

# BREVE ANALISIS DE UNA ESTRATEGIA DE RSE TURISMO



**TURISTIKO**  
consultores

ASI CONSERVA CHILE

2013

## desafios iniciales

IDENTIFICAR EL EJE DE LAS ACCIONES DE RSE AMBITO SOCIAL.

IDENTIFICAR EL TIPO DE ACCION QUE SEA MODELABLE , REPLICABLE Y DE INTERES COMUN.

INCORPORAR A TODOS LOS STAKEHOLDERS IDENTIFICADOS.

GENERAR UN EJE TRANSVERSAL A LA COMPAÑÍA.



## alianzas / partnerships

### Objetivo

Liderar las definiciones e implementaciones de las estrategias en los HM para trabajar en conjunto con los gobiernos e industria y lograr un mejor desarrollo del turismo a través de la inversión en promoción, infraestructura y producto.

**Chile:** participación y liderazgo en el Directorio de Turismo Chile y FEDETUR.

**AR:** participar y liderar el Directorio de la Cámara de Turismo AR

**PE:** en definición la estrategia de liderazgo y participación.

**EC:** en definición la estrategia de liderazgo y participación.



Ámbito  
Institucional

programa  
**cuido mi  
destino**

RSC  
Turismo

Ámbito  
Social

## definición

Un programa que promueva la conciencia turística y ambiental en las comunidades donde la compañía opera.



# objetivos

## INTEGRAR

El CMD a la estrategia nacional de turismo. [HM]

Al personal de la empresa, a la comunidad y a la industria a la sostenibilidad

El CMD a la política nacional de turismo y fortalecer la red de sostenibilidad.

## COMUNICAR

Elaborar una estrategia de comunicación que permita sensibilizar a la demanda y oferta de turismo sostenible como también internamente.

## SENSIBILIZAR

Fortalecer la sensibilización interna y a la industria a través de charlas y apoyo a programas del estado [Ejemplo PITS en Chile] .

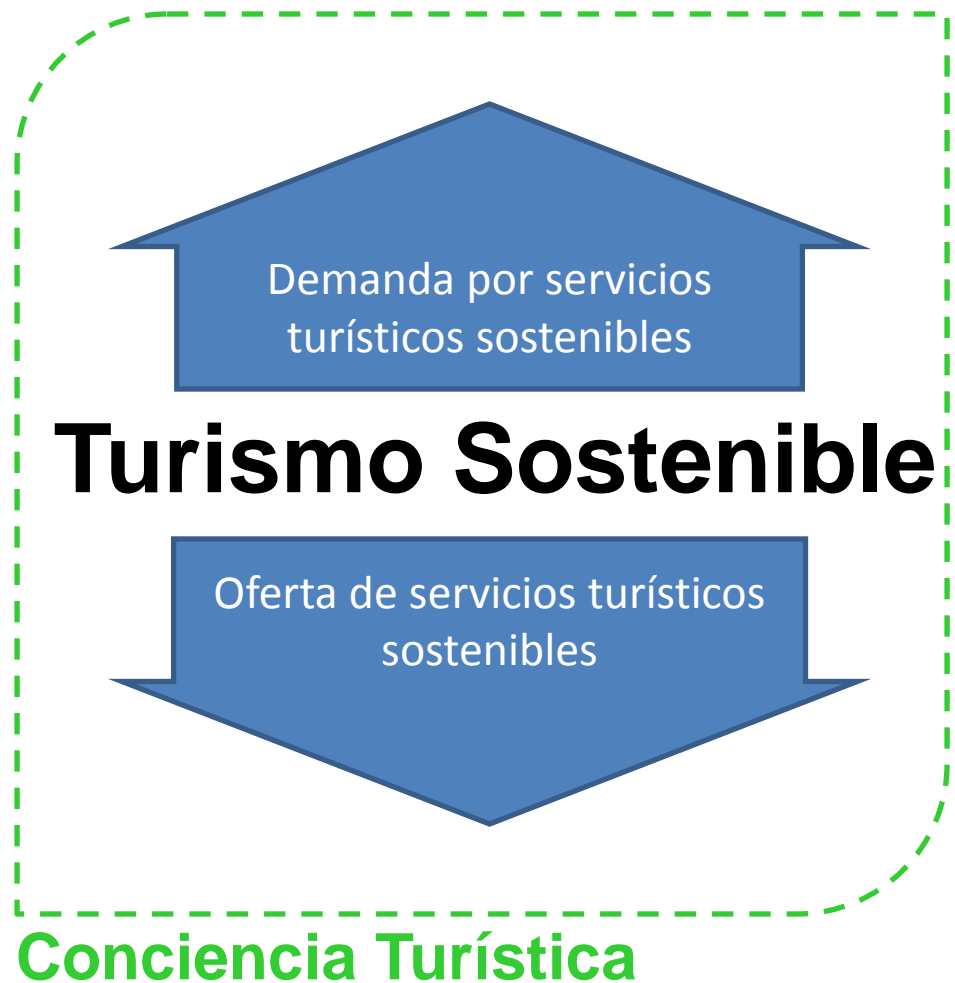
## CONTINUAR

Instalar programas y medidas que perduren en alianza con las autoridades y organizaciones locales.

# cómo?

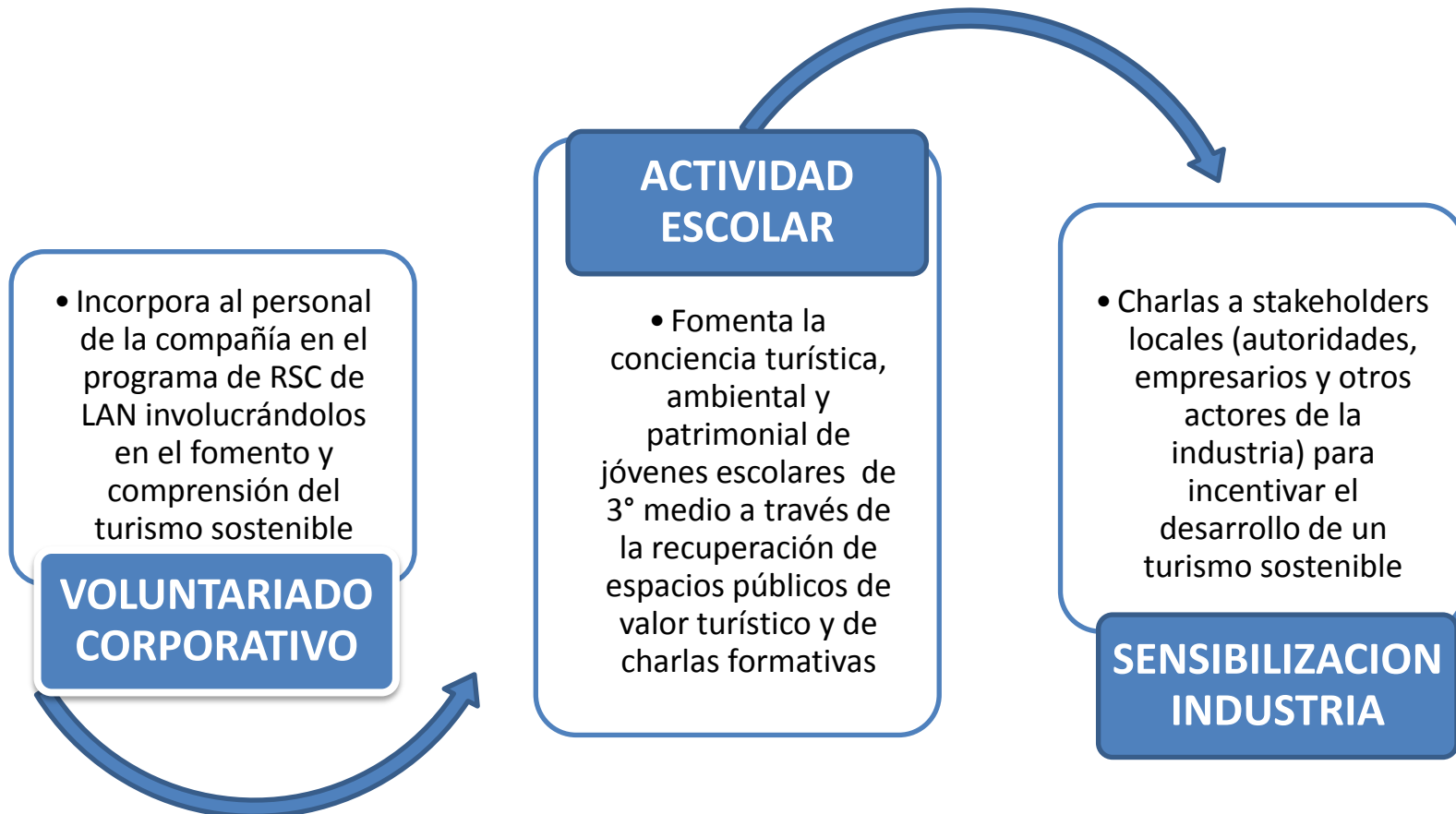
A TRAVES DE UNA EXPERIENCIA  
FORMATIVA Y EXPERIENCIAL,  
DE RECUPERACION DE  
ESPACIOS PUBLICOS DE VALOR  
TURISTICO.

INCULCAR EN LA COMUNIDAD  
LA CONCIENCIA TURISTICA  
COMO PILAR DEL TURISMO  
SOSTENIBLE.



# a toda la comunidad...

Considerando a todos los actores...



## lo ya hecho...

El proyecto se inició el año 2009 en Puerto Varas, Chile, y a la fecha hemos tenido un notable avance.

**26** intervenciones escolares  
en 3 años

**10** intervenciones en  
capacitaciones a stakeholders  
en todos los HM.



# desafío

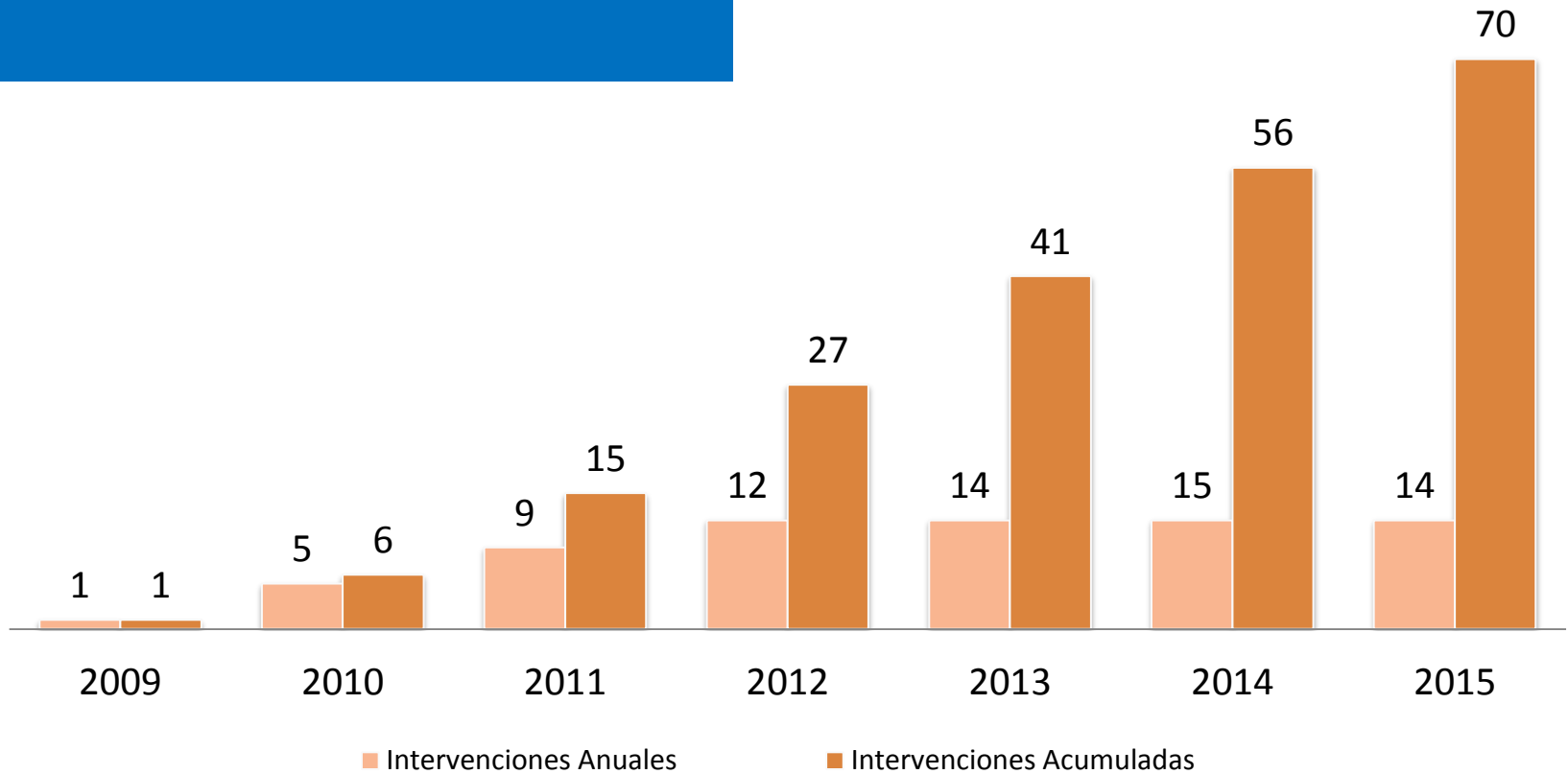
Los desafíos se relacionan con el mejor y mayor cumplimiento de los objetivos del programa, donde lo primero es trabajar juntos [publico-privado] y subirse a la misma micro.....la micro de la sostenibilidad.

**TURISTIKO**<sup>®</sup>  
consultores



# metas

Nuestra gran meta al 2015...



# aciertos

Algunos de los aciertos logrados a partir de las experiencias de cada país:

- COMPROMISOS MUNICIPALES Y DE LA COMUNIDAD
- PARTICIPACION VOLUNTARIOS LAN
- RELACIONES DE LARGO PLAZO CON AUTORIDADES
- ACCESO TRANSVERSAL A LA INDUSTRIA



# ALGUNOS EJEMPLOS EN ECUADOR Y ARICA...



# desafíos futuros

## INTEGRAR

A las autoridades, comunidad y empresas a promover y aplicar el turismo sostenible como modelo de desarrollo.

## COMUNICAR EDUCAR

Los beneficios de un turismo sostenible tanto a la oferta como a la demanda generando información a los consumidores. Educando la demanda.

## SENSIBILIZAR

A toda la industria respecto de los impactos que se generan a partir de no asimilar un proceso sostenible de desarrollo turístico.

## PERSEVERAR ASOCIATIVIDAD

La tarea de promover la sostenibilidad en turismo tiene que ver con perseverar en forma asociativa en destinos y productos turísticos.

# los grandes motores...

**EMPRESAS** QUE APOYEN Y DESARROLLEN INICIATIVAS DE TURISMO SOSTENIBLE

**PERSONAS** CON CONVICCION QUE PROMUEVAN Y DEMANDEN UN MEJOR  
TURISMO

**para terminar...la experiencia en Colombia.**

# Gracias...

