasis en proyectos, estrategias y acciones vinculadas al Turismo Rural Sostenible, distribuyendo turistas en 8 pueblos, generando economía circular y protección ambiental.

- Realizadores de proyectos de limpieza de ríos y reforestaciones dentro del Refugio Nacional de Vida Silvestre Mixto Maquenque.
- Aliados junto a hoteles y organizaciones para el fortalecimiento del RNVSM Maquenque.
- Productos turísticos sostenibles u orgánicos certificados.

7. Objetivos.

- ⊙ Fortalecer la cooperativa en aspectos administrativos y gerenciales para el logro de infraestructura, financiamiento, capacitación de sus socios y alianzas institucionales.
- ⊙ Desarrollar los proyectos agroturísticos de las personas socias y propios de la cooperativa.
- ⊙ Consolidar a Coopeagrotour R.L. como la operadora que brinda un servicio de calidad dentro del marco de la sostenibilidad y la convivencia familiar.

8. Actividades.

Se ofrece hospedaje en cabinas, servicio de restaurante, tours naturalistas en bote, kayak o senderismo en bosque tropical lluvioso, agroturismo (tour de piña orgánica, tubérculos y de palmito) y experiencias gastronómicas (talleres y degustación).

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Contactos directos con agencias de Turismo (reciben turistas constantes y reservas)
- Visitas directas por recomendación boca a boca
- Redes sociales correos, televisión

10. Retos y soluciones.

- Mejorar el estado de acceso hacia algunos de nuestros servicios (calle de lastre): gestionando con el Ministerio de Obras Públicas y Transportes de Costa Rica.
- Recuperarse de la pandemia: recibir más visitantes.
- Aumentar la visitación: se está con promoción con agencias y operadoras de Turismo.

11. Claves de éxito

- ✓ Ser la primera cooperativa de Turismo Rural de la zona.
- ✓ Cuenta con gente capaz para resolver la cotidianeidad.
- ✓ Asociados y asociadas con muchas ganas de trabajar.
- ✓ Medios sociales.
- ✓ Tener marca turística.
- ✓ El tipo de servicios turísticos que tienen las personas asociadas.
- ✓ Calidad de atención de las personas socias al dar un servicio.
- ✓ Capacidad para mantenerse al día con ocho años de vigencia.
- ✓ Ser una cooperativa.
- ✓ El amor que le tienen las personas asociadas a la cooperativa.
- ✓ Capacitarse.
- ✓ Perseverancia, paciencia, y entrega al proyecto.

- La Dirección de Desarrollo Territorial Mayabeque, Delegación Provincial del Ministerio de Turismo, Delegación de la Agricultura y la Intendencia Municipal de San José de las Lajas: como entidades facultadas para la integración del Turismo Rural a la Estrategia de Desarrollo Municipal (EDM) y a los Proyectos de Desarrollo Local (PDL), actúan como facilitadores en la interacción entre actores económicos y sociales que participan en el proceso de gestión y comercialización de los productos de Turismo Rural.

6. Descripción de la buena práctica.

La Granja Universitaria “El Guayabal” gestiona sus producciones y servicios a partir de la experticia de profesionales y estudiantes de la Universidad Agraria de La Habana (UNAH), beneficiando con sus producciones a la comunidad universitaria y a miembros de la comunidad rural.

Para potenciar su autodesarrollo, está impulsando un producto turístico rural especializado que se propone llegar a ser destino turístico de referencia, vitrina de las buenas prácticas del quehacer agrario en Cuba, a partir de la relación universidad-sociedad-empresa.

La Ruta Turística contribuye a formar en los visitantes una cultura rural en estrecho vínculo con el entorno universitario, desarrollando competencias y buenas prácticas a través de la innovación, el turismo, la docencia, la recreación y la producción, a partir de procesos participativos e inclusivos, en alianzas con la Cátedra de Turismo Rural.

El plan de acción de la Ruta Turística integra ciencia, innovación y tecnología aplicada, formación de capacidades, intercambio de saberes, gestión del conocimiento, educación para el desarrollo, tradiciones campesinas, agroecología y emprendimientos rurales comunitarios; así como la actividad física y la recreación como incentivos que tipifican la ruta.

Un elemento distintivo radica en el valor cultural y patrimonial de la finca, en la que los miembros de la propia comunidad constituyen la fuente ejecutora principal de los bienes y servicios que se generan.

7. Objetivos.

- ⊙ Consolidar la ruta turística especializada con una estrategia de sostenibilidad enfocada al Turismo Rural y al Agroturismo.
- ⊙ Desarrollar capacidades y competencias en actores locales de la comunidad “El Guayabal” y su entorno para la gestión de los productos turísticos rurales, con énfasis en la cultura agraria que responderá a la Estrategia de Desarrollo Municipal.
- ⊙ Crear un sistema de gestión y promoción de la Ruta Turística “Por los saberes agrarios” en la Granja Universitaria El Guayabal.
- ⊙ Proyectar, organizar y comercializar el producto turístico bajo los principios de sostenibilidad, accesibilidad y equidad.
- ⊙ Fortalecer la participación comunitaria (universidad y localidad) en el trabajo de preservación, protección, e investigación del patrimonio histórico, cultural y natural del entorno como componentes de la gestión turística.

8. Actividades.

- ▶ Exhibición de prácticas rurales y agrícolas.
- ▶ Visita a áreas especializadas (producción de biofertilizante, vivero de plantas ornamentales, frutales y maderables, jardín de plantas proteicas y medicinales para la alimentación animal y otros fines, área de producción de carbón “El marabú”, instalación avícola, estanque donde se fomenta la cría de peces de agua dulce).
- ▶ Demostración de prácticas de ordeño, inseminación artificial y otras actividades en una lechería típica cubana.
- ▶ Capacitación por parte de personal especializado en temáticas relacionadas con la medicina veterinaria.
- ▶ Encuentro con la cultura histórica de la comunidad rural “El Guayabal”.
- ▶ Muestra de la crianza de abejas melíponas.
- ▶ Dinamización sociocultural del entorno rural.
- ▶ Desarrollo de un programa de formación continua desde la actividad extensionista con la Cátedra de Turismo Rural.
- ▶ Desarrollo de emprendimientos comunitarios.
- ▶ Muestra de la introducción de técnicas innovadoras y ecológicas para el uso y manejo de los agroecosistemas rurales que favorecen el desarrollo del Turismo Rural.
- ▶ Perfeccionamiento de la infraestructura y equipamiento en correspondencia con el entorno y la modalidad turística.
- ▶ Sistematización e intercambio de experiencias con otros modelos de desarrollo turístico de características similares.
- ▶ Creación y consolidación de vínculos de colaboración con instituciones y/o asociaciones de prestigio a nivel nacional e internacional dedicadas al Turismo Rural.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Diseño, ejecución y comercialización de la ruta especializada como producto de Turismo Rural.
- Diseño del mix de comunicación para la promoción turística.
- Diseño e implementación del plan de marketing y comercialización del destino.
- Diseño de la estrategia de promoción y el plan de medios.
- Diseño del Manual de Identidad.
- Diseño de los soportes de comunicación para los productos turísticos y conformación del equipo de comunicación.
- Implementación del Plan Anual de Comunicación y su evaluación periódica.
- Creación de perfiles en las Redes Sociales y diseño de la web.
- Ejecución del programa de extensión universitaria.
- Organización, desarrollo y evaluación del programa de actividades en alianzas con la Cátedra de Turismo Rural.
- Cooperación con el Instituto Iberoamericano de Turismo Rural (IBEROATUR).
- Participación en ferias, exposiciones, conferencias y congresos.

10. Retos y soluciones.

- Gestión eficiente de la Ruta turística rural especializada: Granja Universitaria El Guayabal «Por los Saberes Agrarios»
- Participación y compromiso de la comunidad universitaria y local con la sostenibilidad del proyecto para la autogestión del desarrollo.
- Mejora de la calidad de vida de las familias vinculadas con los servicios generados a partir de los productos turísticos rurales comercializados en la ruta.
- Incremento de la calidad, competitividad y diversificación de los servicios turísticos.
- Mejora de los niveles de equidad social, las relaciones de género e intergeneracional.
- Revitalización de elementos tradicionales de la cultura agraria, la gastronomía tradicional y los productos locales en la oferta turística.
- Diversificación de espacios para el fortalecimiento del diálogo intercultural.
- Optimización del uso turístico de los recursos humanos, comunitarios, educativos, científicos y patrimoniales.

11. Claves de éxito

- ✓ Nuevas formas de emprendimiento local que constituyen fuentes de ingreso para la economía familiar.
- ✓ Promoción de formas de gestión económica sustentadas en valores de economía circular, social y solidaria.
- ✓ Aplicación de modelos de Gobernanza eficaz y eficiente.
- ✓ Alianzas estratégicas para la cooperación y el trabajo en red.
- ✓ Empoderamiento de la población local y la comunidad universitaria.
- ✓ Vínculo Universidad-Sociedad-Empresa, una fortaleza para el desarrollo de experiencias de Turismo Rural como contribución al Desarrollo Local.

EL SALVADOR



1. Nombre de la buena práctica.

NOVO APARTHOTEL. SA DE CV.

2. Ubicación.

San Salvador.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Carmen Elena de Garcia Prieto
Teléfono: +503 25212000
Correo electrónico: ✉ gerenciageneral@novosuitehotel.com
Web: www.novosuitehotel.com
Redes sociales: IG: [@novosuitehotel](https://www.instagram.com/novosuitehotel)

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Novo Hotel & Suite, desde el año 2009, inicia un proceso de conservación de recursos naturales, (agua, energía, reciclaje, y reutilización de materiales, gas), todo esto, primero tratando de optimizar y hacer un uso racional de los recursos que la madre naturaleza nos proporciona.

Pretendíamos ahorrar en nuestras facturas de consumo, y concientizar colaboradores y huéspedes que todas y todos somos los principales responsables del cuidado del planeta.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza privada-pública.

Necesidad de cuidar el planeta, CNP+I, Smart Voyager, Salvanatura, Anda, MARN

6. Descripción de la buena práctica.

Educación y cuidado de los recursos naturales

7. Objetivos.

- ⦿ Lograr que la buena práctica implementada en nuestro hotel, sea replicada en casa de nuestros colaboradores.
- ⦿ Sensibilizar para que los huéspedes atiendan el llamado para apoyar el cuidado de los recursos naturales

8. Actividades.

- ▶ Cambio de calentadores eléctricos por solares.
- ▶ Construcción de tendedero natural para secar nuestra lencería.
- ▶ Reciclaje de Vidrio, aluminio, plásticos.
- ▶ Aireadores en Duchas.

- ▶ Botellas con arena en los tanques de inodoros, para que las descargas de agua sean menores.
- ▶ Cambio de aires acondicionados a más eficientes tipo INVERTER.
- ▶ Reciclamos el agua. Cosechamos aguas lluvias.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Obtener el apoyo de instituciones comprometidas con el medio ambiente lograr implementar el proyecto.
- Poner habladores en todas las habitaciones para lograr que los huéspedes logren dar seguimiento a nuestra buena práctica.
- Con el recurso humano a través de charlas sobre protección y conservación de recursos naturales.

10. Retos y soluciones.

- Lograr concientizar a huéspedes, capital humano y visitantes que somos un hotel comprometido con el cuidado del medio ambiente, ya que no solo somos verdes por tener plantas, sino también por el compromiso de prolongar la vida humana.
- Hacer campañas de divulgación para que sea una constante de nuestro hotel.
- Traer el campo a la ciudad y ser ejemplo para otros hoteles en la gran ciudad

11. Claves de éxito

La constatación y medición de las actividades implementadas, hemos podido lograr ahorros sustanciales en nuestras facturas de igual manera huéspedes cada vez más comprendidos.

EL SALVADOR



1. Nombre de la buena práctica.

AMBAS. Asociación Comunitaria de Mujeres de la Barra de Santiago.



2. Ubicación.

Playa Barra de Santiago, Calle Shasca, municipio de Jujutla, Ahuachapán.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Rosa Lobato Villeda
Teléfono: 503-71354192
Correo electrónico: ✉ ambas.barra2014@gmail.com
Redes sociales: FB: [Ambas-Barra-de-Santiago](https://www.facebook.com/Ambas-Barra-de-Santiago)
IG: [ambas.barra](https://www.instagram.com/ambas.barra)

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Desde hace 15 años, se vieron en la necesidad de invitar a otros a unirse, de los mismos que causaban daño y destrucción. Se hicieron estudios de poblaciones y sus peligros a desaparecer por la sobre explotación y luego se establecieron normas de uso, (tiempos de veda), es decir tiempo restringido para no cazar o comer algunas especies. Ahora consiguen mejores precios al ofrecer diversidad de tamaños y especies.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza pública-privada

AMBAS forma parte del un Comité Asesor Local por ser parte de un Sitio de importancia mundial Sitio Ramsar , una serie de entidades de territorio y el Ministerio del Ambiente con Alcaldías.

Los actores y grupos locales adoptan normas para incluir buenas prácticas en el tema de atención al turista, conservación de las especies de la zona, cuidado del sitio como playas, anidaciones de tortugas, aves, caimanes y cocodrilos.

6. Descripción de la buena práctica.

Grupos locales como tortugueros, pescadores, vigilantes del manglar, los que se dedican al cuidado de cangrejos y otras especies en coordinación con el Ministerio del Medio Ambiente, unidades ambientales municipales y otras entidades estatales norman las acciones, rutas de atención al Turismo para no causar impacto negativo en el sitio y en las especies.

7. Objetivos.

Concientizar y sensibilizar al turista sobre el valor de las especies y el cuidado de los hábitat de la zona costera, así como trabajar para que no se dé el uso desmedido de los recursos costeros, si se usan con las normas y leyes vigentes de protección.

8. Actividades.

- ▶ Habilitación de viveros artificiales para la conservación de la tortugas marinas.
- ▶ Programa de monitoreo y protección de los Cocodrilos, caimanes, aves y otras especies endémicas de la zona.
- ▶ Programa de educación ambiental a turistas por parte de AMBAS y guarda bosques de la zona.
- ▶ Campañas de recolección de desechos y reciclaje.
- ▶ Campañas de reforestación con especies de la zona.
- ▶ Acompañamiento en procesos de restauración y protección en sitios que impactan la zona de la costa y sus comunidades.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Atención a grupos de visitantes con charlas educativas.
- Atender visitas de medios de comunicación.
- Divulgación en redes sociales con campañas de promoción.
- Liberaciones de tortugas al mar con el sistema de “familias padrinas”.
- Entrevistas radiales y televisivas.

10. Retos y soluciones.

- Mantener una buena organización Fortalecida.
- Buena gestión de proyectos, lograr la cooperación
- Mantener y ser miembro activo de la buena gobernanza.
- Liderazgos dedicados al trabajo ambiental y de protección.
- Estrecha colaboración con la entidad normadora MARN.
- Mantener y ser referente como grupo de mujeres dedicadas a la conservación de la zona del manglar y las especies que lo habitan.

11. Claves de éxito

- ✓ Construcción de normas de manera colectiva y participativa.
- ✓ Transparencia en el uso de recursos financieros.
- ✓ Rendición de cuentas.
- ✓ Comunicación constante.
- ✓ Gestionar y gestionar inversiones.
- ✓ Abrirse a nuevos retos y desafíos.

EL SALVADOR



1. Nombre de la buena práctica.

Eco-hotel Árbol de Fuego.

2. Ubicación.

Antiguo Cuscatlán.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Carolina Baiza
Teléfono: +503 78853504
Correo electrónico: ✉ baizacaro@gmail.com
Web: www.arboldefuego.com
Redes sociales: IG y FB: @hotelarboldefuego

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Desde que nace esta iniciativa en 2001, decidieron ser un hotel con verdes jardines y ambiente tropical, un lugar de descanso en la ciudad donde se respeta el medio ambiente.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

- Gobernanza privada-privada.
- Empresa familiar manejada por madre e hija.
- La madre es la administradora junto con su hija que convirtió el hotel de 19 habitaciones en un Hotel Sostenible.

6. Descripción de la buena práctica.

Implementamos la sostenibilidad y hemos logrado trabajar en conjunto con la comunidad, reducir drásticamente nuestro consumo eléctrico, implementado mejores prácticas y tener un negocio rentable que sobrevivió en la pandemia gracias a cuidar el planeta.

- Nuestros proyectos están relacionados con:
- Eficiencia energética y energías renovables.
- Uso eficiente del agua a través de planta natural de tratamiento de aguas.
- Aislamiento térmico.
- Cuido de la biodiversidad.
- Trabajo con la comunidad y reforestación de la zona.
- Boutique sostenible y galería de arte local.

7. Objetivos.

- ⊙ Tener un negocio lleno de naturaleza en la ciudad para que nuestros huéspedes tengan un descanso natural y menos contaminado.
- ⊙ Ser un hotel rentable económicamente para que podamos aportar a nuestra comunidad.

8. Actividades.

Brindamos servicios de hospedaje en habitaciones eco-eficientes rodeadas de naturaleza en la ciudad.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Página web y redes sociales.

Nuestro proyecto de Turismo Sostenible ha sido reconocido con diferentes premios que nos han dado publicidad.

10. Retos y soluciones.

- Encontrar proveedores en nuestra misma sintonía de cuidar el planeta.
- Puesta en marcha de pequeño proyecto para sembrar nuestros vegetales de manera orgánica.

11. Claves de éxito

- ✓ Ser persistentes y luchar.
- ✓ No abandonar nuestro concepto que hicimos desde el 2001: Ser un hotel con verdes jardines y ambiente tropical, un lugar de descanso en la ciudad donde se respeta el medio ambiente.

EL SALVADOR



1. Nombre de la buena práctica.

Finca Escuela de Café “Renacer”.



2. Ubicación.

Cantón Quezalapa, Apaneca, Ahuachapán.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Sigfredo Corado Márquez
Teléfono: +5037140-0990
Correo electrónico: ✉ sigfredocorado@gmail.com
Web: <https://www.renacer.cafe>
Redes sociales: IG: @renacer.apaneca
FB: renacer apaneca

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Finca Escuela RENACER, es creada en 2019 en el marco del proyecto RAICES AHUACHAPÁN, con el objetivo de brindar servicios de formación, asistencia técnica, extensión y comercialización de café a productores de café, que contribuya a la restauración del paisaje agrícola en las zonas cafetaleras y se conviertan en zonas de retención de agua que alimentan los mantos acuíferos; mediante la aplicación de prácticas de adaptación al cambio climático y que permitan lograr la sostenibilidad social, ambiental y económica de los cafetales.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Finca Escuela Renacer promueve el cambio de una caficultura tradicional (monocultivo, pérdida de suelo, biodiversidad limitada) hacia una caficultura regenerativa del suelo y del medio ambiente, basada principalmente en los enfoques de prácticas ASA (Agua y Suelo para la Agricultura) y Cosecha Azul, las cuales conservan el suelo y agua, con ello se da la restauración del paisaje que propicia mejores condiciones en el ecosistema de la finca y el aumento de la biodiversidad.

Todo lo anterior ha despertado el interés del Agroturismo, que permite disfrutar la experiencia y participar de las labores del cultivo del café, conectar con la tranquilidad de la naturaleza, observar aves y otras especies de animales que visitan la finca (producto de la diversidad de especies arbóreas que coexisten en el entorno producto de un manejo de conservación de suelo y agua), fotografía rural y senderismo.

6. Descripción de la buena práctica.

Todas las prácticas en la finca Escuela están enfocadas a lograr resiliencia al cambio climático, que permitan lograr la sostenibilidad en una finca cafetalera y se logra con la implementación de prácticas ASA y Cosecha Azul, encaminadas a:

Recuperar la salud del suelo (recuperación de la fertilidad del suelo tanto en características

físicas, químicas como biológicas), disminuir la erosión del suelo, disminuir la contaminación química por la eliminación del uso de herbicidas, el uso excesivo de fertilizantes, pesticidas, al mejorar la estructura del suelo permite incrementar la infiltración del agua en la época de lluvia que trae como beneficio disponibilidad de agua para las comunidades de las zonas bajas y para las plantas de café y vegetación de la finca.

Diversidad de especies vegetales, la cual es posible porque bajo estos enfoques se permite el manejo de sombra para café, el asocio del cultivo de café con por ejemplo frutales o forestales (respetando la distribución espacial de los cultivos), la coexistencia con arvenses a través de un manejo adecuado.

7. Objetivos.

Brindar una experiencia de Turismo Rural que permita vivir la experiencia de un modelo de producción de café sostenible y diversificado.

8. Actividades.

- ▶ **Senderismo:** se realizan recorridos por la finca en donde el turista puede conocer sobre el jardín de variedades de café (23 variedades) y el manejo agronómico a través de un guía, además de observar las labores culturales de conservación de suelo que se realizan dentro de la finca.
- ▶ **Experiencia de catación y barismo de café.**
- ▶ **Observación de aves:** Debido a la diversidad vegetal por el manejo de la Finca Escuela “Renacer” se ha convertido en un corredor biológico para las aves en épocas de migración.
- ▶ **Fotografía rural:** Por la ubicación, vegetación y entorno de la Finca Escuela Renacer se cuenta con vista propicias para realizar fotografía y capturar momentos únicos.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Alianzas con comercios locales: algunos negocios de la ruta de las flores (cafeterías, restaurantes, entre otros) cuando los visitan los turistas y preguntan por una opción de Turismo Rural los refieren con la Finca Escuela “Renacer”.

Redes sociales: a través de las publicaciones en redes sociales de las actividades que se realizan en la Finca Escuela “Renacer”, algunas personas se interesan en conocer y de esta forma contactan y agendan visita.

10. Retos y soluciones.

Retos:

- Promocionar más las actividades de Turismo Rural de Finca Escuela “Renacer”.
- Realizar circuitos turísticos con otras ofertas de Turismo Rural locales.

Soluciones:

- Realizar la promoción del Turismo Rural a través de redes sociales y convenios con agencias de turismo.
- Realizar acercamientos de alianza para trabajo conjunto con las opciones locales de Turismo Rural.

11. Claves de éxito.

- ✓ Atención al cliente
- ✓ Promoción
- ✓ La cercanía con el cliente



1. Nombre de la buena práctica.

Reserva de la Biosfera de La Siberia.



RESERVA DE LA
BIOSFERA DE
LA SIBERIA

2. Ubicación.

Provincia de Badajoz. Región de Extremadura.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Gonzalo Romero Barba
Teléfono: +34620993426
Correo electrónico: ✉ gerente@comarcalasiberia.com
✉ info@lasiberiabiosfera.com
Web: www.lasiberiabiosfera.com
Redes sociales: FB: @ReservadelaBiosferaLaSiberia
IG: @lasiberiareservabiosfera

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

El proyecto de creación de la Reserva de la Biosfera en “La Siberia” surge, a mediados del año 2014, en el proceso de participación de la Estrategia de Desarrollo Local Participativa de la Comarca de La Siberia, como un proyecto de desarrollo sostenible que permitiese contribuir al desarrollo y promoción de esta comarca extremeña.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza Público Privado de carácter participativa, de abajo hacia arriba implicando a todos los sectores del territorio.

Participan en la Reserva de la biosfera de La Siberia (RB La Siberia):

- La ciudadanía, asociaciones y sectores empresariales.
- Los 11 ayuntamientos que conforman la RB La Siberia.
- El Grupo de Acción Local: CEDER La Siberia, encargado de la Dinamización del territorio y la implementación del Plan de Acción de la RB La Siberia.
- Diputación de Badajoz: entidad administrativa gestora de la RB La Siberia.
- Junta de Extremadura, a través de las Consejerías con las siguientes competencias: Política Forestal, Turismo, Sostenibilidad y/o Educación.
- Administración General del Estado: Secretaria del Comité MaB de España, Delegación del Gobierno en Extremadura y la Confederación Hidrográfica del Guadiana.
- Universidad de Extremadura.

6. Descripción de la buena práctica.

El territorio de La Siberia, declarado Reserva de la Biosfera por la UNESCO, tiene como objetivo la preservación de los valores naturales y culturales. La RB La Siberia a través de su Plan de Acción está configurando un nuevo modelo turístico rural sostenible, en el que participan

todas las administraciones con competencia en el territorio, el CEDER La Siberia y los sectores sociales y económicos.

Para ello se está fomentando el Producto Ecoturismo, asociado a los espacios protegidos, los embalses, el patrimonio material e inmaterial y la gastronomía.

El Plan de Acción de la RB La Siberia es un plan participado y diseñado con el territorio y alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Actualmente se está implementando este modelo de Turismo Sostenible a través de un Plan de Sostenibilidad Turística.

7. *Objetivos.*

- ◉ Consolidar el destino turístico rural con una estrategia sostenible definida enfocada al Ecoturismo.
- ◉ Contar con una estructura de gestión participada.
- ◉ Contar con un sistema de gestión y promoción del destino Turístico de la Reserva de la Biosfera de La Siberia.
- ◉ Planificar y estructurar la oferta basándonos en el Desarrollo Sostenible no masificado, que permita la durabilidad de los recursos naturales.
- ◉ Implicar a la población en la conservación, la gestión y la valoración del Patrimonio natural.

8. *Actividades.*

- ▶ Conservación, interpretación y gestión del patrimonio material e inmaterial.
- ▶ Desarrollo de un programa de educación y voluntariado ambiental.
- ▶ Empoderamiento de la población local
- ▶ Diseño, Creación y Puesta en marcha del Producto de ecoturismo.
- ▶ Diseño e implementación del Plan de marketing y comercialización del destino.
- ▶ Promoción Turística
- ▶ Implementación de la Marca Reserva de la Biosfera de La Siberia.
- ▶ Formación, capacitación y sensibilización de la ciudadanía y del tejido productivo.
- ▶ Mejora de las dotaciones y equipamientos turísticos.
- ▶ Intercambio de experiencias con otros modelos de desarrollos turísticos de características similares.
- ▶ Cooperación, Buenas prácticas y trabajo en red con la Red española de Reservas de la biosfera desde la fase de candidatura a Reserva de la biosfera (2016).

9. *Estrategias y mecanismos de divulgación.*

- Desarrollo de un Plan de Comunicación anual
- Redes Sociales y página web.
- Realización de proyecto educativo.
- Plan de acción del Voluntariado Ambiental
- Organización y desarrollo de un programa de eventos culturales, turísticos y gastronómicos.
- Mesas sectoriales.

- Cooperación con la Red Española de Reservas de la Biosfera
- Participación y organización de Presentaciones, conferencias y exposiciones.

10. Retos y soluciones.

- Consolidación, fortalecimiento y organización del destino Turístico de la Reserva de la Biosfera de La Siberia.
- Implicación de la población en la conservación, la gestión y la valoración del Patrimonio natural.
- Mejora de la calidad, sostenibilidad y competitividad de productos, servicios y procesos.
- Mejora de la competitividad de las empresas.
- Especialización de la oferta existente en Ecoturismo.
- Integración de la gastronomía tradicional y los productos locales en la oferta turística.
- Optimización del uso turístico de los recursos patrimoniales.

11. Claves de éxito.

- ✓ Gobernanza eficaz y eficiente
- ✓ La cooperación y el trabajo en red.
- ✓ La implicación de la población local.
- ✓ Las Reservas de la Biosfera son excelentes espacios de encuentro entre las políticas de conservación y de desarrollo rural y local, y un magnífico escenario, por tanto, para el desarrollo de experiencias de Turismo Rural y de naturaleza, y para la producción y comercialización de productos agroalimentarios y artesanales locales.



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación de Municipios del Camino de Santiago.

2. Ubicación.

Jaca, Huesca (Aragón).



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Maximiliano Barrios Felipe
Teléfono: (+34) 673 416 252
Correo electrónico: ✉ gerencia@amcsantiago.es
Web: www.amcsantiago.com
Redes sociales: FB: www.facebook.com/asociacionmunicipios
X: <https://twitter.com/amcsantiago>
IG: www.instagram.com/amcsantiago_way

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Fue en 2015, en Burgos, cuando se celebró el acto de fundación de la AMCS, sin embargo, ya en 2011, se había firmado un protocolo para la constitución de un Observatorio Jacobeo, en la ciudad de Jaca.

A este protocolo se adhirieron los ayuntamientos de Jaca, Logroño, Burgos, Astorga y Santiago de Compostela; y supuso el germen de lo que, más adelante, adopta la identidad jurídica de Asociación de Municipios del Camino de Santiago.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza pública.

El modelo es Público y es una Asociación de carácter nacional que desarrolla, principalmente y no de forma exclusiva, sus actividades en el ámbito correspondiente a los municipios por los que discurre el Camino de Santiago, en su itinerario tradicional, también llamado camino “francés” a su paso por Aragón, Navarra, La Rioja, Castilla y León y Galicia.

Son órganos de la Asociación: la Asamblea General, la Junta Directiva y la Presidencia.

- La Asamblea General, integrada por los asociados, es el órgano supremo de gobierno de la Asociación.
- La Asociación está dirigida, administrada y representada por la Junta Directiva, compuesta por los siguientes cargos:
 - a). Presidente. El presidente de la Asociación preside la Asamblea General y la Junta Directiva.
 - b). Vicepresidente primero. Son facultades de los vicepresidentes la sustitución del Presidente en caso de ausencia, enfermedad o vacante

- c). Vicepresidente segundo
- d). Secretario
- e). Tesorero
- f). Ocho vocales.
- Comisiones de Trabajo
- Comisión de Seguimiento
 - a). Ejercen la supervisión y dirección de los servicios prestados por la Secretaría Técnica.
 - b). Realizan el seguimiento de los actos cotidianos delegados por la Junta directiva.

3. **Descripción de la buena práctica.**

La Asociación de Municipios del Camino de Santiago (AMCS) es una entidad sin ánimo de lucro integrada por municipios del Camino Francés, que se han asociado para, asumiendo el protagonismo y las competencias que les corresponde, contribuir a la gestión del Camino como una unidad.

4. **Objetivos.**

En los Estatutos se definen entre otros los siguientes fines asociativos:

- ⊙ Establecer relaciones de cooperación entre todos los municipios por los que discurre el Camino Francés de cara a su protección y promoción.
- ⊙ Promover la puesta en marcha de proyectos de interés común en relación con el Camino de Santiago.
- ⊙ Colaborar con las administraciones autonómicas y estatal en todas las políticas relacionadas con el Camino.

5. **Actividades.**

- ▶ Realización de forma conjunta proyectos de interés común, en relación con el Camino de Santiago especialmente aquellos que buscan el desarrollo económico, la sostenibilidad presente y futura, la conservación del medio ambiente, la lucha contra la despoblación y la mejora de la vida en los municipios asociados.
- ▶ Organización de actividades culturales temáticas relacionadas con cuestiones jacobeanas para fomentar el intercambio de experiencias entre los municipios asociados.
- ▶ Promoción de encuentros entre municipios y otros agentes claves interesados en el Camino de Santiago.
- ▶ Cooperación con diversos centros de conocimiento para la puesta en marcha de proyectos para la investigación sobre los aspectos relevantes, económicos, sociales, patrimoniales, urbanísticos, turísticos, culturales, ambientales, etc. para el Camino de Santiago y la peregrinación.
- ▶ Fomento del contacto entre todas las instituciones privadas que son agentes interesadas en el Camino de Santiago para su conservación y mejora.
- ▶ Colaboración con las respectivas Administraciones Autonómicas y con la Administración Estatal en los órganos con competencias en la protección y promoción del Camino de

Santiago representando y defendiendo los intereses propios de los entes locales en todas las políticas relacionadas con el Camino.

- ▶ Desarrollo de actividades divulgativas y educativas dirigidas a todos los públicos.
- ▶ Cualquier otra relacionada directamente con la protección y promoción del Camino de Santiago.

6. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- La creación en su día de una aplicación móvil y una web que ofrecen información práctica, cultural y turística sobre el Camino, así como un sistema de alertas sobre incidencias y eventos.
- Especial atención a las RRSS: Facebook, Twitter e Instagram.
- Le elaboración de un Plan Estratégico de Comunicación y Marketing.
- Publicación de un boletín y el envío de una newsletter para los socios.
- Edición de un mapa artístico del Camino Francés para su difusión en ferias, congresos, eventos...
- La organización de actividades culturales, como exposiciones, conferencias... que difunden el valor histórico, artístico y espiritual del Camino.
- La firma de convenios con medios de comunicación, como RTVE, para crear proyectos audiovisuales que fomenten el Camino y el papel de los municipios en la ruta.
- La participación en jornadas, congresos y encuentros con otras entidades relacionadas con el Camino, como el Consejo Jacobeo, XACOBEO S.L, la UNED o la FEAACS.
- La celebración del 30 aniversario de la declaración del Camino de Santiago Francés como Patrimonio Mundial por parte de la UNESCO, con una serie de actos conmemorativos o la emisión de sellos postales en colaboración con CORREOS ESPAÑA.

7. Retos y soluciones.

La Asociación de Municipios del Camino de Santiago es una entidad que agrupa a 110 municipios del Camino de Santiago Francés, desde Luzaide/Valcarlos o Somport hasta Santiago de Compostela.

Su objetivo es promover el desarrollo sostenible, la conservación y la difusión del patrimonio cultural y natural del Camino.

Algunos de los retos que enfrenta son:

- Apoyo y asesoramiento en la gestión de los recursos vinculados al Camino de Santiago en los municipios a los que representa.
- Conseguir un aumento del número de peregrinos y turistas, como motor de desarrollo por las localidades por las que transcurre.
- Conseguir un Camino más seguro.
- Hacer un Camino más sostenible.
- Detección de problemas en el Camino, como por ejemplo la mejora de la señalización.
- Atención e información a los peregrinos.
- Impulso de foros de debate.
- Conseguir una gobernanza más coordinada entre las administraciones y entidades con competencias en el Camino de Santiago.

Algunas de las soluciones que ha implementado están relacionadas con:

- Organización de eventos culturales.
- Colaboración a través de proyectos, firma de convenios o participación en distintos eventos, con distintas entidades e instituciones relacionadas con el Camino Francés.
- Participación en proyectos europeos.
- Coordinación de diversas mesas de trabajo y análisis.
- Divulgación del hecho jacobeo...

8. Claves de éxito.

- ✓ La cooperación y la solidaridad entre los más de 100 municipios que la integran, respetando la diversidad cultural y territorial del Camino.
- ✓ La protección y la promoción del patrimonio natural y cultural del Camino, asumiendo la responsabilidad de conservación para las futuras generaciones.
- ✓ La participación en proyectos de interés común, como el Observatorio Jacobeo, que facilitan la gestión, el seguimiento y la difusión del Camino.
- ✓ La colaboración con otras administraciones y entidades, como la Secretaria de Estado de Turismo, Xunta de Galicia o la Unión Europea, a través de distintos proyectos o la firma de convenios de colaboración, para obtener apoyo institucional y financiero para el Camino.
- ✓ La apuesta por las nuevas tecnologías, como aplicaciones móviles, las Redes Sociales o la web, para informar y asesorar a los peregrinos sobre los servicios, las incidencias y los eventos culturales del Camino.

ESPAÑA



1. Nombre de la buena práctica.

Genalguacil Pueblo Museo.

2. Ubicación.

Genalguacil, Málaga.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Arturo Comas
Teléfono: +34 605383107
Correo electrónico: ✉ info@pueblomuseo.com
Web: www.pueblomuseo.com
Redes sociales: IG: https://www.instagram.com/genalguacil_pueblo_muse
FB: <https://www.facebook.com/Genalguacil-Pueblo-Museo>
YT: <https://www.youtube.com/@genalguacilpueblomuseo>
LK: <https://www.linkedin.com/in/genalguacil-pueblo-museo-3251a9269/>
X: <https://twitter.com/pueblomuseo>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Genalguacil es un municipio de la provincia de Málaga inmerso en la ruralidad, con cerca de 400 habitantes.

La buena práctica nace en 1994 de una forma muy diferente a lo que actualmente es. Nació como unos encuentros artísticos/artesanales en los meses de agosto.

Actualmente Genalguacil Pueblo Museo, GPM, posee una agenda anual en la que se desarrollan proyectos y eventos a lo largo de los 12 meses.

Su museo abre durante todo el año con una programación de exposiciones que va cambiando según los proyectos desarrollados.

En todos estos años ha habido una verdadera preocupación en mejorar las condiciones para todos los agentes participantes como artistas, comisarios, prensa, coordinación, etc.

Hacer todo lo mejor posible dentro de nuestras posibilidades y una vez cubiertos los mínimos, seguimos trabajando buscamos la excelencia.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Genalguacil Pueblo Museo trabaja bajo un modelo Público Privado y se desarrolla gracias a un gran trabajo en equipo.

La iniciativa se originó desde el Ayuntamiento. A lo largo de los años se ha ido emancipando del mismo a nivel organizativo contando de forma continuada con profesionales para cada una de las funciones.

Hay una tendencia a una organización horizontal. Este equipo de profesionales aporta cada uno su experiencia y visión que ayuda a una toma de decisiones colectiva, coordinados por Miguel Ángel Herrera, Alcalde de Genalguacil, y Benjamín Ramírez, presidente de la Fundación Genalguacil Pueblo Museo.

- Miguel Ángel Herrera, Alcalde de Genalguacil.
- Benjamín Ramírez, Presidente Fundación GPM.
- María José Rodríguez, Concejala de Cultura.
- Marta Calvente, Despoblación y Turismo.
- Joe Lockwood, Relaciones internacionales.
- Arturo Comas, Coordinación.
- Veremundo Álvarez, Prensa y Comunicación.
- Lluvia Vega, Conservación.
- Juan Francisco Rueda, Comisario.
- Regina Pérez Castillo.
- Ana Ramos, Educación/talleres.

6. Descripción de la buena práctica.

En Genalguacil Pueblo Museo trabajamos apoyándonos en cuatro pilares: Arte, Cultura, Naturaleza y Tradición. La razón de ser de nuestro proyecto es la lucha contra la despoblación.

Estamos convencidos de que la Cultura es la herramienta perfecta para combatir este gran mal que afecta a tantos pueblos del panorama nacional.

7. Objetivos.

El principal objetivo es combatir la despoblación, generando nuevas oportunidades para nuestros vecinos.

Que estas oportunidades cubran las necesidades de los habitantes de Genalguacil, de forma que no tengan que abandonar su pueblo por necesidad.

Ya que el formato Genalguacil Pueblo Museo está funcionando, estamos trabajando en poder beneficiar a otros pueblos, trabajando con ellos de la mano.

8. Actividades.

- ▶ Museo de Arte Contemporáneo / Exposiciones de producción propia y siempre vinculadas al territorio.
- ▶ Museo al aire libre / 365 días al año y abierto 24h
- ▶ Encuentros de Arte (Convocatoria abierta internacional)
- ▶ ARTE VIVO (Semana cultural)
- ▶ LUMEN (cita con la luz como protagonista)
- ▶ Encuentros Cerámicos.
- ▶ Difusión mediante charlas y conferencias en otros municipios del resto de España y Europa.
- ▶ Talleres para niños y mayores
- ▶ Talleres con artesanos de la localidad
- ▶ Colaboraciones con otras instituciones

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Recibimos el premio a la Gobernanza Local (2023)

Premio EXPONE a las buenas prácticas e innovación en museos y exposiciones, por la MEJOR EXPOSICIÓN.(2021).

Participación de jornadas y congresos especializados como:

- ESPON Seminar, Territorial perspective of green industrialisation en Lulea, Suecia.
- CM Málaga Culture & Museums.
- Cursos de Verano de la UNIA en el Centre Pompidou de Málaga.
- V Edición Cultura y Ruralidades organizado por el Ministerio de Cultura y Deporte.
- Escuela de Participación Ciudadana (Segovia)
- Open Living Labs (Turín).
- Bautopia2 “Glocalization in Culture & Creativity” (Oporto).

Participación anual en la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO en Madrid.

Inclusión en el ranking de la Fundación Contemporánea “lo mejor de la Cultura”. Observatorio de la Cultura.

Mantener Redes Sociales actualizadas.

10. Retos y soluciones.

Retos:

- Conseguir financiación para poder crear nuevos proyectos y mejorar los ya existentes
- Poder ayudar a otros municipios con problemas iguales o parecidos a los nuestros.
- Ampliar el equipo de trabajo.
- Estabilizar/aumentar la población de Genalguacil.

Soluciones:

- Colaboración con otras entidades/instituciones
- Generar nuevos proyectos dedicados a ayudar a otros municipios
- Seguir trabajando como lo estamos haciendo

11. Claves de éxito.

- ✓ La gran clave del éxito de Genalguacil es el compromiso y el trabajo.
- ✓ El compromiso incondicional de un Ayuntamiento con la clara voluntad de mejorar su pueblo y la vida de sus vecinos.
- ✓ Total apoyo de todos o la gran mayoría de los vecinos.
- ✓ Un equipo humano de profesionales comprometidos con la causa.
- ✓ Colaboración con otras entidades y personas.



1. Nombre de la buena práctica.

Geoparque Mundial UNESCO Villuercas – Ibores – Jara.



2. Ubicación.

Provincia de Cáceres. Región de Extremadura.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: José M^a Barrera y Javier López
Teléfono: +34 629 518 225
Correo electrónico: ✉ geoparquevilluercasiboresjara@gmail.com
Web: www.geoparquevilluercas.es
Redes sociales: FB: @GeoparqueVilluercas
IG: @villuercasgpark
X: @VilluercasGpark

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Se inicia cuando se empieza a valorar a los geoparques como áreas naturales que conservan un patrimonio geológico singular, un típico modelado del paisaje y parajes en los que las rocas, los minerales o los fósiles pueden explicar a los visitantes, amantes de la naturaleza pero no necesariamente familiarizados con la geología, la historia de la Tierra en ese lugar.

Surge durante la gestión de un Plan de Dinamización Turística desde el año 2005 en el que trabajaban diferentes administraciones y empresas del territorio, buscando una estrategia de Desarrollo y Turismo Sostenible

Entramos a formar parte, desde el mes de septiembre de 2011, de las Redes Europea y Global de Geoparques auspiciadas por la UNESCO.

En noviembre de 2015 se obtiene la consideración de GEOPARQUE MUNDIAL DE LA UNESCO.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza Público Privada con un claro énfasis participativo, de abajo hacia arriba implicando a todos los sectores del territorio.

Participan:

- Gobierno Regional: Competencias en 7 campos diferentes.
- Gobierno Provincial: Preside y dirige el Geoparque.
- Mancomunidad de Municipios: Representa a los 20 ayuntamientos del Geoparque.
- Grupo de Acción Local: Dinamiza los colectivos del territorio.
- Asociación Empresas: 80 empresas de servicios, alojamientos y restauración.
- Universidad de Extremadura. Constituye el Comité Educativo y Científico del Geoparque.
- Asociación Geología de Extremadura: Educación.

6. Descripción de la buena práctica.

Desarrollo de un sistema de gobernanza participativo, eficaz y eficiente, que de una manera muy horizontal y una metodología de abajo a arriba (bottom -up) que implique a los sectores sociales y empresariales del territorio del Geoparque y a las administraciones con competencias en Medio Ambiente, Turismo, Desarrollo Rural, Educación, Patrimonio, Empleo y Patrimonio Geológico.

7. Objetivos.

Los geoparques son territorios con un patrimonio geológico de importancia internacional, que aplican una gobernanza de abajo a arriba, desarrollan una estrategia de desarrollo sostenible en cooperación con una Red Europea y Mundial de Geoparques.

8. Actividades.

- ▶ Conservación, interpretación y gestión del patrimonio.
- ▶ Educación en los colegios del Geoparque.
- ▶ Empoderamiento de la población local.
- ▶ Estrategia de Geoturismo: Infraestructuras, promoción, comercialización, asociacionismo.
- ▶ Desarrollo Sostenible: Empresas agroalimentarias y de servicios
- ▶ Cooperación, buenas prácticas y trabajo en red con los Geoparques de España, Europa y de todo el mundo dentro del Programa de Ciencias de la Tierra y Geoparques de la UNESCO desde 2015.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Redes Sociales y página web.
- Foros Ciudadanos y workshops.
- Cooperación en la Red Mundial de Geoparques
- Presentaciones, conferencias y exposiciones.

10. Retos y soluciones.

- Conservación y gestión del patrimonio mediante planes de protección y herramientas de interpretación.
- Empoderar a la población local con educación formal y no formal.
- Desarrollo sostenible con implicación de empresas y administraciones.
- Intercambio de buenas prácticas mediante la cooperación nacional e internacional.

11. Claves de éxito.

- ✓ Gobernanza eficaz y eficiente
- ✓ La cooperación y el trabajo en red.
- ✓ La implicación de la población local.
- ✓ Los geoparques como figuras UNESCO emergentes, sostenibles y buenas herramientas de desarrollo sostenible y frente al Reto Demográfico.
- ✓ Perseverancia, paciencia y entrega al proyecto.

MÉXICO



1. Nombre de la buena práctica.

Casa Grande.

2. Ubicación.

Zacatecas, Zac.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Dra. Rosa Campos Álvarez
Teléfono: (+52) 4921248089
Correo electrónico: ✉ artesanal.zacatecas.gob.mx

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La Casa Grande es la sede del “Centro de Investigación y Experimentación en Arte Popular de Zacatecas” (CIEAPZ) que nace para atender la necesidad de formar investigadores especializados en Arte Popular y Artesanía, así como desarrollar proyectos de investigación y experimentación en los procesos de creación de alta calidad, mediante programas de excelencia, con la participación de especialistas de reconocida trayectoria.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

En 2011 el Centro de Investigación y Experimentación en Arte Popular de Zacatecas ingresó en la Red de Centros tras el convenio de colaboración entre el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, a través del Centro Nacional de las Artes, y el Gobierno del Estado de Zacatecas, por medio del Instituto Zacatecano de Cultura “Ramón López Velarde” y la Subsecretaría de Desarrollo Artesanal.

Su principal misión es formar investigadores especializados en Arte Popular y Artesanía, en donde cada una de las instancias participantes apoyan dentro de sus competencias a que se logre que los artesanos, sin abandonar su tradición, añadan valor con producciones de mayor calidad ayudados por profesionales.

6. Descripción de la buena práctica.

Sobresale la creación de un Consejo o Comité de Artesanías; que está conformado por representantes del gobierno local, artesanos, expertos en artesanía, representantes de la sociedad civil y otros actores relevantes que permiten asegurar que los trabajos y enseñanzas recibidas mantengan la originalidad, singularidad característica y a la vez se ofrezcan con mayor calidad y valor añadido.

Paralelamente, estas artesanías al ser comercializadas, los ingresos obtenidos van al artesano o sociedad artesanal dinamizando la economía local.

Se han generado circuitos turísticos en los que los turistas pueden conocer la fabricación de la artesanía y tomar talleres para su elaboración.

7. Objetivos.

Promover y proteger la tradición artesanal de Zacatecas, así como impulsar el desarrollo económico y el Turismo Rural Sostenible en las comunidades participantes.

- ◉ Promover el aumento de la producción y de la productividad en el trabajo artesanal en la Entidad, y la comercialización interna y externa de estos artículos beneficiando directamente a la comunidad o artesanos.
- ◉ Favorecer, con el desarrollo de esta actividad los siguientes procesos económicos y sociales:
 - El uso y aprovechamiento de recursos naturales de la región.
 - Estimular la demanda de insumos en la entidad
 - Dinamizar el Turismo Rural a partir de circuitos turísticos en los que se conoce los talleres de fabricación.
 - Experiencias inmersivas para los turistas.

8. Actividades.

- ▶ Fomentar la producción de artesanías; su comercialización estatal, nacional e internacional.
- ▶ Promover la capacitación de los artesanos; gestionar el reconocimiento de los artesanos como autores de sus obras artesanales ante el registro de derechos de autor (propiedad intelectual).
- ▶ Elaborar el padrón de artesanos y el directorio; coordinarse con los municipios del Estado y con otros Estados de la República para el fomento de la actividad artesanal.
- ▶ Divulgar y promover los circuitos turísticos en los que los turistas conocen más de la ruralidad zacatecana.
- ▶ Gestionar financiamientos necesarios a la producción artesanal que benefician a la comunidad y el acceso de los artesanos a las prestaciones sociales.
- ▶ Fomentar la participación de organismos especializados en las artesanías y la elaboración de programas de difusión, gestión e investigación de la actividad artesanal.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Ferias y eventos artesanales, Tiendas y mercados especializados: Programas de capacitación y desarrollo, Promoción turística, Ferias y eventos culturales, Alianzas con el sector privado, Promoción en línea, Programas de certificación y etiquetado.

10. Retos y soluciones.

Competencia con productos industriales, problemas en acceso a mercados, Falta de promoción y visibilidad, Capacitación y mejora de la calidad, Logística y distribución, Costo de producción y Copia y falsificación.

La solución es pasa por la sensibilización al turista y consumidor sobre la importancia del respeto de la propiedad intelectual y que se conozca el esfuerzo que lleva cada una de las piezas elaboradas, de ahí que las visitas turísticas eleven esta posibilidad, con la ayuda de las diversas autoridades.

11. Claves de éxito.

- ✓ La comunicación y deseo de colaboración de todas y todos las y los actores involucrados.
- ✓ La divulgación mediante las visitas turísticas que han permitido impulsar el desarrollo, de forma consecuente y congruente, logrando la participación y consulta para diseñar estrategias más efectivas y adaptadas a las necesidades reales de los artesanos.
- ✓ Participación de programas de capacitación y formación de los artesanos tanto en aspectos técnicos, como turísticos, de gestión empresarial, marketing y comercialización.
- ✓ Promoción y comercialización mediante plataformas digitales y redes sociales. Incentivos y apoyo financiero para apoyar económicamente a los artesanos en la adquisición de materiales, la participación en ferias y eventos, y en la mejora de sus talleres y equipamiento.

MÉXICO



1. Nombre de la buena práctica.

Museo Nacional de los Pueblos Mágicos.
MUNPUMA.



2. Ubicación.

Juárez 312, Col. Centro Calvillo, Aguascalientes.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Director del Museo: Víctor Daniel Contreras Loera
Teléfono: (+52) 4 Oficina: (52) 4956880006
Correo electrónico: ✉ munpumacalvillo2022@gmail.com
Redes sociales: FB: Museo Nacional de los Pueblos Mágicos

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

A partir de la necesidad de concentrar en un punto de México la representación de los más de 100 pueblos con distintivo de Pueblo Mágico, los cuales más del 75% se trata de emplazamientos en destinos rurales, SECTUR decide crear este Museo como caja de resonancia del Programa y a la vez estimular la llegada de visitantes a este destino rural.

Por medio del análisis y diagnóstico de las actividades realizadas en el Museo para luego generar un plan de trabajo, adicional a sumar los resultados obtenidos en mesas de trabajo con el sector, colaboradores del área y líderes que permitan posicionar al museo como un espacio para promover el arte y la cultura a nivel nacional e internacional.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

El modelo de gobernanza es Público Privada de manera tripartita, es decir, involucrando a la comunidad y al sector turístico, así como a la Secretaría de Turismo del municipio y de los municipios participantes y en varias ocasiones a la academia.

Los roles pueden ir variando, pero todos tienen colaboración en la generación de propuestas, ejecución de actividades, en apoyos y colaboraciones para investigación y aplicación de nuevos proyectos y eventos.

6. Descripción de la buena práctica.

Diseñar y establecer líneas de acción anual que contribuyan al desarrollo y posicionamiento del Museo a nivel nacional e internacional.

Trabajo colegiado con otros pueblos mágicos para realizar hermanamientos que permitan el intercambio cultural.

Apertura del Museo para presentar nuevas propuestas de contenido artístico-cultural para la proyección de talento local, estatal, nacional e internacional.

Adaptar una nueva filosofía al museo para ser un espacio incluyente y accesible que permita y otorgue el derecho a todos los locales, visitantes y turistas disfrutar y acceder a la cultura.

Generar contenidos en otras lenguas, como de señas mexicanas (para sordos), inglés y francés, así como en Braille (lengua para invidentes).

Generar acuerdos y convenios de colaboración interinstitucionales.

Diseñar una exposición itinerante y gestionar espacios fuera del municipio para llevar y compartir el legado patrimonial que tiene el Pueblo Mágico de Calvillo.

Incorporación de alumnos de nivel medio y superior para el apoyo y desarrollo de proyectos de impacto para el Museo, a través de su servicio social, prácticas o estadias.

Trabajar con el área de idiomas de la Universidad Tecnológica de Calvillo para la elaboración de guías turísticas en distintos idiomas.

7. Objetivos.

- ⦿ Rescate del folclor, tradiciones, costumbres, gastronomía y artesanías así como los procesos de elaboraciones de las mismas, en las cuales se encuentran reflejadas las raíces, tradiciones, y transformación de objetos cotidianos que se convierten en piezas artísticas, así como su originalidad de las diversas comunidades de Calvillo, Aguascalientes y de todo México.
- ⦿ Generar intercambios y hermanamientos entre pueblos mágicos para promover sus usos y costumbres, así como sus principales potencialidades patrimoniales, así como generar acuerdos interinstitucionales.
- ⦿ Ser un espacio de promoción y difusión del Arte y la Cultura, además de un espacio accesible para el goce y disfrute de la Cultura y todas sus expresiones por cualquier usuario, ya sea local, visitante o turista.

8. Actividades.

- ▶ Exposiciones en salas temporales de Pueblos Mágicos invitados en Sala Anita Brenner (cada 3 meses).
- ▶ Presentación de libros locales, nacionales e internacionales.
- ▶ Venta de artesanías en la tienda del Museo y en la sala itinerante.
- ▶ Exposiciones especiales artístico-culturales para promover el talento local y estatal (fotografía, alebrijes, calaveras, deshilados, cortometrajes etc.).
- ▶ Talleres de actividades artístico culturales en verano creativo.
- ▶ Proyecciones de cine alternativo local, estatal y nacional.
- ▶ Sesiones de clases de lengua de señas mexicanas (LSM) para todo público.
- ▶ Visitas guiadas a grupos vulnerables sin costo por acceso,
- ▶ Promover con orgullo el Museo, sus distintas áreas incluyendo la sala inmersiva que promueve por medio de imágenes el potencial turístico y patrimonial de la comunidad.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Algunas de las estrategias y mecanismos más comunes incluyen:

- Redes sociales del museo, secretaria y municipio y de los participantes.
- Material impreso y folletos.
- Campañas de promoción turística para cada evento y para cada Pueblo Mágico de México.
- Medios de comunicación locales, estatales, nacionales e internacionales.
- Videos promocionales.
- Patrocinadores.

10. Retos y soluciones.

Retos:

- Falta de colaboración de una minoría de los Pueblos Mágicos.
- Infraestructura limitada en el Museo a la llegada de más pueblos posterior a su nombramiento al programa de Pueblos Mágicos.
- Falta de Cultura turística de algunos visitantes del Museo.
- Falta de recursos económicoS para la tecnificación del Museo (nueva tendencia).

Soluciones:

- Gestión de acercamiento desde la Secretaria de Turismo del estado con los otros estados y con los municipios que pertenezcan al programa “Pueblos Mágicos.”.
- Generar un rediseño para a optimización de espacios.
- Generar un programa de Cultura turística para valorizar y proteger el patrimonio.
- Financiamiento y apoyo del sector privado y gubernamental.

11. Claves de éxito.

Involucramiento de la comunidad lo cual genera sentido de identidad y pertenencia , trabajo colegiado entre los principales actores del sector: comunidad anfitriona-gobierno-academia-visitantes, valorización y conservación del patrimonio, desarrollo sostenible dando un buen uso de los recursos disponibles, campañas de promoción y difusión que promuevan la esencia del destino, capacitación continua que refleje calidad en los servicios turísticos, gestiones que logran alianzas estratégicas de trabajo colegiado todo enmarcado por la ética y los valores que promueven la profesionalización de destino.

MÉXICO



1. Nombre de la buena práctica.

Programa “Pueblos Mágicos”.

2. Ubicación.

En todo el país.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Mtro. Jorge Enrique Martínez García
Teléfono: (+52) 4921395508
Correo electrónico: ✉ jorge.martinez@uaz.edu.mx
Web: www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Pueblos Mágicos surge en 2001 como un Programa de política pública turística que actúa directamente sobre las localidades como una marca distintiva del Turismo de México.

Los Pueblos Mágicos, son localidades mayormente rurales, que requieren orientarse para fortalecer y optimizar el aprovechamiento racional de sus recursos y atractivos naturales y culturales, fortalecer su infraestructura, la calidad de los servicios, la innovación y desarrollo de sus productos turísticos, el marketing y la tecnificación, en suma, acciones que contribuirán a detonar el crecimiento del mercado turístico.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

El modelo de gobernanza del programa “Pueblos Mágicos” en México es Público - Privado e involucra varias instancias y actores, que trabajan de manera coordinada para el desarrollo y promoción de los destinos designados como Pueblos Mágicos.

Los principales roles y responsabilidades de los actores del Programa de Pueblos Mágicos son:

Gobierno Federal: Entre sus principales funciones se encuentran: Definir los criterios de selección de los pueblos mágicos. Asignar recursos económicos para la implementación del programa. Brindar capacitación y asistencia técnica a los pueblos mágicos. Promover el Programa de Pueblos Mágicos a nivel nacional e internacional.

Gobiernos estatales y municipales: Son responsables de la coordinación del Programa de Pueblos Mágicos en sus respectivos territorios. Entre sus principales funciones se encuentran: Apoyar a los pueblos mágicos en la elaboración de sus planes de desarrollo. Promover la inversión pública y privada en los Pueblos Mágicos. Vigilar el cumplimiento de los criterios del Programa de Pueblos Mágicos.

Gobiernos municipales: Son responsables de la gestión y ejecución de los programas y proyectos de desarrollo turístico en los Pueblos Mágicos. Entre sus principales funciones se encuentran: Elaborar el plan de desarrollo de cada Pueblo Mágico. Promover la participación de la sociedad civil en el desarrollo turístico de cada Pueblo Mágico. Vigilar la protección del patrimonio cultural y natural de cada Pueblo Mágico.

Empresarios turísticos: Son responsables de la oferta turística de los pueblos mágicos. Entre sus principales funciones se encuentran: Invertir en la mejora de la infraestructura turística del pueblo mágico. Ofrecer productos y servicios turísticos de calidad. Promover el turismo en el pueblo mágico.

Organizaciones de la sociedad civil: Son actores fundamentales en el desarrollo turístico de los Pueblos Mágicos. Entre sus principales funciones se encuentran: Promover la participación ciudadana en el desarrollo turístico del Pueblo Mágico. Proteger el patrimonio cultural y natural del Pueblo Mágico. Promover la difusión del Pueblo Mágico a nivel local, regional y nacional.

Habitantes de los Pueblos Mágicos: Son los principales beneficiarios del Programa. Entre sus principales funciones se encuentran: Participar en el desarrollo turístico del Pueblo Mágico. Proteger el patrimonio cultural y natural del Pueblo Mágico. Promover la difusión del Pueblo Mágico a nivel local, regional y nacional.

El cumplimiento de los roles y responsabilidades de los actores del Programa de Pueblos Mágicos es fundamental para el éxito de este programa.

6. Descripción de la buena práctica.

El programa “Pueblos Mágicos” es una iniciativa del Gobierno de México que busca fomentar el Turismo en pequeños pueblos con atributos culturales, históricos o naturales destacados. Los pueblos seleccionados reciben apoyo financiero y capacitación para el Desarrollo turístico Sostenible. A través de este programa, las comunidades locales participan en la planificación y gestión del Turismo Rural, preservando sus tradiciones y atrayendo visitantes de manera responsable.

Una de las buenas prácticas destacadas del programa “Pueblos Mágicos” en México es su enfoque en el Turismo Sostenible y la inclusión de la comunidad local en la toma de decisiones y en el desarrollo turístico

7. Objetivos.

Los objetivos del programa “Pueblos Mágicos” en México son múltiples y están diseñados para lograr un Desarrollo turístico Sostenible, promover la conservación del patrimonio cultural y natural, y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales. Algunos de los principales objetivos del programa son:

- ⊙ Diversificación del Turismo.
- ⊙ Preservación del patrimonio.
- ⊙ Desarrollo económico local.
- ⊙ Mejora de la infraestructura turística.

8. Actividades.

- ▶ Evaluación y selección de nuevos Pueblos Mágicos.
- ▶ Planificación y desarrollo turístico.
- ▶ Capacitación y formación.
- ▶ Promoción y difusión.
- ▶ Eventos culturales y turísticos.

- ▶ Desarrollo de infraestructura.
- ▶ Conservación del patrimonio.
- ▶ Gestión de la calidad.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Algunas de las estrategias y mecanismos más comunes incluyen:

- Campañas de promoción turística.
- Presencia en ferias y eventos turísticos.
- Páginas web y redes sociales.
- Material impreso y folletos.
- Programas de televisión y videos promocionales.
- Alianzas estratégicas.
- Visitas de familiarización y prensa.

10. Retos y soluciones.

Saturación turística, Infraestructura limitada, Impacto ambiental, Desarrollo no equitativo, Necesidad de capacitación en materia de:

- Conservación del Patrimonio.
- Competencia con destinos consolidados.
- Financiamiento y apoyo.

11. Claves de éxito.

Estas claves de éxito incluyen:

- ✓ Participación comunitaria.
- ✓ Conservación del patrimonio.
- ✓ Desarrollo sostenible.
- ✓ Promoción y difusión efectiva.
- ✓ Calidad en los servicios turísticos.
- ✓ Alianzas estratégicas.

NICARAGUA



1. Nombre de la buena práctica.

Circuito Jiquilillo Beach Lodge y Cabañas Padre Ramos.

2. Ubicación.

Playas de Jiquilillo y Estero de Padre Ramos, El Viejo, Chinandega, Nicaragua.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: PHP4+G2R, Jiquilillo 8424 4087
Teléfono: (+351)91 310 35 40
Web: ✉ www.hoteljiquilillobeach.com
Redes sociales: FB: <https://www.facebook.com/HotelJiquililloBeach>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Jiquilillo Beach Lodge y Cabañas Padre Ramos eran terrenos ociosos, cuyo emprendedor actual, originario del lugar, tras años de trabajo y ahorro en el exterior, teniendo la visión de convertirlo en un destino turístico, adquirió el lugar donde ha construido cabañas y servicio complementarios, con extensión de 400 m² en el primero y 200 m² en el segundo; a una distancia entre ellos de 8 km, por espacio de 1 hora, articulando playa y estero en reserva de 3000 m² de manglar con recorridos en lancha, y manejo ecológico sustentable de los desechos y abundante arborización. De esta manera obtiene 4.6 estrellas de aceptación; así como el interés y apoyo de la municipalidad, de INTUR y de fuertes agentes operadores turísticos como Tripadvisor y otros.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

- Gobernanza Privada-Pública.
- Es una propiedad privada individual con apoyos públicos y privados.
- El Instituto Nicaragüense de Turismo, INTUR y la Municipalidad de El Viejo, están promoviendo fuertemente este destino por la calidad y la integralidad de sus servicios y la sustentabilidad ambiental.
- Forma parte de la oferta turística de importantes operadores como Tripadvisor.
- Desarrolla varias actividades interrelacionadas entre el Hostal Jiquillo con playa, piscina y comedor, y las cabañas de estero y recorridos en lancha y kayak por entre el manglar, como senderos en bosque tropical y en playa.

6. Descripción de la buena práctica.

El Circuito Jiquilillo Beach Lodge y Cabañas Padre Ramos ofrece una variedad de actividades con sustentabilidad, que además del resort y la gastronomía se puede disfrutar del paisaje de playa, bosque de manglar y bosque boscoso tropical, caminatas, paseos en lancha kayak y en caballo, así como la apreciación la diversidad de flora y fauna de la zona, y maravillosos paisajes de día y de noche: puestas de soles tropicales y agradables lunadas.

Todo ello proporciona un buen número de puestos de trabajo para el mantenimiento y la operatividad de los servicios y las infraestructuras.

Destacar el manejo de los desechos sólidos lo obtuvo de un contrato Canadiense, cuyo tratamiento es mediante “agua cristalizada”, que de pila séptica en pila séptica va filtrando hasta llegar a la purificación mediante bacterización natural.

7. Objetivos.

- ◉ Disfrute de sol-playa, cuenca acuática-biovida bosque manglar, cabalgatas-biovida bosque tropical.
- ◉ Colaborando a la conservación de las reservas en el medio rural y costero.
- ◉ Ser líder en el servicio de empresas rurales costeras con servicios de hospedaje y gastronomía de calidad, servicios complementarios de disfrute ambiental de las bellezas naturales del lugar.

8. Actividades.

Las cabañas, bares, comedores y piscinas, de Jiquilillo Beach Lodge está a 30 metros de la playa, y Padre Ramos a 20 metros del estero y embarcadero hacia el manglar; de tal manera que las cabañas, comedor, y bar dan vista al mar y al estero.

Jiquilillo dispone de 40 cabañas y Padre Ramos de 10 cabañas cuya construcción es de paredes de concreto la mitad inferior y madera o bambú la parte superior; el techo es de zinc recubierta de palma la parte superior para garantizar frescor.

Un 80 % de las cabañas disponen de camas dobles, y el 20% individuales; el 100% de servicios básicos son internos; y un 20% de ellas son de doble piso.

El 30 % de las cabañas son separadas y el 70% son continuas. Jiquilillo le agrega -desde su entrada- una piscina a la par de la barra bar.

El restaurante de Jiquilillo proporciona medios musicales para el deleite de karaokes. En dirección a la playa y al estero se llega por andenes de concreto, arbóreos de jardín y extensa grama, palmeras y ranchos de paja donde se disponen sillas playeras, canapés y mesas, donde se puede disfrutar de cócteles, vinos, cervezas y comidas rápidas, para apreciar la inmensidad del mar, cielos azules, puestas de soles, lunadas y cielos estrellados.

Los contratos pueden ser individuales o por paquetes y contratos en línea. El servicio gastronómico es variado predominando los mariscos.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Sito Web propio y de Tour operadoras de alto nivel, así como Facebook y la información internacional de INTUR.

10. Retos y soluciones.

Ser líder en el mercado de Turismo Rural de playa y de bosque de manglar con toda el universo posible en este sistema.

11. Claves de éxito.

- ✓ Certificación del Instituto Nicaraguense de Turismo, INTUR.
- ✓ Ampliación y mejora de las cabañas.
- ✓ Calidad de los servicios.

NICARAGUA



1. Nombre de la buena práctica.

Naturaleza de la Paz.

2. Ubicación.

Del pozo Enacal, La Paz, Carazo.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Michael Boudreau y Yara Sánchez.

Teléfono: +50587484233

Correo electrónico: ✉ info@naturalezadelapaz.com

Web: <https://naturalezadelapaz.com>

Redes sociales: FB: <https://www.facebook.com/profile.php?id=100063915461288>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La Reserva Silvestre Privada Naturaleza de la Paz inició como una modesta finca agroecológica familiar. En el año 2020 se declaró como área protegida con el apoyo del Ministerio del Ambiente y los Recursos Naturales, MARENA.

Actualmente cuentan con dos senderos, cuartos para recibir turistas, una bio-piscina, área para eventos y área para acampar.

Posee un total de 9 manzanas de las cuales 5 están dedicadas a la conservación de la flora y la fauna característicos del bosque tropical seco.

Al formar parte de la Cooperativa Madre Tierra, la actividad turística tuvo mayor impulso gracias al apoyo de instituciones del estado como MARENA, Instituto de Turismo Nicaraguense, INTUR, el Instituto Nacional Tecnológico, INATEC, y Universidades, entre otros.

Actualmente forman parte del Corredor Ecoturístico del Sur oeste de Nicaragua.

La capacitación en diferentes ámbitos ha sido fundamental; gracias a la Escuela Técnica de Campo en Diriamba donde se han recibido capacitaciones por parte de INATEC, en temas como la formación de guías turísticos, producción de hortalizas no tradicionales, entre otras.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza Privada-Pública.

El modelo de gobernanza de la finca toma en cuenta la capacitación y el involucramiento de las instituciones del estado como MARENA, INTUR, INATEC, UNIVERSIDADES, entre otros, para retomar la experiencia y crecer como buena práctica turística y ambiental.

6. Descripción de la buena práctica.

Naturaleza de la Paz busca la sostenibilidad económica y ambiental. Se caracteriza por un Turismo responsable basado en el respeto a la naturaleza.

Su enfoque agrícola abarca desde el cultivo de café de sombra, maíz, trigo, frijol y moringa, hasta la producción de cacao, cítricos, vegetales, hortalizas y hierbas medicinales. El uso de bancos indígenas como técnica de cultivo y prácticas silvopastoriles son ejemplos de su compromiso con la sostenibilidad.

Actualmente la finca se ha convertido en una Reserva Silvestre Privada y forma parte del Corredor Ecoturístico del Sur Oeste del Pacífico de Nicaragua.

7. *Objetivos.*

El objetivo principal de la finca es lograr un modelo de sostenibilidad ambiental y económica a través de la diversificación de rubros, la conservación de la biodiversidad, las buenas prácticas turísticas y la asociación con fincas que presenten el mismo modelo.

8. *Actividades.*

Entre las principales actividades turísticas de la finca se mencionan:

- ▶ Senderismo en los bosques de la finca.
- ▶ Avistamiento de aves.
- ▶ Visita a zoo criaderos.
- ▶ Alquiler de cabañas.
- ▶ Bio piscina.
- ▶ Acampar en el bosque.

9. *Estrategias y mecanismos de divulgación.*

Actualmente la finca no posee fuertes mecanismos de divulgación, esto debido a que se han dedicado más a desarrollar los bosques, áreas de cultivos e infraestructura necesaria para sus actividades.

El mecanismo de divulgación que presenta la finca es la recomendación de persona a persona.

10. *Retos y soluciones.*

Uno de sus retos es el de la publicidad y promoción de sus actividades, lo que potenciaría su alcance e impacto.

11. *Claves de éxito.*

- ✓ El proyecto comenzó con la noble intención de lograr la autosostenibilidad alimentaria y proteger el medio ambiente, aplicando principios de permacultura en la producción de cultivos.
- ✓ Su filosofía se centra en fortalecer la relación con la naturaleza, entendiendo que cuando uno está conectado con ella, esta proporciona abundantemente.
- ✓ Además, se benefician de políticas gubernamentales que respaldan a los pequeños productores y promueven la agroecología.

NICARAGUA



1. Nombre de la buena práctica.

Parque Nacional Volcán Masaya.

2. Ubicación.

El Parque Nacional Volcán Masaya está ubicado en el km 23 de la carretera Masaya.



3. Datos de contacto.

Teléfono:	505-12345678
Correo electrónico:	✉ info@pnvolcanmasaya.gob.ni
Web:	www.pnvolcanmasaya.gob.ni
Redes sociales:	FB: Parque Nacional Volcán Masaya

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

El PNVM siempre ha despertado el interés y asombro desde épocas precolombinas, a sido fuente de leyendas e historias inspiradas en sus maravillosos paisajes. En 1979 fue declarado Parque Nacional, reconociéndose de esta manera su valioso potencial como atractivo turístico.

En la última década, el turismo en el Parque Nacional Volcán Masaya ha experimentado un aumento constante. Las autoridades nacionales y locales han trabajado en la mejora de la accesibilidad y la seguridad en el parque, lo que ha permitido a más turistas visitar y explorar el área.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

El PNVM es administrado por el MARENA con participación de las comunidades aledañas de los municipios de Masaya, La Concepción, Nindirí, Masatepe, Nandasmo, y Ticuantepe.

6. Descripción de la buena práctica.

Promover prácticas turísticas y ambientales responsables en el Parque Nacional Volcán Masaya es fundamental para conservar su belleza natural, proteger su biodiversidad y garantizar que esta joya natural siga siendo un destino sostenible a largo plazo. Entre las buenas prácticas se mencionan:

Conocimiento de la naturaleza: realiza estudios de la flora y fauna, la historia y la geología del sitio.

Regulación de la actividad turística: incluye restricciones sobre dónde se permite caminar, acampar o encender fogatas, prohibiciones de No Alimentar a la fauna silvestre. Permanecer en los senderos designados, evitar el ruido excesivo. No recolectar flora o fauna, consumir de Forma responsable y no usar plásticos de un solo uso que puedan generar desechos en el parque.

Uso de energía renovable: El parque busca reducir su huella de carbono mediante el uso de energía solar y otras fuentes de energía renovable siempre que sea posible.

Gestión de residuos sólidos: Se han implementado sistemas de manejo de residuos y contenedores de basura en áreas estratégicas del parque para fomentar el manejo adecuado de desechos y el reciclaje.

Conservación de la biodiversidad: se llevan a cabo esfuerzos para proteger hábitats sensibles, especies en peligro de extinción y para conservar la flora y la fauna en general del parque.

7. **Objetivos.**

La misión del parque es preservar y proteger el patrimonio natural y cultural del área, a través de un modelo sostenible de área protegida y el fomento como destino turístico reconocido a nivel internacional.

8. **Actividades.**

Entre las principales actividades turísticas se mencionan:

- ▶ Senderismo en los bosques de la finca.
- ▶ Observación del cráter
- ▶ Senderismo.
- ▶ Avistamiento de aves
- ▶ Recorrido en bicicleta
- ▶ Visitas guiadas
- ▶ Centro de visitantes
- ▶ Artesanías y souvenir
- ▶ Noches de observación astronómicas
- ▶ Picnic y áreas de descanso
- ▶ Caminatas nocturnas

9. **Estrategias y mecanismos de divulgación.**

El Instituto Nicaragüense de Turismo INTUR Promueve la actividad turística del parque a nivel nacional e internacional. El PNVM posee una página en Facebook donde se promocionan las diferentes actividades turísticas.

10. **Retos y soluciones.**

Entre los principales retos se mencionan, las amenazas hacia los recursos naturales por la presión de las comunidades aledañas.

11. **Claves de éxito.**

Las claves del éxito en el Parque Nacional Volcán Masaya se relacionan con una combinación de factores que han contribuido a su desarrollo y sostenibilidad como destino turístico y Área Protegida. Algunas de las claves más importantes incluyen:

- ✓ **Conservación y Protección del Entorno Natural:** La prioridad en la conservación y protección del entorno natural del parque ha sido fundamental. La gestión adecuada de los recursos naturales ha permitido mantener la biodiversidad y la belleza escénica del área.

- ✓ **Accesibilidad Controlada:** Aunque se busca atraer a turistas, se ha mantenido un control sobre la accesibilidad al parque para evitar daños excesivos al ecosistema. Se han establecido senderos y áreas designadas para minimizar la perturbación ambiental.
- ✓ **Promoción y Comunicación Efectiva:** La promoción adecuada y la comunicación efectiva han atraído la atención de visitantes nacionales e internacionales. La difusión de información sobre la belleza natural, la actividad volcánica y las oportunidades educativas ha sido clave para atraer turistas.
- ✓ **Desarrollo de Infraestructura Turística:** La construcción de infraestructura turística adecuada, como senderos, miradores, centros de visitantes y servicios de calidad, ha mejorado la experiencia del visitante y ha contribuido al éxito del parque.
- ✓ **Turismo Responsable y Educación Ambiental:** Fomentar el turismo responsable y la educación ambiental ha sido esencial. Los visitantes son informados sobre las buenas prácticas ambientales y la importancia de conservar el entorno natural.
- ✓ **Participación de las Comunidades Locales:** Involucrar a las comunidades locales en la gestión y el beneficio del parque ha contribuido a su éxito. Esto incluye la generación de empleo y oportunidades económicas para las comunidades cercanas.
- ✓ **Sostenibilidad y Conciencia Ambiental:** La promoción de prácticas sostenibles, como la gestión de residuos, la conservación del agua y la reducción de emisiones, ha mantenido la integridad ambiental del parque.
- ✓ **Investigación Científica:** La investigación científica continua en el parque ha proporcionado información valiosa sobre la ecología y la geología de la región, lo que contribuye a la toma de decisiones informadas en la gestión del parque.
- ✓ **Apoyo Gubernamental y Financiamiento:** El apoyo del gobierno y la asignación de fondos adecuados para la gestión y el mantenimiento del parque son cruciales para su éxito a largo plazo.
- ✓ **Respaldo Internacional:** La atracción de visitantes internacionales y el respaldo de organizaciones internacionales interesadas en la conservación y el ecoturismo han fortalecido la posición del parque en el panorama turístico mundial.

En conjunto, estas claves han permitido que el Parque Nacional Volcán Masaya se destaque como un ejemplo de cómo combinar la conservación de la naturaleza y el turismo sostenible para beneficio de la biodiversidad y las comunidades locales.

NICARAGUA



1. Nombre de la buena práctica.

Tonantzin

2. Ubicación.

Km 58,5 carretera de Diriamba a la Boquita, Carazo.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Humberto Solorzano
Teléfono: +50585609725
Correo electrónico: ✉ tonantzin.nicaragua@gmail.com
Redes sociales: FB: Tonantzin Nicaragua

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La finca Tonantzin inicia como proyecto agroecológico en el año de 1992, destinando el 80% de su territorio a la conservación. Tiene como eje principal la promoción de la biodiversidad manteniendo y transformando la producción en armonía con la naturaleza.

Cuenta con un aula verde donde se recibe y se dan capacitaciones sobre las metodologías desarrolladas a partir de las realidades ecosistémicas y de producción de la finca.

Tiene alianzas con otras fincas con estas iniciativas ambientales, Universidades e instituciones del Estado.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Gobernanza Privada-Pública.

El modelo de gobernanza de la finca toma en cuenta la capacitación y el involucramiento de las instituciones del estado como MARENA, INTUR, INATEC, UNIVERSIDADES, entre otros, para retomar la experiencia y crecer como buena práctica turística y ambiental.

6. Descripción de la buena práctica.

Son un emprendimiento familiar en el que cada miembro de la familia ejerce un rol específico según su vocación y mantiene una constante actualización para el desarrollo de sus actividades como por ejemplo administración de la finca, economía agrícola, producción agroecológica, monitoreo de flora y fauna, ecoturismo, investigación, entre otros.

7. Objetivos.

Sostenibilidad holística a través de las diferentes prácticas y metodologías desarrolladas de forma integral que permiten abordar los diferentes componentes que las forman tales como: integridad ecosistémica, recuperación de fauna silvestre, belleza escénica, producción sostenible, sostenibilidad alimentaria y acceso a la educación y tecnología.

8. Actividades.

- ▶ Charlas y capacitaciones sobre agroecología y ambiente.
- ▶ Avistamiento de aves.
- ▶ Petroglifos.
- ▶ Senderismo.
- ▶ Ciclismo de montaña.
- ▶ Área de campamento.
- ▶ Cabalgatas.
- ▶ Senderismo nocturno.
- ▶ Mirador.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Las estrategias de divulgación consisten en el intercambio de experiencias que se realizan en el aula verde con escuelas o universidades.

La presentación en ferias, congresos y talleres.

Divulgación en Facebook

10. Retos y soluciones.

Entre los retos que tienen está el seguir creciendo, multiplicarse, concientizar, promover, inspirar, unir, atraer, compartir logros, lograr paz mental, emocional y lograr la auto sostenibilidad completa.

11. Claves de éxito.

Entre las claves de éxito está el concepto de sostenibilidad holística. La convicción y el esfuerzo constante.

PANAMÁ



1. Nombre de la buena práctica.

Cooperativa de Agroturismo en la República de Panamá.



2. Ubicación.

Panamá (asociados en diferentes provincias del país).

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Iris Rodríguez Alonzo
Teléfono: +507 6621-0225
Correo electrónico: ✉ agroturismo.coosmatur@gmail.com
Redes sociales: Fb: <https://www.facebook.com/agroturismo.coosmatur>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Emprendedores rurales, afectados por la crisis económica, por los incumplimientos de acuerdos con los gobiernos y el abandono al sector agropecuario que vieron en la diversificación de sus actividades, particularmente en el Agroturismo y el Turismo Rural, una fuente importante de generar nuevos ingresos. Se organizaron a nivel nacional y solicitaron al Instituto Cooperativo, capacitación para crear la primera Cooperativa de Agroturismo en el país.

Su objetivo es compartir experiencias, fortalecer un nuevo modelo de realizar turismo y promoverlo como una vertiente para el fortalecimiento del sector agrícola y pecuario, que permite la participación familiar, comunitaria y el desarrollo territorial por la diversidad de opciones que se pueden generar.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Coosmatur tiene un modelo de Gobernanza privada- pública en el que participan Emprendedores rurales ubicados en diferentes provincias del país, El Ministerio de Desarrollo Agropecuario (MIDA), y sus Departamentos y El Instituto Panameño Autónomo Cooperativo (IPACCOOP).

6. Descripción de la buena práctica.

La cooperativa fomenta entre sus asociados el intercambio de conocimientos, experiencias, y buenas prácticas ambientales, sociales y agropecuarias. Cada asociado aporta a la organización para fortalecer en equipo la cadena de valor.

Fueron los promotores de la Ley 240 que regula el Agroturismo en Panamá.

Todos sus asociados, ofrecen servicios y productos experienciales Agro turísticos, dentro del universo del Turismo Rural, involucrando las comunidades, educando en la conservación y la importancia de la regeneración de los ecosistemas, y promoviendo la producción local como alternativa para crear destinos sostenibles.

La práctica del Agroturismo, ha demostrado la participación de las familias, especialmente de las mujeres y jóvenes rurales, reduciendo la migración a las ciudades, generando nuevos e innovadores proyectos, diversificando la economía.

7. Objetivos.

- ◉ Impulsar el Agroturismo, como actividad viable para mejorar los ingresos de los productores agropecuarios y las comunidades receptoras, resaltando el valor de los patrimonios naturales y culturales y el arraigo rural.
- ◉ Fomentar entre los asociados modelos productivos, integrados, sostenibles, brindando servicios y productos innovadores y diferenciadores que garanticen un catálogo de opciones a descubrir.
- ◉ Consolidar la integración familiar y comunitaria a través del sistema cooperativo.
- ◉ Hacer docencia en el territorio, con acciones ejemplares, y modelos productivos replicables siendo protagonistas las personas rurales y, sus formas de vida representadas organizadamente en una tipología turística.
- ◉ Promover el Agroturismo y el Turismo Rural como herramientas de Desarrollo Rural

8. Actividades.

Actualmente la Cooperativa está compuesta por fincas que están dedicadas a las actividades y servicios Agroturísticos, enmarcadas dentro del Turismo Rural y vinculadas al sector agropecuario, estén o no acreditadas o certificadas dentro del territorio nacional.

Personas que, aunque no posean una finca, sean Actores o Gestores Rurales que, por su actividad agraria, su estrategia ambiental o de patrimonio cultural y de recapitalización del medio rural, contribuyen a su revalorización y sustentabilidad.

Como primera cooperativa impulsadora del Agroturismo, Turismo Rural y Comunitario, apostamos a esta actividad; conscientes competitivamente en el sector, ejerciendo los roles de asesoría, formación, gestión, promoción y difusión a través del territorio nacional.

Las fincas ofrecen: hospedaje, alimentación, senderismo, rutas de café, ordeño, molienda, paseos a caballo, giras educativas, parques temáticos, tour en finca, visita a poblados históricos, rafting, travesías en cayuco, avistamiento de aves, pesca artesanal, espacios recreativos y al aire libre entre otros.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Redes Sociales, presentación y divulgación en Ferias, eventos y Congresos organizados por COOSMATUR y a través de las direcciones de Agroturismo del MIDA a nivel nacional.

10. Retos y soluciones.

Reto 1: Fortalecer la red solidaria de fincas que puedan realizar un circuito nacional presentando la riqueza rural y natural de cada pueblo.

Soluciones:

- Capacitar a los asociados, motivarles e incentivarles a seguir diversificando en servicios y productos con calidad y autenticidad.
- Implementación y complementación de la ley 240 de Agroturismo donde se involucran los gobiernos locales, y todos los entes vinculados al sector.

Reto 2: Ofrecer una oferta distinta de turismo de naturaleza, rural alineados con los ODS y su cumplimiento.

Soluciones:

- Crear un catálogo de productos y servicios diferenciados, innovadores que se adapten a las nuevas tendencias.
- Aplicar buenas prácticas tecnológicas para la mejora de procesos.

11. Claves de éxito.

- ✓ Firma de Convenios para el Fortalecimiento de las actividades de Turismo Rural Comunitario y Agroturismo con la Cámara de Turismo Rural Comunitario (CANTURURAL) de Costa Rica.
- ✓ Convenio de Cooperación y Asistencia Técnica con el Ministerio de Desarrollo Agropecuario, para estimular la modernización productiva de las fincas agroturísticas acreditadas, a través de programas de fomento a la innovación de servicios al turista, productos y procesos.
- ✓ Convenio para el fortalecimiento de negocios para el Turismo Social Cooperativo con COOPETUR, R.L. y son asociados de ODECOOP, R.L.
- ✓ El 11 de noviembre de 2022 se firmó el Convenio Marco de Colaboración entre El Centro de Estudios y Capacitación Cooperativa, CENECOOP R.L. Y COOSMATUR, R.L. dentro de los acuerdos está la capacitación, el intercambio de conocimiento y los encuentros bilaterales para la formación en su Sede en Costa Rica.
- ✓ Promotores de la Ley 240 que regula el Agroturismo en el país.

PANAMÁ



1. Nombre de la buena práctica.

Granja Alternativa.



2. Ubicación.

Coclesito. Distrito Omar Torrijos Herrera.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Iris Rodríguez Alonzo
Teléfono: +507 6621-0225
Correo electrónico: ✉ granjaalternativa@gmail.com
✉ irisgranjaalternativa@gmail.com
Redes sociales: FB: www.facebook.com/agroturismo.coosmatur
X: www.twitter.com/@granjaalternat
IG: www.instagram.com/granjaalternativa
YT: www.youtube.com/granjaalternativa

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

En sus inicios fue una casa de retiro, que se convirtió en la Sede Rural de la Fundación Alternativa, una Fundación que albergaba y capacitaba en temas de Derechos Humanos, agro emprendimiento, agricultura orgánica y, otros similares.

En el año 2009, después de una visita al eje cafetalero de Colombia, se visualizó la idea de convertirlo en una finca agroturística autosostenible para atender grupos de estudiantes, organizaciones, cooperativas y otros, y ofrecer espacios de descanso, recreación, educación y experiencias rurales a través del Programa Proagrotur (Programa de Agroturismo) liderado por el Ministerio de Agricultura que daba sus primeros pasos en el país.

Actualmente es Modelo de Finca Agroturística y Granja Escuela en la República de Panamá

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Granja Alternativa tiene un modelo de gestión privada con reglamentación del Ministerio de Desarrollo Agropecuario y sus departamentos y La Autoridad de Turismo de Panamá que otorgan la certificación de Finca Agroturística conforme al modelo de la Ley 240 de Agroturismo de la República de Panamá.

6. Descripción de la buena práctica.

Se trata de una Escuela Granja o Escuela de campo demostrativa y experiencial, donde se combinan la producción agrícola ecológica, pecuaria, el hospedaje tradicional, la cocina local con diversas actividades interpretativas, vivenciales y siempre con temáticas educativas y con la participación de las comunidades, con el fin de fomentar el agroturismo como herramienta de desarrollo local.

Actualmente, cuenta con la certificación oficial que brinda la Ley 240. La ley 240 aprobada el 06 de octubre del 2021 y reglamentada a inicios del 2022, Esta Ley tiene por objeto impulsar el agroturismo, dentro del Turismo Rural, como una alternativa para el desarrollo sostenible del sector productivo agropecuario, de manera que tanto turistas como visitantes puedan tener una experiencia auténtica de interiorización de los procesos productivos, de contacto con las costumbres y tradiciones y de exploración de la naturaleza autóctona, de manera sana, segura y representa una ley modelo para Iberoamérica

7. *Objetivos.*

- ◉ Fomentar la cultura del Agroturismo/Turismo Rural, del Panamá interior, de la sostenibilidad ambiental y del valor de los territorios del campo, para el rescate y la preservación de los patrimonios.
- ◉ Ser un referente viable y modelo replicable en territorios similares, donde se trabaje por la conservación natural, el rescate de la identidad, la producción sustentable, la lucha por el cambio climático, la participación de la sociedad equitativamente y se garantice un futuro digno a las próximas generaciones.

8. *Actividades.*

- ▶ Hospedaje rural y cocina local.
- ▶ Sendero agrotemático interpretativo, elaboración y empleo de abonos orgánicos, reciclaje pluvial, sistema de conservación de suelos, producción ecológica, piscicultura, avicultura, proyecto ovino-caprino y otros.
- ▶ Deporte y aventura, parque extremo de cuerdas altas, actividades recreativas al aire libre y juegos lúdicos.
- ▶ Talleres de cuerdas con énfasis en liderazgos y trabajo en equipos.
- ▶ Talleres artesanales sobre agricultura, artesanías y agroindustria.
- ▶ Observación y aprendizaje de la biodiversidad.
- ▶ Balneario de río y actividades al aire libre.
- ▶ Otras Actividades de enlace comunitario:
 - ▶ Tour del búfalo de agua y sendero agroforestal.
 - ▶ Tour del café de bajura y de bosque tropical húmedo y lluvioso.
 - ▶ Tour en cayuco por ríos.
 - ▶ Visita a la Casa museo Omar Torrijos Herrera.
 - ▶ Eventos culturales y populares organizados por la comunidad.

9. *Estrategias y mecanismos de divulgación.*

Redes Sociales, publicidad en base de datos, visita a escuelas, Universidades, Ferias y Congresos.

10. *Retos y soluciones.*

Reto 1: Conectividad y señalización: falta de señalización en la ruta, pérdida de conectividad que impiden un acceso confiable.

Soluciones:

- Insistir para que se cumplan los acuerdos y las funciones de las entidades responsables de garantizar estas necesidades.
- Organizarse con las autoridades locales y el sector privado.

Reto 2: Apoyo de financiamiento, capacitación, acompañamiento y asesoría técnica.

Soluciones:

- Capacitar a los funcionarios de instituciones, sobre las leyes, reglamentaciones, acuerdos y compromisos con el sector.
- Solicitar a las entidades correspondiente, planes y calendarios de trabajo para la capacitación continua con resultados y seguimiento en campo.

11. Claves de éxito.

- ✓ Han logrado transformar un lugar sin cobertura vegetal a un espacio con mucha biodiversidad, consolidando una propuesta real y replicable en otros territorios similares.
- ✓ Han ganado premios nacionales e internacionales como modelo de buenas practicas en la gestión y el manejo agrícola, forestal, gestión de riesgos y conservación.
- ✓ Son actualmente un referente nacional e internacional de Agroturismo.

PANAMÁ



1. Nombre de la buena práctica.

Estrategia Nacional Plan Colmena.

2. Ubicación.

La estrategia hasta la fecha se ha implementado en las provincias de Panamá Oeste, Colón, Veraguas, Herrera, Los Santos, Chiriquí, Bocas del Toro, Panamá y Coclé.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Onelia Peralta Núñez. Secretaría Técnica del Gabinete Social. / Gilda Luz Barrera. Socióloga

Teléfono: 507-500-5853 / 507-500-5899

Correo electrónico: [✉ stgabinetesocial@mides.gob.pa](mailto:stgabinetesocial@mides.gob.pa)
[✉ gbarrera@mides.gob.pa](mailto:gbarrera@mides.gob.pa)

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La Estrategia Nacional Plan Colmena surge como una herramienta para cerrar brechas, superar desigualdades, y poner fin a la pobreza, como metas sustanciales del Plan de Gobierno y de la Agenda 2030.

En Panamá, más de 777,000 personas se encuentran en condiciones de pobreza, fuera de la inclusión social al desarrollo humano sostenible del país. Estos ciudadanos y ciudadanas, que se ubican en áreas de difícil acceso y zonas urbano rurales, carecen de servicios básicos o tienen acceso a servicios de baja calidad, baja productividad y escasos ingresos, sin embargo, muchos de **estos territorios cuentan con interesantes paisajes, tierras de potencial productivo agrícola, artesanal, sus pobladores practican costumbres y tradiciones valiosas, su riqueza natural, histórica, artesanal, autóctona y su estrecho vínculo con la tierra, son potenciales para desarrollar actividades turísticas rurales y promover una estrategia más para enfrentar el reto de la pobreza y la desigualdad, para lograr que toda la población participe y goce de los beneficios del desarrollo.**

Colmena organiza territorialmente la implementación de la política pública integral, a través de la oferta multisectorial articulada en las provincias y corregimientos. Además, la Estrategia como una acción integral busca acelerar la implementación de la Agenda 2030

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Marco normativo de la Estrategia: el 24 de abril de 2020, se establece el Decreto Ejecutivo que adopta la estrategia erradicación de la pobreza y la desigualdad Plan Colmena; conquista de la Sexta Frontera; El 27 de abril de 2022, se crea la Ley No. 297 Plan Colmena

La Estrategia Nacional Plan Colmena está basada en la acción articulada de las instituciones, de acuerdo con sus competencias institucionales.

El Gabinete Social aprueba la Estrategia Nacional Plan Colmena, ratifica los territorios a ser intervenidos, así como la inclusión y la exclusión de los territorios.

Al Ministerio de Desarrollo Social, en su rol de coordinador técnico del Gabinete Social, le corresponde la coordinación técnica y articulada con los Gabinetes Sociales.

A la Secretaría Técnica del Gabinete Social, en su rol de enlace en las decisiones del Gabinete Social, elabora y diseña la metodología de la Estrategia Plan Colmena elabora los estudios de selección y seguimiento de las circunscripciones intervenidas aplicado el proceso metodológico y científico basado en su enfoque de pobreza multidimensional, a nivel de distrito y corregimiento, o su inclusión. Diseña la metodología de implementación y consultas de la Estrategia. Asesora y acompaña a las gobernaciones y a la Juntas Técnicas (Instituciones), para la dinamización de los procesos de internos en los corregimientos Colmena. Concertar la interacción y articulación entre el Gobierno Central; la junta técnica, las comunidades, los gobiernos locales con incidencia en el contexto local.

Al Ministerio de Gobierno le corresponde, a través de las gobernaciones, promover la participación de las autoridades locales de la provincias y comarcas en las políticas de implementación de los Planes Colmena provinciales o comarcales. Coordina la Mesa Técnica Colmena provincial

Mesa Técnica Colmena está conformada por instituciones del sector público (Junta Técnica provincial), sector privado, la academia y las organizaciones no gubernamentales, alcaldes, autoridades locales, la comunidad. La Mesa Técnica es el espacio de dialogo y articulación donde se establece mecanismos de articulación multisectorial de las acciones mediante alianza un esquema interactivo. La Mesa Técnica valida el alineamiento de la oferta del sector público a nivel nacional y territorial identificado para el Plan Colmena. Acompaña el diagnóstico territorial, en calidad de observador. Alinea las prioridades de los corregimientos con las ofertas identificadas para los territorios. Da seguimiento a las acciones para atender las demandas sociales de los corregimientos Colmena. Emite informes de avances del Plan colmena provincial.

Ministerio de Economía y Finanzas (MEF), asesora y acompaña a la Mesa Técnica Colmena en lo relativo a la aplicación de la metodología de los diagnósticos territoriales, la alineación de las prioridades de los corregimientos con la oferta del sector público, identificación de la inversión pública a nivel de corregimiento y en el desarrollo del Plan Colmena.

La Mesa Técnica Colmena cuenta con una Unidad de seguimiento integrada por la Gobernación y MEF, quien emite los reportes mensuales de seguimiento sobre el avance de la implementación del Plan de Acción Colmena a la Gobernación, Mesa Técnica Colmena, Secretaría Técnica del Gabinete Social y Precedencia.

6. Descripción de la buena práctica.

Revisión previa.

Selección de los corregimientos por la medición del Índice Multidimensional y elaboración del diagnóstico técnico socioeconómico de los corregimientos seleccionado por Colmena.

Revisión de la Oferta nacional para las provincias.

Alineamiento.

Sensibilización, Juramentación e instalación de la Mesa Técnica Colmena provincial.

Elaboración de la hoja de Ruta para la construcción del Plan de Acción Colmena.

Identificación de las acciones y proyectos que realizan las instituciones que conforman la junta técnica en los corregimientos Colmena.

Diagnostico Territorial.

1. Radiografía de la gestión Local consiste en conocer los recursos técnicos, humanos y de medios de transporte, con los que cuenta cada institución de la provincia para la realización de la Estrategia Plan Colmena.
2. Consultas Comunitarias o grupos focales en los corregimientos Colmena, consiste en conocer las necesidades de los pobladores en los corregimientos colmena en 12 áreas del reloj Colmena: Primera Infancia, Nutrición, agua limpia y sanidad básica, salud, educación, vivienda, actividades que generan ingreso/ emprendimiento, **(en este punto destacamos que la mayoría de los emprendimientos están vinculados a la producción agrícola, artesanal, gastronómica y pecuaria de subsistencia, muchas trabajadas en familias, asociaciones, cooperativas con potencial para el turismo)** seguridad, deporte y cultura, conservación del medio ambiente, electrificación rural/ luminaria e Infraestructura vial. Todas estas áreas a trabajar permiten mejores condiciones de vida, accesibilidad, fortalecimiento y empoderamiento de la comunidad con sus valores y patrimonios dando paso a ideas creativas e innovadoras utilizando los recursos naturales, sus saberes, conocimientos y costumbres que permiten capitalizado.

En las consultas comunitarias se establecen cuatro (4) grupos poblacionales: Mujeres, jóvenes, adultos mayores y Mixto (el mixto comprende hombre y mujeres de todas las edades).

En cuanto al grupo focal, se establece una mesa de trabajo conformada por hombre y mujeres de todas las edades.

Participación: En la consulta comunitaria y en los grupos focales participan mujeres, jóvenes, adultos mayores y hombres líderes comunitarios, miembros de organizaciones de las comunidades y miembros de la comunidad.

3. Consolidación de los resultados de las consultas comunitaria en los corregimientos. Consiste en revisar, analizar y consolidar la información presentada por las comunidades.

Diseño del Plan Colmena.

1. Taller de la Mesa Técnica Colmena para la construcción del Plan
2. Validación del Plan de Acción Colmena Provincial.
3. Presentación del Plan de Acción Colmena Provincial.

Monitoreo y Seguimiento.

1. Implementación de los programas proyectos, acciones presentadas en el Plan de Acción provincial por la instancia que conforman la mesa Técnica Colmena en los corregimientos. Registro de las acciones
2. La Unidad de seguimiento de la Mesa Técnica Colmena analiza y compila la información de los programas proyectos, acciones implementado en el mes en curso por la instancia que conforman la Mesa Técnica Colmena.
3. Sociabilización de los Informe mensuales a la Gobernación, Mesa Técnica Colmena, presidencia y secretaria técnica del Gabinete Social.

Se está trabajando en una herramienta de gestión para facilitar el seguimiento y monitoreo de los resultados de la implementación del plan de acción en los corregimientos.

Sistema de Gestión Colmena.

Se está desarrollando una herramienta de gestión integrada, sistemática y transparente denominada Sistema de Gestión de la Estrategia Plan Colmena, como un sistema informático que canaliza la información de gestión gubernamental para la articulación, planeación e interacción intersectorial de la Estrategia de erradicación de la pobreza y la desigualdad, según nivel de usuario con el propósito de dinamizar la sinergia en territorio, entre los gobiernos nacionales los gobiernos locales. Generando evidencia, datos, e información para la toma de decisión; monitoreo y evaluación de los procesos. Así como el control y socialización del resultado de los Planes de Acción Colmena provincial.

7. Objetivos.

La estrategia está dirigida a organizar territorialmente la implementación de la política pública integral, a través de la oferta multisectorial articulada, para garantizar a la población el derecho y parte de sus propias soluciones. Colmena busca cerrar brechas sociales y económicas de la pobreza y la desigualdad en favor de las personas que viven en condiciones de pobreza multidimensional o en estado de vulnerabilidad social.

8. Actividades.

Instalación de mesas técnica de trabajo, reuniones de coordinación, talleres, consultas comunitarias, consulta a grupos focales, aplicación de matrices, (presencia institucional en los corregimientos, necesidades de los corregimientos), matriz de alineación de las necesidades y los programas, proyectos y acciones (talleres de empalme) y seguimiento.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Divulgación masiva de la estrategia a través de los Medios comunicación: televisión radio, página web.

A través de las invitaciones que las autoridades locales realizan a los actores sociales de los corregimientos como, líderes comunitarios, organizaciones y miembros de la comunidad.

10. Retos y soluciones.

Retos:

1. Consolidar la participación de las autoridades locales en todo el desarrollo de la Estrategia Plan Colmena.
2. Recuperar la confianza de los ciudadanos en las autoridades públicas y autoridades locales en beneficio del desarrollo en los territorios.
3. Compromiso sostenible de los actores sociales del territorio en la Estrategia Colmena.
4. Lograr la sostenibilidad en el tiempo de la Estrategia Colmena como política pública de estado:
 - Definir los Lineamientos metodológicos para el etiquetado de los programas y proyectos al Plan Colmena que facilite la alineación presupuestaria.
 - Fortalecer el proceso de internalización de la alineación del presupuesto Institucional a la estrategia Plan Colmena, en los corregimientos seleccionados como un proceso continuo para la rendición de cuenta.

- Asignar los recursos presupuestarios institucionales necesarios para garantizar la sostenibilidad del sistema de gestión Colmena.
- Garantizando capacidad y permanencia de los usuarios institucionales en Sistema de Gestión Colmena.

Soluciones:

1. Fortalecer los mecanismos de comunicación y claridad de roles entre las autoridades locales y la gobernación basado en la Estrategia Plan Colmena en beneficio del desarrollo de la población.
2. Establecido los mecanismos de cumplimiento, seguimiento, difusión y divulgación de los programas, proyectos y acciones de la estrategia Colmena.
 - Robustecer la alineación entre el nivel central y el regional.
 - Fortalecimiento de capacidades técnicas locales.
 - Divulgación de los resultados de la implementación del Plan Colmena.
3. Que los ciudadanos, autoridades públicas y autoridades locales estén alineados y trabajando en la estrategia Colmena en beneficio del desarrollo de los corregimientos.
4. Alinear el presupuesto de la Nación a los programas y proyectos de la Estrategia Plan Colmena.

11. Claves de éxito.

Implementación del Plan de Acción Colmena y seguimiento a la creación de 12 Mesas Técnicas Colmena provinciales instaladas: Panamá Oeste (1), Panamá (4), Chiriquí (1), Bocas del Toro (1), Colón (1), Herrera (1), Los Santos (1), Veraguas (1) y Coclé (1).

Consulta ciudadana y grupo focal que permitió la identificación de las necesidades desde los corregimientos.

Contar con un documento de planificación por cada territorio con las particularidades del mismo para la acción de nueve (9) Planes de Acción Colmena Provincia: Panamá Oeste, Panamá, Chiriquí, Bocas del Toro, Colón, Herrera, Los Santos, Veraguas y Coclé.

1. Alineada las necesidades con los programas, proyectos, acciones de las instituciones que conforman la Mesa Técnica colmena en 12 áreas del reloj Colmena. En el área de la primera Infancia, nutrición, agua limpia y sanidad básica, salud, educación, vivienda, actividades que generen ingreso/ emprendimiento, seguridad, deporte, cultura, conservación del ambiente, electrificación Rural/Luminaria e Infraestructura.
2. La revisión y evaluación periódica de los planes de acción que permite identificar que acciones están rezagadas y cuales se han cumplido para su continuidad en la nueva vigencia de la implementación.

Participación del Gabinete Social, interés e intercambio con los actores en las provincias para que la Junta Técnica escuche a la población activa y demandante en la solución de los problemas de todos los corregimientos focalizados.

En lugares donde ya a sido aplicado el plan Colmena, **han surgido iniciativas agroturística , como circuitos productivos de café, circuitos agroturísticos, rutas ecoturística y muchas de ellas son trabajadas por organizaciones de base comunitaria y cooperativas, que gracias a la implementación del plan Colmena de manera integral, han podido ofertar sus productos, servicios y atractivos a turistas nacionales y extranjeros, que buscan conocer la autenticidad las riquezas, cultural y naturales de estos territorios colmenas.**

Se fortalecen con la ley 240, del 06 de octubre 2021, que regula la actividad del agroturismo en Panamá. En su Art. 9.

Artículo 9. Círculo rural agroturístico. Los municipios, las autoridades locales, las agencias del Ministerio de Desarrollo Agropecuario y las oficinas regionales de la Autoridad de Turismo de Panamá podrán conformar círculos rurales agroturísticos con el fin de promover y desarrollar el agroturismo en sus comunidades, así como de generar una integración intermunicipal, con el objetivo de mejorar la prestación de servicios agroturísticos.

Estos círculos rurales agroturísticos podrán estar compuestos por productores, actores del Turismo Rural, municipios y equipo técnico del Ministerio de Desarrollo Agropecuario y la Autoridad

PARAGUAY



1. Nombre de la buena práctica.

Granja Mbuni.

2. Ubicación.

Isla Alta 3220, Nueva Colombia .Departamento de Cordillera.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Granja Mbuni
Teléfono: +595981 992 491
Correo electrónico: ✉ mbuni.py@gmail.com
Web: www.mbuni.de
Redes sociales: IG: @mbuni_py

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Viendo el desarrollo de la propiedad, se puede decir que las buenas prácticas de la Granja Mbuni se iniciaron desde la planificación del uso de la superficie total. La cría y recría de avestruces (africanos y comunes) es uno de los atractivos principales, La cantidad de metros cuadrados necesarios y el ciclo de vida de las avestruces, el paisaje natural y el suelo que es principalmente de conformación pedregosa, se ha tenido en cuenta para ésta planificación.

El establecimiento cuenta con estructura completa para la cría de avestruces, inclusive la faena y manufactura primaria de derivados.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Mbuni forma parte de la Asociación Paraguaya de Turismo Rural, la cual está enfocada en el desarrollo de las actividades turísticas en el ámbito rural. Integra establecimientos agropecuarios granjas y todo emprendimiento en el ambiente rural que preste servicios turísticos, tanto públicos como privados.

6. Descripción de la buena práctica.

Mbuni realiza varias actividades que podrían ser enmarcadas en buenas prácticas:

El uso racional del agua proveniente de un pozo artesiano profundo que conecta a una vena de agua subterránea, cuya potabilidad es monitoreada cada cierto lapso de tiempo por el organismo nacional de sanidad, a través de análisis de calidad.

Es un lugar para disfrutar no solo de los atractivos propios del establecimiento, sino que también se suma el paisaje característico del departamento en el que se encuentra ubicado que con sus elevaciones brinda un espectáculo digno de ser disfrutado.

El terreno está distribuido en parcelas por las que van pasando los animales atendiendo su ciclo de vida, para cuidar no solo el bienestar animal sino también el uso racional del suelo.

Otro punto importante para Mbuni es la capacidad de carga de cada parcela y la recuperación de forma natural del suelo y vegetación.

7. Objetivos.

- ◉ Generar un espacio donde se conjuguen la naturaleza y la práctica económica principal del establecimiento (producción de avestruces.)
- ◉ Preservar y conservar los recursos naturales característicos de la zona.
- ◉ Cuidado y protección de los animales, brindando un espacio lo más parecido a su entorno natural.
- ◉ Promover el conocimiento y cuidados de animales exóticos

8. Actividades.

Las actividades principales que ofrecen al turista son:

- ▶ Estadía y alojamiento en sus instalaciones.
- ▶ Observación de avestruz (africano y comunes).
- ▶ Senderismo y observación de la naturaleza.
- ▶ Actividades y deportes al aire libre (canchas).
- ▶ Tienda de artículos derivados de la práctica económica del establecimiento (huevos, cáscaras, carne, licores, carteras, artículos decorativos, cosméticos, etc.).

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Sitios web.
- Redes sociales.
- Asociación Paraguaya de Turismo, APATUR.
- Secretaria Nacional de Turismo.

10. Retos y soluciones.

Seguir siendo pioneros en el área de producción de avestruces, promoviendo un Turismo de conocimiento técnico para interesados en el tema.

Aumentar la rentabilidad orientando el negocio hacia un enfoque productivo / educativo, generando así un mayor número de visitas.

11. Claves de éxito.

- ✓ Instalaciones de primera calidad, sencillas y bien montadas.
- ✓ Innovación orientada al Turismo Rural.
- ✓ Calidades de servicios, a través del Sistema Nacional de Calidad.

PARAGUAY



1. Nombre de la buena práctica.

Oñondivemi.

2. Ubicación.

Ruta 1, Km. 27,5, J. Saldivar.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Feliciano Bobadilla de Valdez

Teléfono: +595 981 441460

Correo electrónico: ✉ onondivemi@yahoo.com

Redes sociales: FB: <https://www.facebook.com/granjaeducativaturistica.onondivemi>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Los orígenes de Oñondivemi cuentan que fue concebida siempre como un lugar destinado al disfrute en familia, ya que en un principio era una granja destinada al uso de la familia Bobadilla, que al ser heredada por su propietaria y al formar esta su familia lo fue moldeando a medida que sus hijos crecían, de ahí el carácter educativo del mismo.

Las buenas prácticas están impregnadas en cada gestión que realizan ya que buscan incentivar a los miles de niños que los visitan año a año el amor y respeto a la naturaleza, el disfrute de los espacios abiertos y el cuidado a los animales que allí habitan, en su mayoría rescatados.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Oñondivemi, forma parte de la Asociación Paraguaya de Turismo Rural, la cual está enfocada en el desarrollo de las actividades turísticas en el ámbito rural., integra establecimientos agropecuarios granjas y todo emprendimiento en el ambiente rural que preste servicios turísticos.

6. Descripción de la buena práctica.

Oñondivemí realiza varias actividades que podrían ser enmarcadas en buenas prácticas:

- El uso racional del agua proveniente de un pozo artesiano cuya conexión viene de una vena de agua subterránea, siendo que la potabilidad es monitoreada cada cierto lapso de tiempo por el organismo nacional de sanidad, a través de análisis de calidad.
- Es un lugar ideado para el disfrute en familia, cuenta con una serie de actividades diseñadas para que los niños se vayan introduciendo en un contacto respetuoso con la naturaleza.
- La propiedad cuenta con 23 hectáreas, en las cuales podemos encontrar las instalaciones antiguas y más nuevas, adecuadas a las necesidades de los visitantes. Se realizan, varias actividades de recreación principalmente pensadas para los niños, también en sus propiedades se pueden encontrar varias nacientes de agua pura que son el tesoro más valioso del lugar, cuyo resguardo se da tratando de mantener el ecosistema colindante lo más intacto posible.
- El cuidado de la flora local, la no tala de árboles, el aprovechamiento de los árboles caídos por tormentas o edad para la decoración del entorno.

7. Objetivos.

- Generar un espacio educativo natural para niños y jóvenes.
- Incentivar la preservación de los recursos naturales a través de la Educación.
- Promover la educación ambiental por medio del disfrute de la misma.

8. Actividades.

Las actividades principales que ofrecen al turista son:

- ▶ Estadía y alojamiento en sus instalaciones.
- ▶ Senderismo.
- ▶ Paseos en sulky y caballos.
- ▶ Actividades y deportes al aire libre.
- ▶ Arborismo.
- ▶ Observación de animales silvestres en cautiverio respetuoso.
- ▶ Huertas ecológicas en desarrollo.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Redes sociales.
- Asociación paraguaya de Turismo Rural, APATUR.
- Secretaria Nacional de Turismo.

10. Retos y soluciones.

- Ir aumentando las actividades recreo educativas para niños y jóvenes.
- Aumentar la rentabilidad logrando mayor ocupación en épocas vacacionales sin escolaridad.
- Creación de huertas ecológicas, buscando de esta manera el incentivo de consumo de alimentos orgánicos.

11. Claves de éxito.

- ✓ Calidad de servicios, a través del Sistema Nacional de Calidad
- ✓ Creación de nuevos productos atractivos para toda la familia
- ✓ Precios accesibles, consideraciones especiales para grupos de alumnos de escuelas y colegios.

PERÚ



1. Nombre de la buena práctica.

Área de Conservación Privada Chaparrí.
La Reserva Ecológica de Chaparrí está conformada por el Área de Conservación Privada denominada con el mismo nombre de la Comunidad Campesina Muchik, Santa Catalina de Chongoyape y el Área de Conservación Privada “La huerta de Chaparrí”.



2. Ubicación.

Departamento de Lambayeque, Distrito de Chongoyape, Provincia de Chiclayo.

3. Datos de contacto.

Personas de contacto: • Heinz Plenge Sánchez
• Segundo Julqui Mendoza (presidente comunal)

Teléfono: (+511) 978 836 344

Correo electrónico: ✉ chaparr@plenge.com
✉ reservas@chaparrilodge.com

Web: www.conservamospornaturaleza.org/destino/reserva-ecologica-chaparr

Redes sociales: FB: <https://www.facebook.com/ReserveChaparr>
<https://www.facebook.com/ChaparrisOSOSO/>
X: https://twitter.com/salvar_chaparr?lang=es
IG: <https://instagram.com/p/CsCQbFVPn3K/>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Era 1998, por los ojos de Heinz durante años habían desfilado problemas que la ecología peruana afrontaba como son la tala, quema de pastos, lagunas convertidas en relave minero, derrames de petróleo. “Para conservar no solo se necesita dinero sino mucha convicción. Y empecé a pensar en opciones para las comunidades campesinas y las personas”.

Un año antes, la Ley de Áreas Naturales Protegidas había sido promulgada, el tema era nebuloso en la jurídica peruana, y aún más confuso para un hombre que cámara al hombro vivía en el campo.

Décadas atrás, en el norte, Heinz recordaba haber fotografiado osos, pumas, zorros, serpientes. Es la Sociedad Peruana de Derecho Ambiental (SPDA) quien lo alienta, pues según la nueva Ley, el Estado también podía reconocer áreas de conservación en tierras de propiedad privada, anteriormente todas las áreas naturales pertenecían a la nación. “Los bosques secos nunca habían estado dentro de iniciativas de conservación”. No dudó en contactarse con la comunidad de Santa Catalina de Chongoyape.

Fue difícil convencer a los comuneros de las otras formas de aprovechamiento sano que podían tener de su bosque y lo mejor era que no tendrían que recortar más árboles, ni perforar la tierra y menos permitir que alguna empresa minera los desplazara.

En unanimidad solicitaron al Instituto Nacional de Recursos Naturales, INRENA, que la montaña

ancestral Chaparrí que divide a las comunidades, Santa Catalina y Ferreñafe y los bosques que lo rodean, sean reconocidos como área de conservación privada.

Desde el 2001 Chaparrí fue reconocida como tal.

Fecha de creación: 19 de diciembre de 2001

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

En el norte peruano el desarrollo de esta modalidad de Turismo Rural, es relativamente nueva y llama poderosamente la atención por los logros alcanzados en la Comunidad Campesina Muchik Santa Catalina de Chongoyape y el posicionamiento del Área de Conservación Privada (ACP) Chaparrí; como un ejemplo del adecuado uso de los recursos naturales por parte de la comunidad campesina que la habita.

Se detalla el modelo de gobernanza e Instancias implicadas y roles que han hecho de Chaparrí un caso exitoso, enfocándose en el desenvolvimiento de los protagonistas.

- En Tierras Blancas se encuentra la oficina administrativa del ACP Chaparrí, la misma que se encuentra a cargo de la Asociación para la Conservación y el Turismo Sostenible Chaparrí (ACOTURCH). Esta asociación está conformada por miembros de la referida comunidad, cuyo esfuerzo comunitario está orientado a fortalecer de manera ordenada la actividad turística al interior del ACP.
- El Servicio Nacional Forestal y de Fauna Silvestre (SERFOR), adscrito al Ministerio de Desarrollo Agrario y Riego (MIDAGRI), sostuvo una reunión de articulación con diferentes actores involucrados en el sector, a fin de definir acciones para fortalecer las labores de control realizadas en la región Lambayeque, con énfasis en el Área de Conservación Privada (ACP) Chaparrí.
- Mesa Regional de Control y Vigilancia Forestal y de Fauna Silvestre, que reúne a entidades como el Servicio Nacional de Áreas Protegidas por el Estado (SERNANP), la Gerencia Regional de Recursos Naturales y Gestión Ambiental, la Fiscalía Especializada en Materia Ambiental (FEMA), la Policía Nacional del Perú, entre otras.
- La Administración Técnica Forestal y de Fauna Silvestre (ATFFS) de Lambayeque se comprometió a coordinar con la FEMA, PNP y la Comunidad Muchik Santa Catalina de Chongoyape la ejecución de patrullajes periódicos para prevenir y/o advertir oportunamente la afectación a la flora y fauna en el ACP Chaparrí.

6. Descripción de la buena práctica.

Hasta la fecha, el ACP Chaparrí se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos de la costa norte del Perú. Es por ello que Chaparrí ganó el concurso nacional de Turismo Rural Comunitario y además fue el principal anfitrión en el evento Turismo de Naturaleza y Aves 2011.

La mejor forma de ayudarlos, es visitándolos. Existen distintas actividades en las que te puedes involucrar en Chaparrí. Investigación científica a los yacimientos arqueológicos. Investigación científica de aves, Chaparrí brinda 230 especies. A su vez ofrece majestuosos tallados en piedra, réplicas de animales propios del bosque. Las madres y comuneros realizan artes orgánicas.

7. Objetivos.

- El objetivo del Área de Conservación Privada de Chaparrí es la de preservar la conservación del ecosistema del bosque seco ecuatorial del área geográfica de Chaparrí para la protección

y mantenimiento de los procesos ecológicos y las especies de flora y fauna silvestre endémicas y que estaban amenazadas en el lugar, destacando dentro de estas especies la fauna representada por la pava aliblanca y el oso andino o de anteojos, motivadores para proteger su biodiversidad integral.

- ◉ Rehabilitación y reintroducción de especies de fauna silvestre en peligro de extinción y la protección de los bosques secos y especies de fauna existentes (tales como auquénidos como llamas y guanacos, la pava aliblanca, osos de anteojos y venados)
- ◉ Además, existen un total de 223 aves, entre las más preferidas por los observadores son el pitajao de tumbes, la bandurria, loro esmeralda, pava aliblanca, colibrí, chisco, chilala, etc.
- ◉ La reserva debe su nombre a la espectacular montaña llamada Cerro Chaparrí que domina el paisaje y fue considerada sagrada por la Cultura Mochica y lo sigue siendo para los chamanes de todo el Perú.
- ◉ En esta área podrás recorrer la ruta de las pavas, la huachuma y del oso de anteojos; a la ruta de las pavas sólo tienen acceso los estudiosos o científicos que desean saber la reproducción de esta especie.

8. **Actividades.**

Las actividades que se vienen realizando dentro del área están enfocadas en mantener la gran diversidad existente en Chaparrí:

- ▶ Chaparrí cuenta con más del 20% de la población total de pava aliblanca.
- ▶ Cuenta con una población densa de anteojos.
- ▶ Se está consolidando el programa de reintroducción de camélidos.
- ▶ Se ha inventariado 250 especies de flora.
- ▶ Se ha inventariado 230 especies de aves, 21 de mamíferos, 5 anfibios, 22 reptiles.
- ▶ Se están recuperando 15,000 ha de Sapote.
- ▶ Destacamos también los programas sociales para promover el interés entre los comuneros y ciudadanos del área de influencia para la conservación del sitio y programas educativos de capacitación que desarrolla el área de reserva, creación de biohuertos escolares en el I.E N° 10239 de Paredones y en el I.E. N° 11506 de tablazos, poblaciones que se encuentran en su entorno geográfico. Chaparrí se ha convertido en un patrón educativo y de investigación en la región y el país, que permite aprender del bosque seco y de su biodiversidad y un espacio para desarrollar programas académicos de conservación y turismo especializado.
- ▶ Existen distintas actividades en las que te puedes involucrar en Chaparrí. Investigación científica a los yacimientos arqueológicos. Investigación científica de aves, Chaparrí brinda 230 especies. A su vez ofrece majestuosos tallados en piedra, réplicas de animales propios del bosque.

9. **Estrategias y mecanismos de divulgación.**

- Elaboración del Plan Maestro. Área de Conservación Privada Chaparrí: Plantea programas de reintroducción de especies de fauna silvestre que antes fueron características de la región y actividades para el aprovechamiento de los recursos del área.
- Especial atención a las RRSS: Facebook, Twitter e Instagram.
- Campaña gráfica publicitaria difundida por la red social Facebook.
- Banners publicitarios.
- Estrategia publicitaria en páginas web institucionales: Perú in, Perú Travel, Promperú

Oficial, etc.

- Mini documental en youtube por Andina (agencia peruana de noticias).
- Difusión en prensa escrita como el diario El Peruano (diario oficial) El Comercio, entre otros.

10. Retos y soluciones.

- El Estado toma medidas legales para proteger área natural de Chaparrí: El Estado adoptó medidas legales para salvaguardar la riqueza natural, la flora y la fauna del área de conservación privada (ACP) de Chaparrí (Lambayeque) que es amenazada por traficantes de terrenos que degradaron aproximadamente 120 hectáreas de las 34,400 de la zona. La ministra del Ambiente, Elsa Galarza informó que el Servicio Nacional de Conservación de Áreas Naturales Protegidas por el Estado (Sernanp) y la Procuraduría Pública Especializada en Delitos Ambientales trabajan en coordinación con miembros de la comunidad campesina de Santa Catalina de Chongoyape y otras entidades involucradas para que Chaparrí mantenga su reconocimiento como ACP.
- No se retirará el reconocimiento a Chaparrí como área de conservación privada porque se perjudicaría el hábitat de diversas especies que forman parte de un ecosistema natural que hoy genera por medio del turismo, después de años de trabajo, un desarrollo sostenible que va de la mano con la conservación.
- La violencia junto con la corrupción son herramientas para personas sin escrúpulos que lucran a costa del bien común, motivo por el cual los verdaderos comuneros de la Comunidad Campesina Muchik Santa Catalina de Chongoyape han luchado y luchan hasta hoy para conservar su reserva ecológica del tráfico ilícito de terrenos que perjudican la conservación y el turismo con fines ecológicos y sostenibles.

«En Chaparrí se realizan dos proyectos de conservación que merecen una mención especial, el del Oso de Anteojos y el de la Pava Ala Blanca, dos de las especies emblemáticas de la reserva. Ambos proyectos tienen el objetivo de conservar a estas especies clave controlando sus dos principales amenazas: pérdida del hábitat y cacería. El oso y la pava juegan un rol ecológico muy importante como dispersores de semillas en el bosque seco, además tienen un alto potencial ecoturístico.» (Plenge,2017,p.10)

11. Claves de éxito.

- ✓ <https://www.conservamospornaturaleza.org/area/huerta-chaparrí/>
- ✓ <http://catedraunesco.usmp.edu.pe/pdf/chaparrí.pdf>
- ✓ <https://aquadocs.org/bitstream/handle/1834/8244/PLAN%20MAESTRO%20CHAPARRI.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/4290/Arroyo%20Soplapuco%20-%20Tuesta%20Leveau.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- ✓ <https://www.peru.travel/es/atractivos/reserva-ecologica-chaparrí>
- ✓ <https://www.youtube.com/watch?v=GTrwOMosO74>
- ✓ <https://elcomercio.pe/noticias/chaparrí/>
- ✓ <https://www.rumbosdelperu.com/rumbos-dia/14-03-2018/chaparrí-turismo-a-paso-de-valentia/>
- ✓ <https://vision2050.org.pe/alianzas/proyecto-la-ruta-del-oso-y-la-miel/>
- ✓ <https://www.lambayequeturismo.com/destinos/reserva-ecologica-de-chaparrí>

PERÚ



1. Nombre de la buena práctica.

Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo.

2. Ubicación.

Distrito de Pachacámac, exactamente en el centro poblado Quebrada Verde, Distrito de Pachacámac, Provincia de Lima, Departamento de Lima.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Jacinto Mendoza Flores.
Presidente de Centro Poblado Rural (CPR) Quebrada Verde (Pachacamac - Lima).

Teléfono: (+511) 997944148 / 971305078

Correo electrónico: ✉ info@lomasdelucumo.org.pe

Web: www.lomasdelucumo.org.pe

Redes sociales: FB: www.facebook.com/lomasdelucumo/?locale=es_LA
IG: www.instagram.com/lomas_de_lucumo
TK: www.tiktok.com/discover/lomas-del-lucumo?lang=es
X: <https://twitter.com/lomaslucumo>

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Las lomas de lúcumo, cuya extensión es de 1597,36 hectáreas, están ubicadas en el distrito de Pachacamac, provincia de Lima, departamento de Lima, Perú (Perú. Ministerio de agricultura y riego, 2013).

Estas lomas, en los meses de invierno (junio-setiembre), se tornan verdes por la vegetación que crece sobre ellas, la especie de flora más representativa es el amancay (ismene amancaes). En una parte de las faldas de estas lomas se encuentra el centro poblado rural (cpr) Quebrada Verde, localizado en el distrito de Pachacamac. Es una población cuyos habitantes han venido dedicándose a la agricultura, la ganadería, el comercio y el Turismo Rural.

Según la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo (ACELL), en 2018, en Perú, los primeros pasos para desarrollar la actividad turística en la zona empezaron en 1996 bajo la dirección de una comisión que posteriormente se convirtió en asociación en el 2009.

En la actualidad, la ACELL cuenta con 56 socios, y la asociación, durante todo este tiempo, ha tenido que ir manejando un creciente número de visitantes, cuya cifra ya superó las 20 mil personas para finales del 2017.

Pero cabe preguntarse, ¿cómo así se inicia este proyecto de asociación? y ¿por qué el turismo?, Al respecto el Sr. Jacinto cuenta que en muchos de los viajes que realizaba a Lima en su juventud había observado que las lomas San Juan y Villa María y cerros en general iban desapareciendo paulatinamente, pues iban siendo poblados, llenándose de gente que se asentaba encontrando en las laderas de las lomas y cerros espacios para vivir; y asimismo

el pastoreo en las lomas avanzaba e iba depredándolas. Entonces, ante este preocupante panorama decidieron en la comunidad que algo debían hacer para salvar sus lomas, y el turismo fue la opción más interesante y apropiada.

El Circuito Ecoturístico Quebrada Verde se funda en el año 1996, pero no es hasta el año 2003 cuando es inaugurado formalmente; ese año visitaron las lomas alrededor de ochocientas personas, cifra claramente mayor si se considera que antes sólo llegaban grupos de diez o doce personas esporádicamente.

Al inicio del emprendimiento sólo se ofrecía el servicio de visita o caminata por las lomas, hoy se ha diversificado más la oferta de actividades y la asociación organizada brinda los servicios de: guiado, caminata, rapel y escalada; y tienen un restaurante que es manejado por las señoras de la zona; también es posible el avistamiento de aves, cuento de mitos y leyendas, caminatas nocturnas y turismo místico.

El liderazgo de Jacinto Mendoza fue clave para este emprendimiento, un hombre que refleja liderazgo con su sola presencia; tiene 47 años y nació en el mismo centro poblado que actualmente preside.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo cuenta con un reglamento de conducta en el que se detallan las funciones de cada quien.

Entidades públicas y académicas han asesorado y brindado capacitación, sin embargo, la gestión interna es de la Asociación.

Al ser una organización privada, los roles van dándose según la necesidad a cubrir, por lo que existen diversos cargos y funciones.

6. Descripción de la buena práctica.

Gracias a la Estrategia de Turismo Rural Comunitario mejoramos en el tema de difusión y conocimiento pues recibimos capacitaciones, y, fue posible la implementación de la parte museográfica del centro de interpretación que con la asociación hemos logrado construir”, la parte museográfica es muy importante pues las lomas por sus propias características no se mantienen verdes durante todo el año y este centro de interpretación permite justamente hacer no sólo más didácticas las explicaciones sino presentar las lomas aun cuando no están llenas de vegetación.

Se ha instalado de paneles informativos / preventivos, demarcación y señalización de senderos para la protección del Ecosistema Frágil Lomas de Lúcumo.

Realizan campañas de voluntariado en reforestación y riego en las Lomas de Lúcumo.

Campaña de riego de Huarangos, organizado de forma conjunta entre la Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo y el grupo Comando Ecológico Perú.

La Estrategia de Turismo Rural Comunitario promueve la inclusión y desarrollo de las comunidades rurales.

7. Objetivos.

- ◉ Preservar los recursos naturales, para desarrollar el Ecoturismo como una actividad que promueve la conservación y la participación activa de la comunidad local.
- ◉ Difundir y conservar la flora, fauna y paisaje natural, brindando un servicios de calidad al público, educación ambiental, turismo ordenado y recreación en armonía con la naturaleza.

8. Actividades.

Ecoturismo en las Lomas:

El circuito de las Lomas del Lúcumo es actualmente el principal destino de Ecoturismo en nuestra Capital. La propuesta desarrollada por la comunidad, además de los atractivos naturales, se complementa de cultura viva, venta de productos locales, deporte, aventura, misticismo y gastronomía. Jóvenes capacitados en la historia del lugar y la ecología del ambiente guían con entusiasmo a los visitantes a través de recorridos de entre dos y cuatro horas por senderos naturales. Socavones de minas abandonadas, pinturas rupestres, andenes prehispánicos, mesas de sacrificio y farrallones son solo un manajo de todo lo que podrás conocer en tu recorrido.

- ▶ Actividades de Aventura Populares en Lomas de Lúcumo:
- ▶ Ciclismo en Lomas de Lúcumo (el ciclismo es el tercer deporte de las lomas de lúcumo, luego del trekking y rapel.)
- ▶ Escalada en Lomas de Lúcumo (la escalada se practica en las lomas de lúcumo en menos proporción que el rapel.)
- ▶ Trekking en Lomas de Lúcumo (para conocer el gran ecosistema. lomas costeras que en invierno por el efecto de la acumulación de neblina se llena de verdor. el recorrido es muy entretenido donde se puede observar la flora como la flor de amancaes y fauna como las vizcachas, zorros grises, cernícalos y otros animales pequeños del lugar; y además de impresionantes monumentos naturales y pinturas rupestres.)
- ▶ Rapel en Lomas de Lúcumo (el rapel es muy practicado en las lomas de lúcumo, la comunidad del centro poblado rural quebrada verde cuenta con convenios con agencias que brindan todo lo necesario para un óptimo desarrollo.)

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Especial atención a las RRSS: Facebook e Instagram, en X antes Twitter y Tiktok.
- Campaña gráfica publicitaria difundida por la red social Facebook
- Estrategia publicitaria en páginas web institucionales: Perú in, Perú Travel, Promperú Oficial, Y tú que planes, etc.
- Amplia difusión en canales YouTube.
- Difusión en prensa escrita como el diario El Peruano (diario oficial) El Comercio, entre otros.

Reconocimientos:

- PREMIO CAMBIE: Premio a la Conservación del Medio Ambiente.
- INNOVA TRC: Innovación de nueva propuesta de Iniciativa Turística.
- PREMIO LIMA VERDE: Cuidado al Medio Ambiente.

10. Retos y soluciones.

Conservación de las lomas:

Sobre las diferentes actividades que han venido realizando para conservar las lomas, mencionaron que han estado haciendo trabajos de reforestación, riego y concientización ambiental dirigida a los visitantes y a la misma población: principalmente con charlas de sensibilización, primero con población y luego con los turistas, si la población no respeta, peor el turista porque no te va hacer ni caso (c. García, comunicación personal, 8 de abril de 2018).

Vienen trabajando anualmente mediante reforestaciones, riegos, mantenimiento de las lomas ... además de fomentar la conservación del medio ambiente diciéndoles a los visitantes que no salgan del camino, que recojan su basura, que no pisen las plantas, etcétera” (a. Arias, comunicación personal, 15 de marzo de 2018).

Mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad:

Las actividades que realizan para mejorar la calidad de vida de su comunidad, han sido varias enmarcadas esencialmente en cuatro sectores: educación, salud, recreación y laboral. En el sector educación se implementó el colegio y se apoyó a ciertas actividades escolares, en el sector salud se ejecutaron obras de mejoramiento a las instalaciones del centro médico, en el sector de recreación se otorgaron premios deportivos y se realizaron fiestas navideñas para los niños, y finalmente, en el sector laboral se crearon puestos de trabajo: “para mejorar la calidad de vida en quebrada verde lo que se ha venido trabajando es tratar de cubrir algunas necesidades, por ejemplo, apoyando al colegio, en la posta médica, realizándole año a año la navidad a nuestros niños”. Estas actividades realizadas por los miembros de la asociación circuito ecoturístico Lomas de Lúcumo para el desarrollo de su comunidad es una característica de la responsabilidad social.

Resolución de conflictos:

Han venido manejando los conflictos con mecanismos como el diálogo, la escucha de las partes, las reuniones de los socios y el cambio de puestos. Asimismo, como una forma aprendizaje, y de evitar y mitigar conflictos- realizan reuniones después de la faena diaria para hablar sobre sus inquietudes y problemas.

Al finalizar el día nos reunimos y conversamos acerca de lo qué es lo que nos pasó en el día, qué es lo malo, y de todo eso sacar algo constructivo para mejorar.

Acciones con vista al futuro: actualmente son una operadora local que pretende manejar y operar todo el valle de Lurín, es decir, traspasar sus pequeñas fronteras y ampliar el negocio, con todos los beneficios y responsabilidades que ello implica, tanto para asociados como para no asociados. Para esta idea el MINCETUR con la Estrategia de Turismo Rural Comunitario, dice el líder comunal: aportaría en lo referente a capacitaciones, asesoría y en el tema organizacional; y con personal especializado en el cuidado ambiental.

11. Claves de éxito.

- ✓ La Asociación Circuito Ecoturístico Lomas de Lúcumo ha funcionado con éxito, no sólo como un negocio turístico, sino también como un ente articulador entre los pobladores y la sociedad, pues es mediante esta que han logrado por ejemplo gestionar pistas y señalización en el centro poblado; la asociación, mediante el turismo, ha permitido a

lo “quebradinos también reforzar su identidad, como lo señala Jacinto Mendoza, líder comunal y fundador: “Eso, se logró mediante el emprendimiento”, se había perdido mucho la identidad de ser quebradino, todo el mundo hablaba de Pachacámac, no de ser quebradino”

- ✓ El surgimiento de nuevos líderes para la comunidad parece ser de interés en los miembros de la asociación. Las actividades que han venido ejecutando eran capacitaciones orientadas al desarrollo personal y a la administración turística, tienen capacitaciones en oratoria, desenvolvimiento personal, liderazgo, primeros auxilios, administración turística. Buscan trabajar con los colegios casi los mismos temas: desarrollo personal, oratoria, primeros auxilios y formación turística.
- ✓ El turismo son experiencias, y la experiencia turística se construye en base a momentos y vivencias que el turista tiene en el lugar de destino y, en el caso de las Lomas de Lúcumo en Quebrada Verde, cada detalle y el trato de los asociados está pensado en generar un recuerdo y satisfacer o superar las expectativas del visitante.

Referencias

- <https://media.peru.info/koha/Memorial-Turismo-Rural-Comunitario-en-el-Peru.pdf>
- https://www.facebook.com/lomasdelucumo/?locale=es_LA
- http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300027
- <https://www.deaventura.pe/q=lomas-de-lucumo>
- <https://www.ytuqueplanes.com/destinos/lima/lurin-y-pachacamac/las-lomas-de-lucumo>
- <https://www.turismocomunitario.com.pe/experiencia/es/lomas-lucumo.html>
- https://consultasenlinea.mincetur.gob.pe/fichaInventario/index.aspx?cod_Ficha=3137

PERÚ



1. Nombre de la buena práctica.

Isla de Taquile.

2. Ubicación.

Isla Taquile, lago Titicaca, Distrito de Amantani, Puno. Región: Altiplano Andino. Ecorregión: Región Puna.



3. Datos de contacto.

Personas de contacto: **Puno:**

1. Javier Ponce Roque. Alcalde.
2. Lic. Turismo. Briseida Daysi Pauro Pino.

Municipalidad Distrital de Amantani:

3. Andrés Avelino Quispe Borda. Alcalde

Taquile:

4. Gabriel Huatta Huatta. Alcalde
5. Juliana Yucra Huatta, Salvador Marca Quispe, Martina Huatta Flores. Regidores de Tequile

Teléfono:

Municipalidad Distrital de Amantani:

(+511) 914861045 / 953066499

Taquile: +511999377408

Correo electrónico:

Puno:

✉ alcaldia@munipuno.gob.pe

✉ sgturismo@munipuno.gob.pe

Web:

www.turismocomunitario.com.pe/experiencia/es/taquile.html

Redes sociales:

FB: www.facebook.com/isladetaquile/?locale=es_LA

X: <https://twitter.com/munaytaquile?lang=es>

IG: www.instagram.com/explore/locations/257690543/isla-taquile-lago-titicaca/?hl=es-la

TK: www.tiktok.com/tag/taquile

6. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La comunidad de Taquile subsiste sujeta a una cultura de autoconsumo por excelencia. El turismo proporciona los excedentes económicos provenientes de ventas de alojamiento, comida, artesanía. Taquile, como producto de la inserción en el turismo, penetra al inevitable sistema de mercado en sus diferentes expresiones, como el transporte, los restaurantes, albergues y artesanía, pero sin sustituir sus patrones de subsistencia.

7. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Se caracteriza por un modelo de Gobernanza Público Privada en el que participan:

El Gobierno Regional de Puno, el Gobierno Distrital de Amantani y los Gobiernos Municipales aledaños que trabajan para conducir las actividades administrativas, económicas

y financieras de la gestión municipal, velando por el cumplimiento de las políticas impartidas por las Alcaldías sobre la materia, además de conducir el cumplimiento de las políticas, planes de desarrollo y presupuesto institucional, Supervisando el desarrollo de la prestación de los servicios sociales y comunales que brinda las Municipalidades en su jurisdicción, en concordancia con los planes, presupuesto y política de trabajo establecidos.

La Universidad Nacional del Altiplano:

Las funciones básicas de la Universidad son la docencia, la investigación, la extensión, la formación de recursos humanos, el desarrollo tecnológico, la innovación productiva y la promoción de la Cultura.

Operadores turísticos: que crean paquetes turísticos, respaldados por un programa de servicios adecuado que ofrezcan servicios de alta calidad a los clientes.

Organizaciones No Gubernamentales, comprometidas con el desarrollo local, regional y nacional, trabajan para promover el cambio social o político a gran escala, o localmente, y desempeñan un papel crítico en la sociedad en desarrollo, ya que se enfocan en la mejora de las comunidades y en promover la participación ciudadana.

8. Descripción de la buena práctica.

Salvaguardar nuestro arte textil de la muerte evitando que el conocimiento que nos dejaron nuestros ancestros, los incas, y más antiguos que los incas, se entierre con los mayores. Debemos asegurarnos que las nuevas generaciones guarden este conocimiento en sus cabezas y corazones.

Los taquileños conscientes del valor que tiene su conocimiento textil tradicional para la humanidad y para la continuidad de su cultura han buscado a partir del rol central de la comercialización buscar el punto medio que permita que se impulse la economía y el Turismo Rural, como fuentes de ingreso y a la vez cuidar que la comercialización no caiga en la mercantilización de las tradiciones, por ello, cada uno de los actores que interviene son escuchados y aportan con una visión clara de sostenibilidad.

La larga trayectoria de la puesta en marcha de este proyecto ha permitido identificar errores y no repetirlos y, a la vez, incluir mejoras en los procesos para hacer viable la gestión de la experiencia.

9. Objetivos.

- ⦿ Reforzar la transmisión de la artesanía textil tradicional de Taquile con un Plan de acción de salvaguardia que tiene por objeto preservar y realzar la transmisión de la artesanía textil de Taquile, consolidando su identidad cultural. La primera actividad se destina a documentar las técnicas y el conocimiento que requiere la artesanía textil, así como las prácticas sociales relacionadas, mediante un inventario comunal local de la artesanía textil de Taquile elaborado por los miembros de la comunidad de Taquile, especialmente los jóvenes.
- ⦿ Consolidar la transmisión de las tecnologías, de la estética y de las prácticas culturales que requiere la artesanía textil entre las distintas generaciones y en el seno de la propia comunidad, reforzando las instituciones locales de educación y promoviendo el intercambio del conocimiento y de las técnicas entre los tejedores más viejos y los más jóvenes.

- ◉ Promover las expresiones culturales y artísticas de Taquile mediante la producción de un vídeo documental y una publicación que contienen información sobre los otros componentes del proyecto y que desarrollan los materiales educativos que se utilizarán en las escuelas de Taquile.
- ◉ Promover la protección de la cultura Taquile: el objetivo es contribuir al desarrollo de la economía de este lugar mediante las herramientas de la propiedad intelectual.

10. *Actividades.*

El Turismo Rural, la Agricultura y la producción de textiles son las principales actividades económicas de la isla.

Taquile, cuya actividad artesanal más importante es el tejido. Identifica la característica más importante de estos tejidos, los diseños-escritura bordados en los finos mantos de Taquile. Considera que estos signos son parte de un sistema de comunicación, una forma de escritura y que están asociados al ciclo agrícola, a la vida cotidiana y al desarrollo genealógico de las familias.

Actualmente su economía se basa en la pesca, la agricultura de la papa en los andenes y el Turismo Rural, recibiendo anualmente 40.000 turistas.

11. *Estrategias y mecanismos de divulgación.*

- Difusión mundial por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad.
- Especial atención a las RRSS: Facebook, Twitter e Instagram.
- Campaña gráfica publicitaria difundida por la red social Facebook.
- Estrategia publicitaria en páginas web institucionales: Perú in, Perú Travel, Promperú Oficial, Y tú que planes, etc.
- Amplia difusión en canales YouTube.
- Difusión en textos auspiciados por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, artículos científicos indexados y prensa escrita como el diario El Peruano (diario oficial) El Comercio, entre otros.

12. *Retos y soluciones.*

La experiencia de Taquile en relación con el desenvolvimiento del Turismo en las tres últimas décadas ha generado nuevos retos, beneficios, expectativas y problemas que los lugareños han enfrentado o sobrellevado no con pocas dificultades.

La comunidad, que alcanza los dos mil habitantes, recibe ahora alrededor de 50 mil turistas al año, veinticinco veces su población. Una situación de esa envergadura plantea enormes retos sobre la capacidad organizacional de cualquier centro turístico, particularmente en el caso de Taquile que carece de tradición empresarial para este tipo de actividades y que dispone apenas de 12 kilómetros cuadrados mayoritariamente conformados por laderas pedregosas. La comunidad de Taquile ha venido afrontando este reto con varios aciertos tangibles, pero también, asumiendo la persistencia de una serie de vacíos que felizmente se están tratando de cubrir progresivamente en el marco de planes y proyectos específicos, donde los protagonistas fundamentales son las propias gentes de la comunidad.

Los retos aludidos y la expectativa depositada en Taquile requieren de un nuevo «golpe de timón» que encamine el desarrollo de la Isla, relanzando el Turismo con factores que aseguren su competitividad y sostenibilidad, revalorizando otros recursos potenciales que incluyan el propio agro, resguardando el ambiente natural de la isla, reforzando lo mejor de su cultura inédita y evitando la exclusión social. Este es el contexto que promueve el PNUD en términos de un enfoque de desarrollo humano tanto para los pobladores actuales de Taquile como para sus futuras generaciones.

Dentro de los problemas internos merece mencionarse la inadecuada educación, los pobladores llegan hasta el tercer año de media se casan y no reciben la educación básica complementaria para afrontar actividades en el manejo del Turismo.

Dentro de los problemas externos a la comunidad, podemos mencionar a las agencias de Turismo, que compiten en forma descontrolada y no toman suficientemente en cuenta los intereses y derechos de la comunidad.

Frente a ese escenario, es importante rescatar la decisión de los principales líderes comunales para asumir el reto de reforzar un sentido empresarial en las personas, las familias, así como, de la misma organización comunal, para establecer un programa integrador vinculado al desarrollo turístico sostenible y competitivo; preservando el medio ambiente, los recursos naturales y su valioso legado histórico y cultural.

13. Claves de éxito.

- ✓ Taquile tiene una escuela especializada para aprender la artesanía local, lo que contribuye a la viabilidad y a la continuidad de la tradición. El Turismo ha contribuido al desarrollo de la economía comunitaria.
- ✓ Mientras que el Turismo se considera como una manera eficaz de asegurar la continuidad de la tradición textil, la demanda creciente también se traduce en cambios significativos en cuanto al material, producción y significado.
- ✓ Taller Participativo organizado por las autoridades de Taquile con el soporte del Equipo del PNUD a cargo del Informe sobre Desarrollo Humano. En este evento, al que asistieron 40 líderes locales y que fue dirigido por el Presidente de la Comunidad Campesina, se analizaron críticamente el pasado, el presente y el futuro de Taquile, evaluando el estado del capital social, humano y natural de la isla; así como sus potencialidades y riesgos de todo tipo. El Taller validó también una propuesta de acciones y proyectos que se consideraron fundamentales para acelerar y consolidar los logros que hasta estos momentos se han venido realizando.
- ✓ Los niveles de éxito logrado por la isla Taquile respecto al turismo ecológico-cultural, como emprendimiento viable y sostenible se ha debido a determinados factores estratégicos.
- ✓ Liderazgo generado por algunos pobladores locales en su afán de difundir su folklore y sus danzas, dando inicio a acciones de promoción al turismo en Europa y Estados Unidos.
- ✓ Herencia cultural ligada a su identidad cultural, su arte textil, su respeto a la naturaleza, los valores propios de su organización comunitaria ancestral en términos de la ayuda mutua, la solidaridad, la laboriosidad, la honestidad y la veracidad.
- ✓ El soporte técnico brindado por el Estado, especialmente a cargo del Plan COPESCO2 y del Ministerio de Industria y Turismo, desde mediados de la década del setenta.

Referencias:

- https://biblioteca.hegoa.ehu.es/downloads/17368/%2Fsystem%2Fpdf%2F482%2FDesarrollo_turistico_e_identidad_cultural.pdf.
- <https://ich.unesco.org/es/RL/el-arte-textil-de-taquile-00166>
- <https://www.ytuqueplanes.com/turismo-comunitario/taquile>
- <https://www.gob.pe/institucion/mincetur/noticias/551418-mincetur-aprueba-estrategia-para-reactivar-y-promover-el-turismo-a-nivel-nacional>
- <https://www.deperu.com/gobierno/municipalidad/municipalidad-del-centro-poblado-isla-taquile-amantani-puno-7297>
- <https://portal.munipuno.gob.pe/es/DirectorioFuncionarios>
- <https://compuempresa.com/info/municipalidad-del-centro-poblado-de-la-isla-de-taquile-20364372354>
- <https://fondep.gob.pe/red/proyecto/taquile-ayllunchikpa-yachayninkuna-los-saberes-de-mi-comunidad-de-taquile>
- <https://album.es/fotos/imagenes/trabajos-en-el-campo/gmx-niv14-con6429.htm>
- <https://andina.pe/agencia/noticia-puno-promueven-proteccion-de-cultura-taquile-emblematico-pueblo-del-lago-titicaca-942091.aspx>
- https://geoportal.cultura.gob.pe/assets/patinmaterial/archivos/doc/ba_57fd5607906e2.pdf

PERÚ



1. Nombre de la buena práctica.

Reserva ecológica Tingana.

2. Ubicación.

Ubicada dentro de la “Zona de Conservación y Recuperación de Ecosistemas Humedales del Alto Mayo”. Distrito: Moyobamba. Provincia: Moyobamba. Región: San Martín.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Juan Isuiza Piña. Presidente de la Asociación de Conservación de Aguajales y Renacales del Altomayo – ADECAR sector Tingana (San Martín)

Teléfono: (+511) 942958538

Correo electrónico: ✉ adecaramtingana@gmail.com

Web: <https://tingana.org>

Redes sociales: FB: www.facebook.com/tingana.adecar

IG: www.instagram.com/tingana_adecaram/

Youtube:

- www.youtube.com/watch?v=ADTG2PXAyew
- www.youtube.com/watch?v=N24hrd_1i_w
- www.youtube.com/watch?v=6Fd4bibQRfK

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Tingana cobra realismo en abril del 2003, conformando la asociación 24 familias de la comunidad, de las cuales 7 se encuentran totalmente involucradas y avocadas al desarrollo ecoturístico de la zona.

Hace 15 años, Tingana abrió sus puertas al Turismo y a todos los beneficios que promueve esta actividad. De ser una localidad que vivía del uso indiscriminado de los recursos naturales (tala, caza y pesca), pasó a ser un pueblo conservacionista y vigilante del cuidado del Amazonas.

Tingana, es un asombroso paraíso que alberga una gran variedad de especies de flora y fauna silvestre, en su mayoría aves y primates, es ideal para realizar estudios de investigación y observación. En este particular ecosistema, hábitat de especies en peligro de extinción y en situación vulnerable, los pobladores juegan un rol importante al protegerlas y cuidarlas para poder mostrarlas al mundo.

Esta iniciativa de la asociación se concretó gracias al ingeniero Adán Fabián Vergara del Proyecto Especial Altomayo - PEAM, el apoyo de la Agencia de Cooperación Técnica Alemana - GTZ y a Cáritas del Perú. El éxito de este proyecto radica en el modelo de gestión de las operaciones turísticas y el control de las ganancias. Asimismo, opera como una asociación integrada por los propios lugareños. Ellos se encargan de los traslados, el alojamiento, la alimentación y las

visitas guiadas. Los ingresos son distribuidos en el pago de salarios (10%), el mantenimiento y operación de las actividades turísticas (40%) y la conservación de la selva (50%).

Con las actividades turísticas, la iniciativa peruana ha alcanzado los siguientes Objetivos de Desarrollo Sostenible:

- ✓ Reducción de la pobreza.
- ✓ Trabajo decente y crecimiento económico.
- ✓ Producción y consumo responsable.
- ✓ Acción por el clima.
- ✓ Proteger los ecosistemas terrestres.

La Comunidad de Tingana en la región San Martín ahora es una reserva turística reconocida por la OEA y la OMT.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) y la Organización de Estados Americanos (OEA) destacaron el trabajo de la comunidad en su más reciente publicación «Turismo y los Objetivos de Desarrollo Sostenible». Tingana se destaca junto a otros catorce casos estudiados que desarrollan el turismo sostenible como parte del crecimiento inclusivo de los pueblos.

En este proceso, la comunidad tuvo que cambiar costumbres ancestrales. Su alimentación ahora consiste en granjas y zonas agrícolas determinadas, no en cualquier parte de la reserva. La zona está protegida de invasores externos y migrantes que buscan apropiarse del territorio. Además, los servicios higiénicos son ecológicos, ya que es imposible colocar alcantarillado por la crecida de los ríos y la composición de los suelos.

La comunidad ha empezado a educar a sus nuevas generaciones con formación universitaria. Herederos de la comunidad, hoy jóvenes tinganeses, estudian ecología, turismo o administración, que les brindan herramientas para poder sacar adelante el lugar en el largo plazo.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Se trata de un modelo de Gobernanza Privado Público, ya que Tingana forma parte de los productos del proyecto Turismo Rural Comunitario desarrollado por el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, MINCETUR, que está enfocado en permitir la sostenibilidad de la actividad turística y la inclusión socioeconómica de las poblaciones rurales. Asimismo, el proyecto se fortalece mediante las acciones de las diferentes plataformas de promoción.

Los emprendedores de la Asociación de Conservación de Aguajales y Renacales del Alto Mayo –Adecaram- quienes están a cargo del manejo y administración del emprendimiento turístico “Tingana” de la margen izquierda del río Mayo en la provincia de Moyobamba son: Tito Vàsquez, Anderson Cabrera, Emmerson Cabrera, Fernando Tuesta, Juan Isuiza, Gilmer Isuiza, Jesús Palma, Bercelia Mestanza, Juan Díaz, Haroldo Marín.

El gobernador regional Víctor Noriega Reátegui, Tiene un papel activo en la comunidad, apoyando al turismo creando mejores condiciones para los visitantes y turistas nacionales e internacionales que permanentemente visitan los emprendimientos turísticos del Alto Mayo, en este caso Tingana.

Se debe destacar el permanente apoyo del gobierno Regional y del MINCETUR: “Los promotores del MINCETUR nos han visitado varias veces para elaborar material informativo y

publicitario de la zona, pero lo más importante que hemos recibido del MINCETUR ha sido las capacitaciones en temas de concientización, asesorías, atención, manipulación de alimentos y temas financieros”, como el mismo señor Juan Isuiza lo señala: “Es gracias a las capacitaciones del MINCETUR que hemos logrado crecer, posicionarnos y pensar en seguir creciendo”.

6. Descripción de la buena práctica.

Tingana, destaca como modelo de gestión turística. Bajo el enfoque de aprovechamiento de recursos forestales, la comunidad pasó de ser depredadora de la selva a ser cuidadora del ecosistema. Actualmente, su alimentación se basa en granjas y zonas agrícolas determinadas.

La zona está protegida de invasores externos y migrantes que buscan apropiarse del territorio. El 10% de los ingresos que se obtienen por turismo, se destina al pago de salarios de las familias, el 40 % al mantenimiento y operación de las actividades turísticas y el 50 % restante para la conservación de los bosques.

Además, los servicios higiénicos son ecológicos, desarrollados en consideración de la composición de los suelos y la crecida de los ríos.

El modelo de gestión turística de la asociación, integrada por 23 miembros, que ofrece recorridos en canoa - a través de los aguajales y renacales, avistamiento de flora y fauna, introducción a las cosmovisiones locales y al mundo de las plantas medicinales, así como actividades comunitarias tales como tareas agrícolas y de pesca.

7. Objetivos.

- ⦿ Preservar los recursos naturales, para desarrollar el ecoturismo como una actividad que promueve la conservación y la participación activa de la comunidad local.
- ⦿ Reducir la pobreza mediante una gestión satisfactoria del entorno turístico.
- ⦿ Trabajar decentemente y crecer económicamente.
- ⦿ Producir y consumir los recursos de manera responsable.
- ⦿ Tomar acciones por el clima.
- ⦿ Proteger los ecosistemas terrestres.

8. Actividades.

Las actividades principales que ofrecen a los turistas son el avistamiento de flora y fauna (birdwatching, caminatas), expediciones por los pantanos en canoa (paseos en peque peque) y realizar la siembra sostenible (visita a las chacras de los pobladores y reconocimiento de plantas medicinales). Son días de completa inmersión en la selva. Para ello es indispensable la protección de los recursos naturales.

Hospedaje en los bungalows y áreas para acampar.

Todas estas actividades en Tingana lo llevarán a conocer nuestra gran variedad de flora entre las que destacan los árboles de aguajal y renacal, orquídeas, bromelias y helechos, y también nuestra gran variedad de fauna como el mono fraile, mono negro, lobo de río, oso perezoso, garza, martín pescador, tucán, tarahui, tilapia y la carachama entre muchos otros”.

Tingana cuenta además con una pequeña cabaña en la cima de los árboles, desde la que tiene una increíble vista del bosque, la diversidad natural de Tingana hará que los turistas queden maravillados y sorprendidos.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Elaboración del Plan Maestro de Alto Mayo.
- Difusión de organismos como la Organización Mundial del Turismo (OMT) y la Organización de Estados Americanos (OEA), reconoce, dentro de sus casos de estudio, el emprendimiento peruano de Turismo Rural comunitario de Tingana, en la región de San Martín.
- Especial atención a las RRSS: Facebook e Instagram.
- Campaña gráfica publicitaria difundida por la red social Facebook
- Estrategia publicitaria en páginas web institucionales: Perú in, Perú Travel, Promperú Oficial, Y tú que planes, etc.
- Amplia difusión en canales YouTube.
- Difusión en prensa escrita como el diario El Peruano (diario oficial) El Comercio, entre otros.

10. Retos y soluciones.

Tingana, antes de ser una reserva turística, la población se dedicaba solo a la caza y la agricultura, lo que ocasionaba la destrucción progresiva de la naturaleza.

Los inicios fueron muy difíciles, no por la indómita naturaleza, sino por el cambio que los comuneros debían realizar, ya que, como la mayoría de las comunidades de la zona, tenían como principal actividad para subsistir la caza indiscriminada de las especies del bosque.

Se entendió en la comunidad de la importancia del cuidado de todas las especies tanto de flora y fauna, ahora la comunidad se encuentra abocada y comprometida al 100% con desarrollar el negocio de Turismo Rural Comunitario en Tingana.

Transformar su alimentación, la cual ahora consiste en granjas y zonas agrícolas determinadas, no en cualquier parte de la reserva. También los protege de invasores externos y migrantes que buscan apropiarse del territorio. Además, los servicios higiénicos son ecológicos; sería imposible que existiera alcantarillado porque en época de crecida de ríos y lluvias intensas, se desbordarían las tuberías.

No obstante, el Turismo todavía no es una actividad que se sostiene por sí sola en Tingana. Para crecer, la comunidad ha empezado a educar a sus nuevas generaciones en formación académica, que les brindan herramientas para poder sacar adelante el lugar en el largo plazo.

11. Claves de éxito.

Actualmente este emprendimiento cuenta también con una especie de corredor que conecta con el área de comedor y el área de descanso con hamacas; han sumado un área de cocina propia, servicios higiénicos y dos bungalows, en el que hospedan a los turistas, cuentan además con un panel solar, 3 botes a motor y 5 botes para el recorrido interno. Se destaca el esfuerzo de la comunidad y resalta los siguientes logros:

- ✓ Capacitación y desarrollo de habilidades de sus habitantes.
- ✓ Aumento mensual de los ingresos en US\$ 250 por persona.

- ✓ Recuperación de diversas especies de flora y fauna.
- ✓ Reorientación de otras actividades económicas hacia prácticas sostenibles, como la agricultura a pequeña escala.
- ✓ Recuperación y puesta en valor de tradiciones ancestrales y patrimonio cultural.
- ✓ Incorporación al régimen fiscal formal.
- ✓ Educación superior a niños y jóvenes, lo que mejora sus actividades económicas y evita la migración.
- ✓ Al compartir su modelo de desarrollo se coopera con las comunidades vecinas.
- ✓ Diversas organizaciones han colaborado con el proyecto, impartiendo formación (en gastronomía, hostelería, guiado de turistas, gestión empresarial y ecología) o promoviendo el proyecto turístico en distintas plataformas.
- ✓ La principal lección del emprendimiento se relaciona con los numerosos beneficios que se obtienen al cambiar el trato hacia la naturaleza, las personas, las sociedades, las especies y los ecosistemas. Por ello, Tingana sigue mejorando sus productos turísticos y fomentando la conservación de la selva y el empoderamiento local.
- ✓ Consientes sobre la capacidad de carga turística, durante los 3 primeros años alrededor del 80% del total de turistas que arribaban a la zona eran españoles; sin embargo, ahora esto ha cambiado, y un 70 – 80% de visitantes son nacionales.
- ✓ Programa de Voluntariado: Nace a partir del interés de compartir y desarrollar nuestras actividades turísticas vivenciales con jóvenes locales, nacionales e internacionales, que permita contribuir a la construcción de la mejoría de nuestros servicios turísticos en infraestructura y atención al turista. Para más información, ponte en contacto con nosotros.

Referencias:

- <https://tingana.org/tours-guiados/>
- www.conservamospornaturaleza.org/destino/tingana/
- www.ytuqueplanes.com/destinos/san-martin/ciudad-de-moyobamba/reserva-ecologica-tingana
- www.peru.travel/pe/experiencias/tingana
- www.promperu.gob.pe/turismoin/Boletines/2018/dic/2_tingana_en_san_martin_es_ejemplo_de_buenas_practicas_de_turismo_rural_sostenible.html
- <https://media.peru.info/koha/Memorial-Turismo-Rural-Comunitario-en-el-Peru.pdf>
- <https://rpp.pe/viajes/peru/la-comunidad-que-dejo-de-cazar-y-talar-para-sobrevivir-noticia-1091776?ref=rpp>

PORTUGAL



1. Nome da boa prática.

Aldeias Históricas de Portugal- Associação de Desenvolvimento Turístico.



2. Localização.

Belmonte, Centro.

3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Dalila Dias, Coordenadora Executiva da Aldeias Históricas de Portugal
Telefone: (+351) 275 913 395
Correio eletrónico: ✉ press@aldeiashistoricasdeportugal.com
Site: <https://aldeiashistoricasdeportugal.com>
Redes sociais: FB: www.facebook.com/ALDEIASHISTORICASDEPORTUGAL

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

Aldeias Históricas de Portugal é uma Associação de Desenvolvimento Turístico, de direito privado e sem fins lucrativos. Criada em 2007, tem como objetivo promover o desenvolvimento turístico da Rede Aldeias Históricas de Portugal, da qual fazem parte Almeida, Belmonte, Castelo Mendo, Castelo Novo, Castelo Rodrigo, Idanha-a-Velha, Linhares da Beira, Marialva, Monsanto, Piódão, Sortelha e Trancoso. As 12 Aldeias Históricas de Portugal estão localizadas no interior Centro de Portugal, distribuídas por 10 municípios

5. Modelo de Governança e regras.

Governança pública-privada

Associação é uma entidade privada sem fins lucrativos e com características de utilidade pública

A Associação prossegue fins de interesse regional e local e tem por objeto o fomento e a promoção do desenvolvimento das Aldeias Históricas de Portugal (AHP), de forma integrada e sustentável, a favor da comunidade abrangida e em benefício do interesse público, bem como gerir toda a Rede de Aldeias Históricas de Portugal, por meio da articulação de interesses em torno de objetivos comuns e estímulo à realização de ações conjuntas entre os municípios, entidades públicas, privadas e sociedade civil organizada atuantes na região abrangida pela Rede.

6. Descrição da boa prática.

https://aldeiashistoricasdeportugal.com/wp-content/uploads/2022/04/FichaProjetoDivulgaçaoSite_V2-1.pdf

As Aldeias Históricas de Castelo Rodrigo e Castelo Novo foram reconhecidas e distinguidas (em 2021 e 2022, respetivamente) como “Melhores Aldeias Turísticas do Mundo” nas duas primeiras edições da “Best Tourism Villages by UNWTO”, iniciativa promovida pela Organização Mundial de Turismo.

A Rede de Aldeias Históricas obteve a Certificação Biosphere Destination em 2018, um Sistema internacional desenvolvido pelo Instituto de Turismo Responsável, através de um conjunto de normas/standards que estabelecem objetivos específicos, identificáveis e mensuráveis. É a primeira certificação a responder aos 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas, tendo a Rede AHP se constituído como a 1ª Rede a nível internacional a obter esta certificação.

7. Objetivos.

- ◉ Gerir e promover a Marca “Aldeias Históricas de Portugal”
- ◉ Qualificar o produto turístico das aldeias históricas, através da definição de uma estratégia concertada de atuação e promoção, e do desenvolvimento de produtos turísticos.
- ◉ Apoiar o desenvolvimento de uma política de incentivos aos investidores que desejem investir na região e concertá-la com as instituições públicas e privadas que possam estar envolvidas.
- ◉ Promover iniciativas de animação cultural e divulgação do património das Aldeias.
- ◉ Contribuir para a melhoria da qualidade de vida local e para a diversificação e dinamização da atividade económica, nomeadamente na área do turismo e promover ações de qualificação e divulgação do património cultural, bem como a qualificação dos recursos humanos e outras.

8. Atividades.

Diversificar e reforçar o tecido económico das AHP através do estímulo à base empreendedora associada à inovação-rural e inovação no turismo e fomentar a inovação territorial com o desenvolvimento do conceito de Aldeias Históricas Sustentáveis e Inteligentes.

Potenciar a criação/requalificação de infraestruturas de animação permanente que permitam dotar o território de condições favoráveis à visitação e à qualidade de vida da população.

Diversificar e reforçar o tecido económico das AHP através do estímulo à base empreendedora associada à inovação-rural e inovação no turismo e fomentar a inovação territorial com o desenvolvimento do conceito de Aldeias Históricas Sustentáveis e Inteligentes.

Implementar e dinamizar uma agenda sustentada de eventos e uma estratégia de marketing e de animação territorial associada aos recursos inimitáveis da Rede – comunidade local e público externo: mercado nacional e internacional

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Sites, redes sociais, rede de parceiros

10. Desafios e soluções.

Serem pioneiros na área / certificação internacional

11. Chaves de êxito.

- ✓ Parceria publico-privado
- ✓ Certificação
- ✓ Trabalho em Rede
- ✓ Inovação
- ✓ Qualidade dos serviços

PORTUGAL



1. Nome da boa prática.

Associação Dark Sky.

2. Localização.

Cumeada, Reguengos de Monsaraz, Évora, Alentejo.



3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Apolónia Rodrigues
Telefone: (+351) 91 310 35 40
Correio eletrónico: ✉ info@darkskyalqueva.com
Site: <https://darkskyalqueva.com>
Redes sociais: FB: www.facebook.com/Alqueva

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

O Alqueva possui um céu noturno com características únicas para o desenvolvimento de uma Reserva Dark Sky.

Foi o primeiro sítio no mundo a receber “Starlight Tourism Destination Certification”, dada pela Fundação Starlight, com o apoio da UNESCO, OMT E IAC. A Reserva Dark Sky Alqueva é um projeto que se foca no desenvolvimento sustentável e na competitividade do turismo Europeu nos Concelhos de Alandroal, Barrancos, Moura, Mourão, Portel e Reguengos de Monsaraz.

A sustentabilidade e a preocupação pelo zelo do lugar são um motivo para ser um destino de atratividade e de contemplação.

O céu é o protagonista, estrelado e livre de poluição luminosa que permite dar a quem visita atividades noturnas.

5. Modelo de Governança e regras.

Governança privada-pública

- Associação
- Trabalham em parceria com autarquias locais
- Desenvolvem varias atividades e foram amplamente premiados internacionalmente
- O Alqueva, é o primeiro sítio do mundo a ser certificado pela Starlight Foundation como um “Starlight Tourism Destination”. Esta certificação, concedida pela Fundação Starlight, é apoiada pela UNESCO, UNWTO e IAC. Hoje em dia, o Dark Sky® Alqueva inclui áreas de concelhos portugueses e espanhóis, tornando-se também o primeiro Destino Starlight Transfronteiriço do Mundo, provando que o céu não tem fronteiras nem limites de qualquer tipo.

6. Descrição da boa prática.

A iniciativa da Rota Dark Sky Alqueva fornece varias atividades, com foco na sustentabilidade, proporcionando oportunidades para observação de pássaros, caminhadas, passeios a cavalo, observação da vida selvagem, canoagem, passeios de balão, Yoga, jantares à beira do lago, atividades infantis e, claro, observação de estrelas.

É um lugar memorável para desfrutar de todas as maravilhas visuais que a galáxia pode oferecer aos observadores em qualquer nível de conhecimento. A Associação Dark Sky® é signatária da iniciativa “Global Tourism Plastics Initiative”, liderada pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente “United Nations Environment Programme” e pela Organização Mundial do Turismo (OMT), em colaboração com a Fundação Ellen MacArthur.

7. Objetivos.

- ⊙ Observação solar e astronómica
- ⊙ Conservação de uma reserva do céu em meio rural
- ⊙ Combate à poluição luminosa

8. Atividades.

Observação solar e astronómica, que permite uma experiência visual única desde planetas, às crateras da Lua, passando pelo céu mais profundo, com uma viagem cósmica por entre as nebulosas, galáxias e enxames de estrelas que se erguem acima de um dos melhores céus do mundo.

A Sede do Dark Sky® Alqueva, oferece ainda uma grande variedade de actividades que permitem aliar à observação astronómica, uma experiência de sensações e sabores incrível, como relaxar ao pôr-do-sol e degustar um cocktail ou fazer uma prova cega de vinhos à luz das estrelas. Trabalham com parceiros especialistas noutras áreas, para construir pacotes customizados.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Sites, redes sociais, artigos científicos, festa, fotografia, outros.

10. Desafios e soluções.

Serem pioneiros na área / certificação internacional

11. Chaves de éxito.

- ✓ Certificação
- ✓ Inovação
- ✓ Qualidade dos serviços

PORTUGAL



1. Nome da boa prática.

EboraMegalitica.

2. Localização.

Guadalupe, Evora, Alentejo



3. Dados do Contato.

Pessoa de contato: Mario Carvalho
Telefone: (+351) 964 808 337
Correio eletrónico: ✉ eboramegalithica@gmail.com
Site: www.eboramegalithica.com
Redes sociais: FB: www.facebook.com/evoramegalitica/?locale=pt_PT

4. Antecedentes. Como surge a boa prática?

Arqueólogo e empresário, resolvem constituir uma Associação para educar sobre a vida no período Neolítico através da visita de alguns dos mais importantes monumentos megalíticos do mundo: o Cromeleque e Menir dos Almendres e a Anta Grande do Zambujeiro. Procuram assim oferecer um enquadramento arqueológico aprofundado sobre os períodos e os monumentos que visitamos, incluindo os aspectos técnicos, cronológicos e culturais da sua construção bem como diferentes dados sobre o quotidiano das pessoas que os construíram.

5. Modelo de Governança e regras.

Governança privada-pública

- Associação
- Colaboração com Município e Turismo do Alentejo
- Financiamento Turismo de Portugal
- Colaboração com proprietário do local onde se situa o Cromeleque
- Forte ligação à comunidade local e científica

6. Descrição da boa prática.

Localizado na aldeia de Guadalupe, Évora, próximo do Cromeleque dos Almendres, é um espaço cujo objectivo principal é apoiar a visita ao Cromeleque dos Almendres (recinto Megalítico) com serviços educativos e conteúdos interpretativos sobre arqueologia e natureza.

7. Objetivos.

- ⦿ Educar, promover, preservar, inspirar, partilhar, experimentar, interpretar e criar sobre megalitismo no Alentejo.

8. Atividades.

Um parque pedagógico que inclui a reprodução de abrigos do Paleolítico e de uma cabana do Neolítico (em escala real e construídos com os materiais e técnicas originais), bem como do correspondente equipamento do quotidiano, tal como armas de caça, instrumentos de pedra lascada e polida, cerâmica, objetos votivos, entre muitos outros.

Também dispõe de uma coleção de réplicas 3D de crânios dos principais membros da linha evolutiva humana. Este espaço tem como objectivo criar uma experiência pedagógica o mais imersiva possível. Rodeados pelo Montado e numa área de Reserva Ecológica Nacional, dispõe de uma ampla zona verde junto à ribeira de Valverde, com um jardim de plantas autóctones, mesas de pic-nic com capacidade para 48 lugares sentados e um conjunto de 12 painéis interpretativos de grande dimensão sobre a arqueologia e ecologia locais.

9. Estratégias e mecanismos de divulgação.

Site, redes sociais, parceiros com escolas em todo o país.

10. Desafios e soluções.

Território de baixa densidade, desconhecimento do monumento.

11. Chaves de êxito.

Desenvolvimento de projeto em parceria

URUGUAY



1. Nombre de la buena práctica.

Mesa Departamental de Turismo.

2. Ubicación.

Departamento de San José.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Pedro Rodríguez
Teléfono: +598 99149026
Correo electrónico: ✉ mesadeturismo@sanjose.gub.uy

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

La iniciativa surge como parte del programa de gobierno de la nueva Intendente de San José, Cra. Ana Bentaberry que asume con una propuesta clara de generar un nuevo modelo de Gobernanza local democrática, descentralizada y en constante diálogo con la ciudadanía y actores de desarrollo, que responde a su compromiso político de trabajar por un San José “Humanamente Inteligente”.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Mesa la constituyen personas elegidas por los municipios en representación de los territorios con la idea de reconocer la descentralización de las políticas públicas en el departamento. Personas vecinas reconocidas en la comunidad de origen, no necesariamente vinculadas profesionalmente con el Turismo que dan voz a la ciudadanía en el diseño de la política pública de Turismo Sostenible, desde la identificación de necesidades, procesos de diseño y planificación, acompañamiento y evaluación de impactos sobre el territorio y sus gentes. Las instancias implicadas son la Intendencia de San José, municipios y equipos técnicos, sector privado y ciudadanía bajo un modelo de Gobernanza democrática local.

6. Descripción de la buena práctica.

En los primeros días de 2022 la Cra Ana Bentaberry, Intendente de San José, propuso al sector de turismo del departamento generar una herramienta de gobernanza participativa local que contemplara voces diversas y representativas de los municipios en el diseño de una política pública de turismo sostenible. Dicha Mesa debía asumir el reto de ayudar al sector turístico y a los agentes de desarrollo públicos y privados en generar capacidades locales para afrontar una estrategia integral de Turismo Sostenible.

La filosofía de esta propuesta parte de la convicción que “Turismo somos todos/as” y que se precisa de la colaboración, cooperación y apoyo mutuo de diferentes actores, una estrategia multiactor y multinivel. No se trata de sustituir o anular la responsabilidad del actor público responsable de la política sino de generar nuevas capacidades locales para abordar el Turismo con mirada compleja y apostando por la prosperidad compartida de todos.

7. Objetivos.

El objetivo principal es generar capacidades en el territorio para el diseño de mejores políticas en materia de Turismo y acompañar la estrategia del sector en una Agenda estratégica en línea con las Misiones territoriales que se vayan definiendo en la Agenda Departamental 2033.

Y a su vez garantizar que la voz de los municipios y de la ciudadanía está presente en los diseños, en los desarrollos y evaluaciones que se vayan realizando.

8. Actividades.

- ▶ Reuniones periódicas de análisis, debate y acuerdos
- ▶ Convocatoria de actividades de capacitación para el sector
- ▶ Convocatoria de talleres de diseño estratégico para el sector
- ▶ Debate y opiniones informadas sobre cuanta materia en el ámbito del Turismo se lleve a la Mesa por parte de la Intendencia.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

La comunicación se realiza a través del servicio de comunicación institucional de la Intendencia previa información por parte de la Oficina de Turismo. Asimismo, las personas integrantes participan de los eventos y actividades convocadas por la Mesa y/o por la Oficina de Turismo

10. Retos y soluciones.

- a). Participación real y constante de las personas con iniciativas
- b). Diseño de funcionalidades y mecanismo de gobernanza en red
- c). Calidad y Coherencia de las acciones con los valores fundacionales
- d). Sistematización de aprendizajes.
- e). Reforzar alianzas internas y externas

Para trabajar en soluciones a estos retos se ha dotado de recursos para el acompañamiento experto en materia de consultoría y apoyo técnico por parte de la Oficina de Turismo departamental.

6. Claves de éxito.

- ✓ Apoyo político y técnico por parte de la Intendencia.
- ✓ Acompañamiento técnico por parte de la Oficina de Turismo.
- ✓ Facilitación y desarrollo por parte de asesoramiento experto.
- ✓ Agenda de trabajo y Hoja de Ruta establecida con claridad.
- ✓ Mecanismo de coordinación y revisión de acuerdos
- ✓ Esfuerzo en generación de capacidades individuales y grupales del equipo.
- ✓ Compromiso y generosidad de los integrantes.
- ✓ Comunicación directa con los municipios y operadores turísticos.

URUGUAY



1. Nombre de la buena práctica.

Escuela de Gobernanza.

2. Ubicación.

Departamento de San José.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Rossana Reyes
Teléfono: +598 99341517
Correo electrónico: ✉ odsrossana@gmail.com

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Se decide arrancar en el año 2015 con el proceso de creación de la ESCUELA DE GOBERNANZA, una iniciativa de la Intendencia de San José, liderada en ese momento por su Intendente Falero y por su secretaria general Cra. Bentaberri, que tuvieron la capacidad política para poner sobre la mesa de debate esta problemática y una propuesta de futuro que pretende ser un espacio socialmente construido y compartido de conocimiento, debate y experiencia, apoyada en una propuesta de aprendizaje innovadora.

Es una propuesta que se inspira y alimenta de miradas y procesos que tienen un cierto recorrido histórico en el interior de la ISJ, en experiencias internacionales y en el debate-aprendizaje de un equipo de la Intendencia que viene trabajando hace un tiempo y al que se ha sumado un nuevo equipo de personas ajenas a la vida orgánica de la ISJ para que la propuesta se desarrolle y fertilice en el ámbito para el que nace: la sociedad en su conjunto.

La iniciativa va madurando en tres etapas que van generando saltos de innovación y compromiso. Una primera etapa que denominamos “Un Sueño” la Escuela era una iniciativa y un proyecto del ápice estratégico de la ISJ que la dotó de un presupuesto para generar las capacidades necesarias para su consolidación.

En ese momento, por lo tanto, dependía del equipo de gobierno, y especialmente del Sr. Intendente y de la Sra. Secretaria General. Esto habla por sí sólo de la importancia que se le dio al tema de la Gobernanza en el pensamiento y en la praxis política en el ápice estratégico de la Intendencia.

Dicho lo anterior, y en coherencia con el espíritu de la nueva cultura política e institucional que supone esto, la Escuela se fue pensando, diseñando y estructurando con la participación libre de un nutrido equipo de personas responsables del equipo de gobierno, al que se le fue sumando el apoyo de un grupo de personas de la 1ª 3ª ciudadanía con la idea de convertir a la Escuela en ese espacio social construido del que hablamos.

En definitiva, la Escuela nace de la ISJ para, por y con la ciudadanía. Espacio que se irá ampliando y profundizando en la medida que la iniciativa fue creciendo y madurando. En la medida que realmente era una respuesta eficaz y eficiente para los sueños y retos de la sociedad del departamento.

El segundo momento de maduración “Una Resolución” llegó en el año 2018. El Intendente emitió una Resolución en la que institucionalizó la Escuela de Gobernanza, dotándola de autoridades, siendo la presidenta, la secretaria general, Cra. Ana Bentaberri, y los directores la Lic. Rosana Reyes y el Lic. Javier Gutiérrez (edil departamental de la oposición política).

El tercer momento, “Una política pública” (en la que nos encontramos actualmente) llega con el gobierno de la Cra. Bentaberri como nueva Intendente del gobierno departamental a partir del año 2020 que convierte a la Escuela de Gobernanza en una política pública central departamental con lineamientos estratégicos propios, presupuesto y equipo destinado exprofeso a esta nueva política pública local, también vinculada al posicionamiento de la Intendencia en materia de Agroturismo Rural y Agroturismo.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Para desarrollar la ruta estratégica y operativa se ha dotado de una partida propia en el presupuesto de la ISJ, con un plan operativo y de gestión fruto de un proceso de reflexión estratégica que se viene llevando a cabo de forma sistemática, con un modelo de Gobernanza pública, democrática y colaborativa local.

Asimismo, se cuenta con instalaciones y recursos materiales y tecnológicos adecuados, personal suficiente y capacitado, así como la legitimidad y respaldo para crecer como propuesta y así ayudarnos a alcanzar las metas propuestas. La Escuela va caminando en este periodo hacia un modelo de sostenibilidad acorde con los retos departamentales y el compromiso con la eficiencia.

En cuanto a su propia Gobernanza se plantea consolidar la estructura actual existente (Comisión Directiva; Secretaría Técnica y Comisiones) e ir caminando de forma progresiva y gradual en la dirección de una mayor participación de la sociedad civil mediante el refuerzo de las comisiones por ámbitos y programas. Esta gobernanza participada debe darse en un proceso de madurez organizacional.

6. Descripción de la buena práctica.

En septiembre de 2015, ONU propugna la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (ODS), 17 Objetivos que supone una nueva mirada sobre lo que el desarrollo global significa, y donde lo “local” y la calidad de las relaciones entre actores se convierten en los grandes protagonistas. Esto implicará una “Nueva Gobernanza” del desarrollo, una nueva cultura política e institucional en el territorio, una apuesta por la innovación en la gestión de los gobiernos locales. Apuestas por principios explícitamente mencionados en el ODS 16 (16.6; 16.7; 16.10).

La Escuela de Gobernanza nace como una iniciativa del Gobierno Departamental de San José, con la intención de contribuir al fomento de estos principios y objetivos globales desde lo local, a través de:

1. La formación y desarrollo de capital humano y social del departamento.
2. La gestión de información y conocimiento clave para avanzar en los retos de la gestión del departamento.
3. Articulación de redes, fomentando liderazgos responsables en todos los sectores, así como relaciones que potencien la coproducción de políticas de desarrollo.

Para cumplir con esos objetivos la Escuela de Gobernanza ha desarrollado una serie de acciones y programas.

Concebimos a la Escuela de Gobernanza como una estrategia de innovación social que busca “más y mejores conexiones críticas de valor” para poder responder a los retos que la sociedad tiene en nuestro tiempo y poder apoyar, de esta manera, al desarrollo de un turismo sostenible y hospitalario.

7. Objetivos.

La Misión de la EG es “Impulsar y apoyar iniciativas, procesos y dinámicas de transformación en San José, que apuesten a la esperanza, convivencia democrática y al cuidado del bien común, mediante el compromiso, coordinación y cooperación de todos los actores del territorio”.

Asimismo, se define la Visión como:

- ⊙ La Escuela es el “núcleo irradiador” de iniciativas y dinámicas territoriales de transformación.
- ⊙ La Escuela es el catalizador en la generación de capacidades locales y facilitador de procesos participativos en San José para dinamizar un tejido económico responsable y comprometido con San José;
- ⊙ Una Ciudadanía empoderada, con capacidad transformadora y Funcionarios involucrados en un gobierno eficaz, abierto, transparente y sensible.

8. Actividades.

Las acciones se han concebido para desarrollarse:

1. Trabajando en la formación y desarrollo de nuestro capital humano y social del departamento.
2. Facilitando información y conocimiento clave para avanzar en los retos de la gestión del departamento.
3. Creando un espacio de estudio y actuación sobre el rol del gobierno departamental y las nuevas estrategias de desarrollo.
4. Articulando redes, liderazgos y relaciones que potencien la prosperidad sostenible.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

La comunicación se realiza a través del servicio de comunicación institucional de la Intendencia previa información por parte de la Escuela de Gobernanza,

Asimismo, las personas integrantes participan de los eventos y actividades convocadas por la EG. Se utilizan las redes sociales para llegar a más población e impactar en el territorio.

Asimismo, el boca a boca y las conversaciones directas con la ciudadanía es un mecanismo central y estratégico de la EG.

10. Retos y soluciones.

Es un proyecto que enfrenta los retos del presente incierto y complejo y, para ello, se ha abocado a la construcción de nuevos liderazgos, con personas que renueven las ideas de las instituciones y organizaciones, con profesionales que faciliten procesos de diálogo entre actores del territorio y capaces de activar la riqueza de una ciudadanía dispuesta a innovar y participar activamente en el bien común.

La apuesta pasa por operativizar y gestionar la máxima de la EG “Que la ciudadanía pase de ser parte a formar parte y tener parte”.

11. Claves de éxito.

- ✓ APOYO POLÍTICO Y TÉCNICO por parte de la Intendencia
- ✓ FACILITACIÓN y DESARROLLO por parte de asesoramiento experto
- ✓ RECURSOS HUMANOS Y MATERIALES DISPONIBLES
Personal, docentes, profesionales, calidad instalaciones, tecnología, etc. Compromiso y generosidad de los integrantes
- ✓ PARTICIPACIÓN IMPLICADOS
Liderazgo participativo, clima de trabajo favorable, desarrollo y crecimiento personal.
- ✓ EL PLAN DE TRABAJO (OFERTA)
Contenidos teóricos y prácticos, adecuación a las demandas sociales de los correspondientes perfiles profesionales, metodología.
- ✓ TRANSPARENCIA INFORMATIVA
En la institución, que facilitará la transferencia del conocimiento y generará confianza. Comunicación directa con los municipios y agentes de desarrollo
- ✓ DIRECCIÓN ACADÉMICA Y ADMINISTRATIVA
Labor directiva, organización, funcionamiento de los servicios, relaciones humanas, coordinación y control de gestión.
- ✓ ALIANZAS
Despliegue de contactos nacionales e internacionales en el proceso de capacitación
- ✓ EVALUACIÓN
Que permita aprender de los errores y seguir mejorando.

VENEZUELA



1. Nombre de la buena práctica.

Promotora Turística Wao. Sitios Wao.

2. Ubicación.

Caruao, Estado La Guaira.



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Juan Guinand
Teléfono: +58 4242461356
Correo electrónico: ✉ juanguinand@waoturismo.com
Web: www.sitioswao.com
Redes sociales: IG: @sitioswao / @comunidadeswao / @lomas de caruao

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

En el año 2017 debido a la poca presencia del Estado en la región y de las importantes carencias en los pueblos de la Costa Este del Estado La Guaira en Venezuela, desde las empresas hermanas, Sitios y Posada Lomas de Caruao, decidimos crear una fundación para apoyar a las comunidades de Caruao, San Jorge y La Sabana en 6 pilares claves: salud, alimentación, deporte, formación, emprendimiento y turismo sostenible. Así nace la Fundación Comunidades WAO.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

La Fundación tiene una alianza privada-pública con los Consejos Comunales de los pueblos de Caruao y San Jorge y con la comunidad directamente.

Los diferentes proyectos se trabajan a través de alianzas estratégicas con organizaciones de expertos, ONG, embajadas y particulares, todos alineados con la comunidad.

6. Descripción de la buena práctica.

La sostenibilidad es un concepto complejo que implica un equilibrio entre lo social, lo económico y la naturaleza.

Nuestros proyectos buscan este equilibrio y la transformación de una sociedad apartada de estos conceptos hacia una visión de futuro responsable y sostenible.

7. Objetivos.

Lograr desarrollar un destino turístico Sostenible de la zona de Caruao y aumentar el nivel de vida de los pobladores de la zona a través de practicas sostenibles y de la participación de la comunidad como principales actores de su futuro y de su región.

8. Actividades.

- ▶ Salud. Jornadas medicas en alianza con la Fundación CUMIS de la Universidad Central de Venezuela.
- ▶ Dos comedores que brindaban 110 almuerzos diarios por 3 años en los pueblos de Caruao y San Jorge. Este programa terminó en febrero 2023.
- ▶ Escuela de Baseball menor de Caruao para 70 niños con 4 profesores del deporte mas jugado en la zona.
- ▶ Transformación de la casa La Guachafita en una escuela de Formacion y Emprendimiento. Actualmente funcionando como centro de producción de chocolate a partir del cacao de la zona de Caruao.
- ▶ Creación de las rutas de Turismo Sostenible con la formación de 15 jóvenes del colegio local.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

Todos nuestros proyectos se gestan en alianza con organizaciones de expertos y otras ONG.

Hemos ganado dos programas de apoyo económico por parte de la Embajada de Francia en Venezuela, para los proyectos: Escuela de Chocolate La Guachafita y Escuela de Baseball Menor.

En 2020 fuimos ganadores del premio Responsible Tourism de la WTM por Reducción de Pobreza e Inclusión.

10. Retos y soluciones.

- Lograr una verdadera Sostenibilidad.
- Que la comunidad entienda que su calidad de vida depende de ellos en gran medida, y que con el trabajo y la formación es posible hacer de Caruao un destino turístico Sostenible de calidad, así como un gran productor de cacao y chocolate.
- Lograr que la población entienda el valor de entorno natural que los rodea y aprenda a cuidarlo.
- Solución, a través de la Fundación Comunidades WAO y los proyectos que llevamos a cabo.

11. Claves de éxito.

- ✓ Constancia y perseverancia.
- ✓ Comunicación clara y abierta.
- ✓ Alianzas.
- ✓ Cuidar los detalles.
- ✓ Una visión clara y compartida.

VENEZUELA



1. Nombre de la buena práctica.

Yaraqueñas.

2. Ubicación.

Caserío los Ureros, Municipio Bolívar. Estado Yaracuy



3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Stefany Mendoza
Teléfono: +584124780762
Correo electrónico: ✉ yaraqueñas@gmail.com
Redes sociales: IG: @yaraqueñas

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

Hace 6 años nace Yaraqueñas en la búsqueda de creación de ingresos y oportunidades de empleo digno para mujeres rurales, con un equipo inicial integrado por 6 mujeres que se ha ampliado a 18, es mediante el legado ancestral de tejido de palma de su comunidad y familia que crean piezas artesanales tejidas a mano en fibra natural.

El legado del tejido ha crecido y Yaraqueñas ha formado de forma gratuita a 35 mujeres, niños y niñas en el tejido de fibra natural y ha capacitado a más de 100 mujeres en herramientas para emprender como parte de su impacto social y propósito.

En el año 2021 ingresaron como miembros a la Ruta Turística Gastronómica del Estado Yaracuy y en alianza y gracias al apoyo y formación del Centro de Estudios para la Hospitalidad y el Turismo (CEHOTUR) diseñaron una ruta de Turismo Rural que resalta los atractivos naturales, artesanales y gastronómicos de su comunidad.

Dicha ruta fue ganadora del Premio Nacional de Turismo mención Turismo Rural.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Yaraqueñas es una empresa compañía anónima de triple impacto con sede en la comunidad de La Vaca, sus artesanas están divididas a lo largo del eje comunitario los Ureros- La Vaca -Barlovento, con aproximadamente 2 km de distancia entre las comunidades.

Cada artesana trabaja desde su casa y las piezas son reunidas en el taller para trabajos de transformación o entregadas a nuevas artesanas para finalizar procesos como costura o detalle.

Realizan reuniones mensuales para la organización del trabajo, discusión de nuevas ideas y diseños, precios por proceso, métodos y tiempos de pago, formación y tiempo de compartir.

6. Descripción de la buena práctica.

Es una oferta de Turismo Rural Comunitario que pone en valor el hacer de la mujer rural, no solo desde el ámbito artesanal, se exhiben diferentes roles de la mujer rural, como arte, ganadería, siembra, aprovechando a su vez la historia de la comunidad y sus atractivos naturales.

7. Objetivos.

- ⊙ Conservar la reserva biológica privada.
- ⊙ Generar ingresos y desarrollo social.
- ⊙ Empoderar mujeres rurales para que a través del hacer de sus manos transformen sus vidas, sus entornos y juntas el mundo.
- ⊙ Sembrar arraigo y sentido de pertenencia en locales, visitantes y turistas sobre las tradiciones culturales y gastronómicas.
- ⊙ Resaltar la importancia del rol de la mujer en la generación de ingresos para el hogar y la educación.

8. Actividades.

Ruta turística artesanal, gastronómica y de naturaleza que incluye actividad en río natural, compartir con artesanas, se brinda una inducción en tipos de fibras y tejidos, paseo de la mujer rural donde diferentes mujeres de la comunidad exhiben su hacer y muestran su trabajo, granja animal de contacto y paseo y exhibición gastronómica de dulcería típica.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

La Ruta se publicita y comercializa en alianza con la Ruta Turística Gastronómica del Estado Yaracuy a través de operadores turísticos locales y nacionales.

Visitas directas por recomendación.

10. Retos y soluciones.

Mejorar la infraestructura turística existente para brindar una mejor experiencia al turista y visitante.

11. Claves de éxito.

- ✓ Capacitarse.
- ✓ Perseverancia.
- ✓ Propósito claro.
- ✓ Trabajo en Equipo.

VENEZUELA



1. Nombre de la buena práctica.

Eco Aventura Tours.



2. Ubicación.

Santa Elena de Uairén, Gran Sabana, Estado Bolívar.

3. Datos de contacto.

Persona de contacto: Odimar López
Teléfono: +584249230318
Correo electrónico: ✉ info@ecoaventuratours.net
Web: www.ecoaventuratours.net
Redes sociales: IG: @ecoaventuratours

4. Antecedentes. ¿Cómo surge la buena práctica?

En el año 2013 Eco Aventura Tours se forma para dar a conocer el Monte Roraima y la comunidad indígena de Paraitepui y así formar un equipo de trabajo basado en el Turismo Rural.

5. Modelo de Gobernanza e Instancias implicadas y roles.

Es una comunidad indígena con una Gobernanza privada donde los operadores turísticos llevan turistas beneficiando directamente a la comunidad local.

6. Descripción de la buena práctica.

Somos una agencia local y nuestro propósito es crear conciencia social para preservar el medio ambiente y las culturas de las comunidades locales.

7. Objetivos.

- ◉ Promover la conservación y mantenimiento de nuestros recursos y ecosistemas.
- ◉ Fomentar el desarrollo económico sostenido, inclusivo y sostenible.
- ◉ Incentivar la capacitación y profesionalización de la comunidad.

8. Actividades.

Ofrecemos tours a la Gran Sabana visitando saltos, pozos y comunidades indígenas locales, así como también visitas al Tepuy Roraima, la montaña sagrada en la comunidad de paraitepui acompañados de un equipo indígena de la zona quienes brindaran al turista durante siete días una experiencia cultural maravillosa.

En Tepuy Roraima pueden aprender de su modo de vida y algunas palabras de su lengua indígena Pemón Taurepan, así como también probar su rica gastronomía y platos típicos, visitar lugares de interés.

Más que un tour es una vivencia con la comunidad.

9. Estrategias y mecanismos de divulgación.

- Contacto con agencias internacionales, recibimos turistas de todas las nacionalidades, principalmente de Brasil.
- Contacto directo de personas por recomendación.

10. Retos y soluciones.

- La conservación y preservación del recurso natural, en este caso el Tepuy Roraima.
- Incentivar la creación de oportunidades de negocio en la comunidad.
- Ser una comunidad autosustentable.

11. Claves de éxito.

- ✓ Desarrollar un plan de acción estratégico.
- ✓ Capacitarse constantemente.
- ✓ Paciencia, constancia y perseverancia.

5. Glosario

MODELOS GOBERNANZA

La Gobernanza es una noción que busca describir una transformación sistémica compleja, que se produce a distintos niveles, de lo local a lo mundial- y en distintos sectores: público, privado y civil.

Puede ser entendida en términos académicos como una categoría analítica que da cuenta de la transformación en las formas tradicionales de gobierno durante las últimas décadas, en función de una realidad social cada vez más diversa, compleja y dinámica, pudiéndose entender como “redes inter-organizacionales auto-organizadas” con poder de incidencia tanto en ámbitos de prestación de servicios como de rendición de cuentas ([LFLACSO-Cordova-150502-PUBCOM.pdf](#)).

Modelo de Gobernanza será aquel que se conciba como un engranaje dinámico donde se tome en cuenta el marco normativo que brindará el soporte legal, los mecanismos de participación que será el soporte democrático, el ordenamiento territorial que constituirá el equilibrio geopolítico de un gobierno, los permanentes incentivos para agilizar los mecanismos y la generación y gestión de información que permitirá a los ciudadanos estar bien informados con un alto grado de pensamiento crítico (*Universidad de Ciencias y Humanidades; Universidad Nacional Federico Villareal, Lima, Perú. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0249-5345>*).

Estrategia de Gobernanza define las líneas y objetivos fundamentales que en materia de gobernanza pública va a impulsar y poner en marcha la Administración.

Buena Gobernanza: Buena gobernanza o buen gobierno es aquel capaz de gestionar de forma eficiente y sostenible desde el punto de vista económico, político, social, cultural y medioambiental y está estrechamente relacionado con el desarrollo económico. Su cumplimiento se ha convertido en una referencia imprescindible para medir la credibilidad y el respeto de cada país en el ámbito internacional.

Gobernanza pública: La gobernanza pública es un campo de estudio interdisciplinario que se centra en las relaciones de poder entre las autoridades públicas, la sociedad civil y el mercado.

Gobernanza pública – privada: (También conocida como **Gobernanza Compartida**) Es aquella en la que participan instituciones públicas (del Estado) y actores del sector privado. La mayor de las veces para objetivos altamente específicos en territorios claramente delimitados, y con plazos de tiempo acotados desde el inicio de la actuación; en donde los indicadores de desempeño para ambos sectores formarán parte indisoluble de la medición de eficiencia.

Gobernanza privada: Es la relación entre los accionistas y la dirección de la empresa, particularmente dentro del consejo de administración. El objetivo es asegurar la integridad y la buena transparencia de las prácticas e información financieras dentro de la empresa, especialmente, por tanto, en los vínculos entre empresa y accionistas.

Gobernanza privada – privada: Es el proceso de diseño de la política empresarial (puede ser aplicada a lo público) que caracterizará la alianza de actores del sector privado que desarrollen alguna actividad, necesariamente está conformada por actores privados como individuos, corporaciones y organizaciones no-gubernamentales que interactúan entre ellos.

Gobernanza por redes: Se define como una red de interés con actores claves. El gobierno se considera un nodo más. Las decisiones son de tipo político y se negocian con los actores involucrados. Existen mecanismos que autorregulan la red. El control se realiza por resultados y por criterios de eficiencia (https://www.researchgate.net/publication/291970440_La_gobernanza_Conceptos_tipos_e_indicadores_internacionales_Los retos_para_Mexico).

Gobernanza global: Supone la regulación de relaciones interdependientes ante la ausencia de una autoridad política global; ejemplo: la relación entre los estados independientes.

Gobernanza corporativa es el conjunto de procesos, costumbres, políticas, leyes e instituciones que afectan a cómo se dirige, administra o controla una empresa (corporación).

Gobernanza local: Es el proceso vinculado a la descentralización y transferencia de tareas gubernamentales hacia niveles subnacionales en búsqueda de eficiencia, eficacia y apego a las preferencias de las comunidades, así como el desarrollo de mecanismos para acercar las decisiones del gobierno a los ciudadanos, con el fin de incentivar la rendición de cuentas por parte de los gobernantes, fortaleciendo las instituciones democráticas, así como el incremento de incentivos para el desarrollo económico local (https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0188-76532011000200002).

Gobernanza multinivel significa la acción coordinada de la Unión Europea, los Estados miembros y las autoridades locales y regionales...para crear y aplicar políticas en la Unión Europea. Hace referencia a la responsabilidad compartida entre los distintos niveles de gobierno.

Gobernanza turística: Es la recepción en el mundo del turismo de la exigencia ciudadana, empresarial y organizacional de buscar nuevas formas de tomar las decisiones colectivas que mejoren las limitaciones de los procesos de toma de decisiones actuales y que también permitan un papel más activo de las y los diferentes actores sociales.

En síntesis, podemos entenderla como el involucramiento de las y los actores que participan en los procesos turísticos en el diseño de políticas públicas que reconozcan y estimulen a esta actividad económica de manera integral, buscando el cambio de las dinámicas turísticas que generan los impactos negativos, todo ello con un significativo respaldo de las autoridades, consolidando las decisiones públicas- privadas ([GONZALES - Gobernanza Turística - Políticas Públicas innovadoras o retórica banal CVT 2014.pdf](#)).

Marco normativo de la Gobernanza: Es la plataforma de tipo legal que permitirá y asegurará la participación e interacción de los entes sociales entre sí para ejercer la gobernanza considerando que una adecuada normatividad asegurará una gobernanza plural, ya que establecerá cotas participativas de determinados grupos sociales, asimismo serán de valiosa ayuda para la transparencia al tener un basamento legal en el acceso público de la norma, procesos, licitaciones, etc. (<http://www.aiqob.org/2019/04/09/modelo-de-gobernanza-reflexiones-y-propuesta/>. Vila Viñas, D. (2017). *Regulación de las televisiones autonómicas en el nuevo ciclo político. Gobernanza plural, participación ciudadana e información política en la nueva ley de la Corporación Aragonesa de Radiotelevisión Pública* (No. ART-2017-98391)).

Medición de la Gobernanza. Es diseño de un modelo analítico que permita medir y evaluar el proceso de la gobernanza, para lo cual se analizarán los avances cuantificables delimitados en cada uno de los indicadores que desde el origen fueron establecidos en el proceso, lo que permitirá que los directivos y funcionarios responsables de la toma de decisiones, planificación, ejecución y gestión podrán tener elementos que auxilien en el mejor desempeño de sus responsabilidades y, por otra parte, los ciudadanos poseerán criterios de objetividad para canalizar sus demandas.

Método de la Gobernanza: Proceso consensuado mediante el cual se realizará la participación de los actores que intervendrán en el proceso de diseño de las políticas públicas que buscan ejecutarse, en el entendido que, indisolublemente participarán actores no estatales y estatales, en donde el autogobierno y la autonomía del Estado deberán permitir la cooperación entre los actores y conducirla de una manera eficiente.

Ampliación de conceptos

Buen Gobierno:

Según el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), las características del buen gobierno son:

- a). Participación.
- b). Imperio de la ley.
- c). Transparencia.
- d). Respuesta a las necesidades de los interesados.
- e). Orientación hacia el consenso.
- f). Equidad en las oportunidades.
- g). Eficacia y eficiencia.
- h). Rendición de cuentas.
- i). Perspectiva estratégica.

Puntos esenciales a considerar el ejercer la Gobernanza Turística

La OMT (2010) define el concepto de gobernanza turística, como:

“...una práctica de gobierno susceptible de medición, orientada a dirigir eficientemente el sector turístico en los distintos niveles de gobierno, mediante formas de coordinación y colaboración entre ellos, para realizar las metas compartidas por redes de actores que inciden en el sector, con el fin de lograr soluciones y oportunidades, con base en acuerdos sustentados en el reconocimiento de interdependencias y responsabilidades compartidas” (OMT, 2010).

Al entender al Turismo como una actividad transversal, que puede ser analizada como un fenómeno económico, pero también como un fenómeno social o cultural se convierte en un sector que engloba a grandes empresas internacionales y pequeñas empresas locales por lo que supone múltiples relaciones entre actores públicos y privados, relaciones que se establecen para hacer posible su operatividad y prevalencia.

Desde esta perspectiva, el concepto de Gobernanza turística, puede identificarse como una forma de plantear la gestión de destinos, al considerar la importancia de la interacción de los distintos actores (públicos y privados) en el proceso de planificación y desarrollo sustentable

del sector. La gobernanza turística supone un avance en la gestión de destinos, en la cual cada actor aporta sus capacidades y conocimientos, generándose una **Red** de interacciones basadas en la confianza, la negociación y el compromiso.

En este mismo contexto, es oportuno reconocer que en la Gobernanza turística deben participar el mayor número de integrantes de los procesos propios del sector, conformando una Red por la diversidad de actividades que realizan desde el sector público y el privado.

La formulación de políticas públicas mediante esta Gobernanza, se podrán considerar algunos elementos que nos pueden ayudar a evaluarla, en el entendido que cada política pública, requerirá, desde el momento de su formulación, el establecimiento de indicadores de cumplimiento que podrán medir:

Efectividad: Las redes, los grupos de interés y las organizaciones implementadoras están implicadas en la formulación de políticas. Como resultado, se enriquecerá el proceso con la información, el conocimiento y la participación de estos actores, cuidando que los gobiernos pueden desatender el interés común o general. Entendiendo que los gobiernos necesitan realizar ciertas actividades. Reconociendo que participar en las redes implica negociar y llegar a compromisos.

Eficacia: Las redes permiten a los gobiernos dirigir las necesidades y problemas sociales cuando las capacidades están limitadas, mejorando la capacidad de solventar problemas y, consecuentemente, la eficacia del gobierno.

Hay que tener especial cuidado, ya que las innovaciones pueden obstaculizar las políticas, los procedimientos establecidos, ya que los intereses implicados pueden bloquear las soluciones a nuevos problemas y la aceptación e implementación de nuevas medidas políticas.

Eficiencia: La participación de las redes implica una mayor aceptación social por lo que su implementación y la ejecución serán entonces menos costosas y producirán más fácilmente sus efectos. Las redes reducen los costes de transacción en situaciones de toma de decisiones complejas al proveer una base de conocimiento común, experiencia y orientación.

Se debe procurar la interacción informal de las estructuras de consulta, reduciendo las complejidades que eviten hacer imposible determinar quién es responsable de qué en cada decisión.

Legitimidad: La participación de individuos, grupos y organizaciones indica que una amplia variedad de intereses serán tenidos en cuenta, lo que es favorable desde un punto de vista democrático. Las redes pueden reequilibrar las asimetrías de poder al aportar canales adicionales de influencia más allá de las estructuras formales.

Se debe procurar que la interacción entre actores públicos y los representantes de los grupos de intereses privados, y las organizaciones implementadoras, sea fluido y se logren los trabajos en consenso.

Medición de la Gobernanza: Durante la última década, se han dirigido varios esfuerzos hacia la comunidad de investigación y de desarrollo internacional para evaluar y medir la calidad de la gobernanza de los países alrededor del mundo.

Uno de estos esfuerzos para crear una medida de gobernanza que sirva para comparar los países a nivel internacional es el proyecto Worldwide Governance Indicators (WGI) (indicadores

de Gobernanza a través del mundo), desarrollado por los miembros del Banco Mundial y del Instituto del Banco Mundial. El proyecto publica indicadores globales e individuales para más de 200 países en seis dimensiones de la gobernanza: voz y rendición de cuentas, estabilidad política y falta de violencia, efectividad gubernamental, calidad de la regulación, estado de derecho, control de la corrupción.

Para completar los *Worldwide Governance Indicators*, a nivel macro y transversales respecto a los países, el Instituto del Banco Mundial desarrolló estudios sobre la gobernanza llamados *World Bank Governance Surveys*, herramientas de valoración de gobernanza a escala de un país que intervienen a nivel micro o infra-nacional y usan informaciones recogidas de los mismos ciudadanos de un país, la comunidad de negocios y trabajadores del sector público para diagnosticar las vulnerabilidades de la gobernanza y sugerir enfoques concretos para luchar contra la corrupción.

Más sobre Gobernanza Pública: El sistema específico de la Organización de las Naciones Unidas es similar a la gobernanza pública con varios principios como el concepto de paz y democracia participativa. El enfoque del Banco Mundial se basa en el «buen gobierno» como condición necesaria para las políticas de desarrollo. La Unión Europea es otro ejemplo de gobernanza pública. Así, la gobernanza europea se refiere a las reglas, procesos y comportamientos que influyen en el ejercicio de los poderes a nivel europeo, particularmente desde el punto de vista de apertura, participación, rendición de cuentas, eficiencia y la coherencia.

Sobre la Gobernanza privada – privada: En la actualidad, en diversas latitudes se ha promovida esta sinergia en la que participan actores privados para objetivos delimitados, teniendo como ejemplo: La autoridad para gestionar la tierra que recae sobre los propietarios quienes determinan los objetivos de conservación, desarrollan y hacen cumplir los planes de gestión y tienen a su cargo las decisiones, sujetos a la legislación gubernamental y las restricciones específicas del sitio. Incluye áreas conservadas establecidas por propietarios individuales, por organizaciones con o sin ánimo de lucro.

Las métricas de la Gobernanza: Como resultado de la necesidad de motivar la eficacia de los gobiernos que reciben préstamos y apoyos financieros del Banco Mundial y del Instituto del Banco Mundial. Desarrollaron el proyecto *Worldwide Governance Indicators (WGI)* — indicadores de gobernanza a través del mundo—, que compara los indicadores globales e individuales para más de 200 países en seis variables de la gobernanza que son: voz y rendición de cuentas, estabilidad política y falta de violencia, efectividad gubernamental, calidad de la regulación, Estado de derecho, control de la corrupción.

Cada uno de ellos evalúa los siguientes aspectos.

- **Voz y responsabilidad:** Mide el grado de un país en el que los ciudadanos pueden participar en la selección de su gobierno, así como la libertad de expresión, la asociación y la prensa.
- **Estabilidad y la ausencia política de violencia:** Mide la probabilidad que medios inconstitucionales desestabilicen al gobierno a partir de hechos violentos, incluyendo terrorismo.
- **Eficacia del gobierno:** Mide la calidad de servicios públicos, la capacidad de la función pública y su independencia de presiones políticas; así como la calidad de la formulación de la política reguladora del Estado.
- **La calidad reguladora** mide la capacidad del gobierno de formular y de aplicar políticas sanas y las regulaciones que permitan y promuevan el desarrollo del sector privado.

- **El Estado de derecho:** Mide el grado que tienen de confianza los ciudadanos, así como las reglas que sigue de sociedad, particularmente la calidad de la aplicación del contrato, la policía, y las cortes, así como la probabilidad del crimen y de la violencia.
- **El control de la corrupción:** Mide el grado a el cual la energía pública se ejercita para el aumento privado, incluyendo formas pequeñas y magníficas de corrupción, tan bien como captura del Estado por las élites y los intereses privados.

6. Agradecimientos

Este Catálogo de Buenas Prácticas de modelos de Gobernanza en el Sector del Turismo Rural y Agroturismo de Iberoamérica ha sido posible gracias a la participación y esfuerzo de las personas que se han ido sumando a la Estrategia Iberoamericana de Turismo Rural

y Agroturismo, liderada por IBEROATUR, que trabajan en este sector tan fundamental para el desarrollo de nuestras regiones y han querido compartir o identificar estas Buenas prácticas de 14 de los 22 países de Iberoamérica.

Con su entusiasmo y trabajo contribuyen a hacer más fuerte al propio sector y nos marcan una senda que hemos de transitar para identificar las mejores prácticas de modelos de Gobernanza que ya se están desarrollando en la Región.

¡Gracias!

BRASIL. Andreia Roque, Sandro Marcelo Cobello, Isabel Cristina Pacheco, Daniela Marques de Oliveira, Marcela Moro. **COLOMBIA.** Maria Fanny Olaya, Fabián Andrés Muelas Morales, Mónica Andrea Prado Chacón, Carolina Forgioni A., Héctor Fernando Pencue Ortega. **COSTA RICA.** Rodolfo Navas Alvarado, María de los Ángeles Moya Bonilla, Yamileth Ulate, Marjorie Moya Ramírez Mauricio Salazar, Walter Vargas Araya. **CUBA.** Mayte Dávila Valdés, Amircar Herrera Albear. **EI SALVADOR.** Leonor de Castellanos, Rosa Lobato Villeda, Carolina Baiza Carmen Elena de Garcia Prieto, Sigfredo Corado Márquez. **ESPAÑA.** Juan José Salado Sánchez, María Julia González González, Chema Corrales Vázquez, Yanet Rebellado, Lorena Ponce, Matías Sánchez, Damián Ramírez, Maximiliano Barrios Felipe, José Ramón Sobrón Perea, Montsalud Bautista Galindo, José M^a Barrera, Javier López, Arturo Comas, Gonzalo Romero Barba, Araceli Moreno Gibello. **GUATEMALA.** Anna Mercedes de Lembke. **MÉXICO.** Lina Rocío Martínez Aguilar, Juan Carlos González, Jorge Enrique Martínez García, Verónica Ballín de Luna, Víctor Daniel Contreras Loera, Paulina Hernández Castillo, Rosa Campos Álvarez. **NICARAGUA.** Alicia Sáenz, Telémaco Talavera, Michael Boudreau, Yara Sánchez, Humberto Solórzano, Franklin Emilio Sequeira López, Ninosca Palacio Carballo. **PANAMÁ.** Iris Rodríguez Alonso, Humberto López Tirone, Augusto Valderrama, Denisse Guillén, Onelia Peralta Núñez. **PARAGUAY.** Ana Caballero de Silvero, Mónica Caballero, Anne Hesse, Felician Bobadilla de Valdez. **PERÚ.** Zizi Revilla, Heinz Plenge Sánchez, Segundo Julqui Mendoza, Jacinto Mendoza Flores, Javier Ponce Roque, Briseida Daysi Pauro Pino, Andrés Avelino Quispe Borda, Juliana Yucra Huatta, Salvador Marca Quispe, Martina Huatta Flores, Juan Isuiza Piña, Gabriel Huatta Huatta. **PORTUGAL.** Henrique Sim Sim, Apolónia Rodrigues, Dalila Dias, Mario Carvalho. **URUGUAY.** Juan de Dios García, Pedro Rodríguez R. **VENEZUELA.** Sorelia Franco, Odimar López, Juan Carlos Guinand, Stefany Mendoza.



CATÁLOGO DE BUENAS PRÁCTICAS DE MODELOS DE GOBERNANZA DEL TURISMO RURAL Y AGROTURISMO EN IBEROAMÉRICA 2023



INSTITUTO IBEROAMERICANO
DE TURISMO RURAL



JUNTA DE EXTREMADURA