



LA COMUNICACIÓN DEL TURISMO RESPONSABLE

José María de Juan
Alonso



***DÍA MUNDIAL DEL
TURISMO RESPONSABLE
Madrid, 2 Junio 2015***

QUÉ COMUNICAMOS EN EL TURISMO RESPONSABLE: PARTIMOS DE LA CONFUSIÓN

- * Ecoturismo, turismo sostenible, turismo con base local, turismo en espacio rural, ecoturismo comunitario, turismo rural, turismo rural comunitario, agroturismo, ecoagroturismo, turismo selvático, turismo indígena, turismo andino, turismo justo, turismo responsable, turismo solidario, turismo cooperativo, turismo verde, turismo ambiental, turismo ecológico, geoturismo, bioturismo, turismo costumbrista, etnoecoturismo, turismo vivencial, turismo en familias, turismo con identidad, turismo experiencial, turismo de aventura cultural, ecoaventuras, ecoviajeros, agrochic...



ASPECTOS QUE BUSCA EL TURISTA RESPONSABLE

- * La dimensión social, sostenible y solidaria del turismo (OMT)
- * SOSTENIBLE: más orientado a la relación con la GLOBALIDAD
- * RESPONSABLE: más orientado a la ACTITUD de turistas y actores y la VIVENCIA de las personas
- * Justo: más centrado en la cadena de valor y la distribución del beneficio, el salario digno (decent work).
- * Solidario: más centrado en la experiencia humana, en la influencia directa y en el enfoque emotivo y voluntarista
- * Social: preocupación por la explotación laboral y sexual en general
- * Más allá del green image washing



EL TURISMO RESPONSABLE: DESTINOS SOSTENIBLES, TURISTAS RESPONSABLES, EMPRESAS COMPETITIVAS

- Va ligado a la actitud y la proactividad del turista
- Es el que se desarrolla de acuerdo a principios de justicia económica y social, y con respeto hacia el medio ambiente y las culturas locales. El turismo responsable reconoce el papel central de la comunidad anfitriona y su derecho a ser protagonista del desarrollo sostenible y del turismo responsable en su territorio. El turismo responsable fomenta la interacción positiva y el progreso paralelo entre la industria turística, la comunidad local y los turistas
- Es un concepto integral entre elemento humano, medio ambiente, cultura, paisaje y economía
- Va más allá del turismo social, del turismo justo, del turismo solidario, del ecoturismo...



QUIÉN ES EL CLIENTE Y QUÉ QUIERE: DEMANDA HIPER-SEGMENTADA

- * ECOTURISTA
- * LOHAS: lifestyles of health and sustainability
- * BOBO: Bohemio burgués (ecoyuppies)
- * FLASHPACKER: mochilero y aventurero premium
- * TURISTA RESPONSABLE
- * GWHOP: green wealthy healthy old people
- * CBT: turismo comunitario y vivencial con comunidades locales e indígenas
- * TURISTAS EXPERIENCIALES con intereses en sostenibilidad
- * DINKS: double income no kids
- * MILLENNIALS
- * GENERACIÓN Z
- * ¿Y LOS DEMÁS?



QUÉ QUIERE QUE LE COMUNIQUEMOS

- * Que realmente maximizamos la utilización de recursos locales: empleos, merchandising, catering, materiales constructivos autóctonos, materiales reciclados, tecnologías locales, artesanía, souvenirs
- * Por medio de una imagen corporativa y un PACKAGING claramente diferenciados
- * Sostenibilidad y responsabilidad en TODOS los aspectos del producto: p/ej movilidad/ compensacion CO2



CÓMO NOS COMUNICAMOS CON ÉL PARA QUE SE INVOLUCRE

- * Códigos, decálogos y vademecums de turismo sostenible y responsable
- * Sellos y certificaciones de RSC ambiental y social
- * Sellos y certificaciones de km0, alimentación orgánica, comercio justo
- * Branding territorial



Contacto

José María de Juan Alonso
Correos electrónicos:
info@koanconsulting.com
josemadejuan@yahoo.es

Koan Consulting S.L.

www.koanconsulting.com

Síguenos en Twitter



Mi perfil en Facebook



**Centro Español de
Turismo Responsable**

www.ceturismoresponsable.com

Síguenos en Twitter



Mi perfil en Facebook

