

Observatorio de Derecho del Turismo

EL NEGOCIO DEL TURISMO EN EL AMBITO RURAL

9 de octubre de 2013

OBSERVATORIO
de **DERECHO** *del* **TURISMO**

Facultad de Derecho Universidad de Buenos Aires
Secretaría de Extensión Universitaria

Mg. Gustavo Capece
gcapece@elbolson.com



ACLARACION

Algunas de las imágenes pueden tener derecho de autor.

Se las utiliza sólo con fines explicativos no comerciales.



Mg. Gustavo Capece
gcapece@elbolson.com

A scenic landscape featuring a valley with a town, green fields, and mountains in the background under a blue sky with white clouds. The text is overlaid on the image.

¿Qué es el espacio rural?

¿Un “lugar”?

¿Una
“experiencia”?

PARADIGMA S PELIGROS



1. Los habitantes de las ciudades quieren ir al campo



¿Que nos vamos al campo?

¿sin internet?

NOOOOOOOOOOOOOOOiiiiii PREFIERO LA MUERTE POR FAVOR NOOOOOOOiiii



2. En vacaciones lo principal es huir de las cuestiones urbanas

“Cuando viajamos hacemos las cosas que acá en la ciudad no podemos hacer, por ejemplo ir al cine...”



3. A los urbanitas les gusta estar en contacto con la naturaleza

*“En las granjas debe haber olor, por los animales”
“Hay bichos”*



4. Las conductas de los turistas son conocidas y no cambian.



¿a quién convencer?

**Las mujeres
representan el 51%
del mercado y
realizan el 80% de
las compras
genéricas.
(B.C.G. – 2012)**



Cuando lo que creíamos obvio ya no lo es.



El concurso Mejor Sommelier de la Argentina lleva cinco ediciones. Las ganadoras siempre fueron mujeres e incluso, la última, Agustina de Alba, se llevó el título en dos oportunidades.

Medios diversos,
22/11/12

Este año se realizó en Europa un estudio que abarcó a 10.500 personas en cinco países. Y el 58 por ciento de las mujeres aseguró que sabía más de vino que los hombres.



HOY ESTOY RURAL

Turismo Rural
Región de Murcia

HOY, ESTÁS RURAL

Hoy quieres respirar aire fresco y sentir el rocío sobre tu cara. Hoy envidias a los pájaros, amas a los árboles, incluso te intriga la vida de las hormigas. Hoy quieres que tu único transporte sea tu propio cuerpo, tomar conciencia de tus pies y manos. Hoy quieres que la aventura sea tu compañera de viaje. Hoy te apetece saborear productos con nombre y apellidos. Hoy deseas descansar rodeado por la paz de increíbles fortalezas medievales, yacimientos arqueológicos y caminos insólitos...

Hoy estás en el interior de la Región de Murcia.
¡BIENVENIDO!





**El turista es fielmente
infiel**



Y como si esto fuese poco..., en turismo, auténtico no siempre es sinónimo de verdadero



PREMISA

El turista busca experiencias auténticas..., esto es, que él se sienta auténticamente impactado.

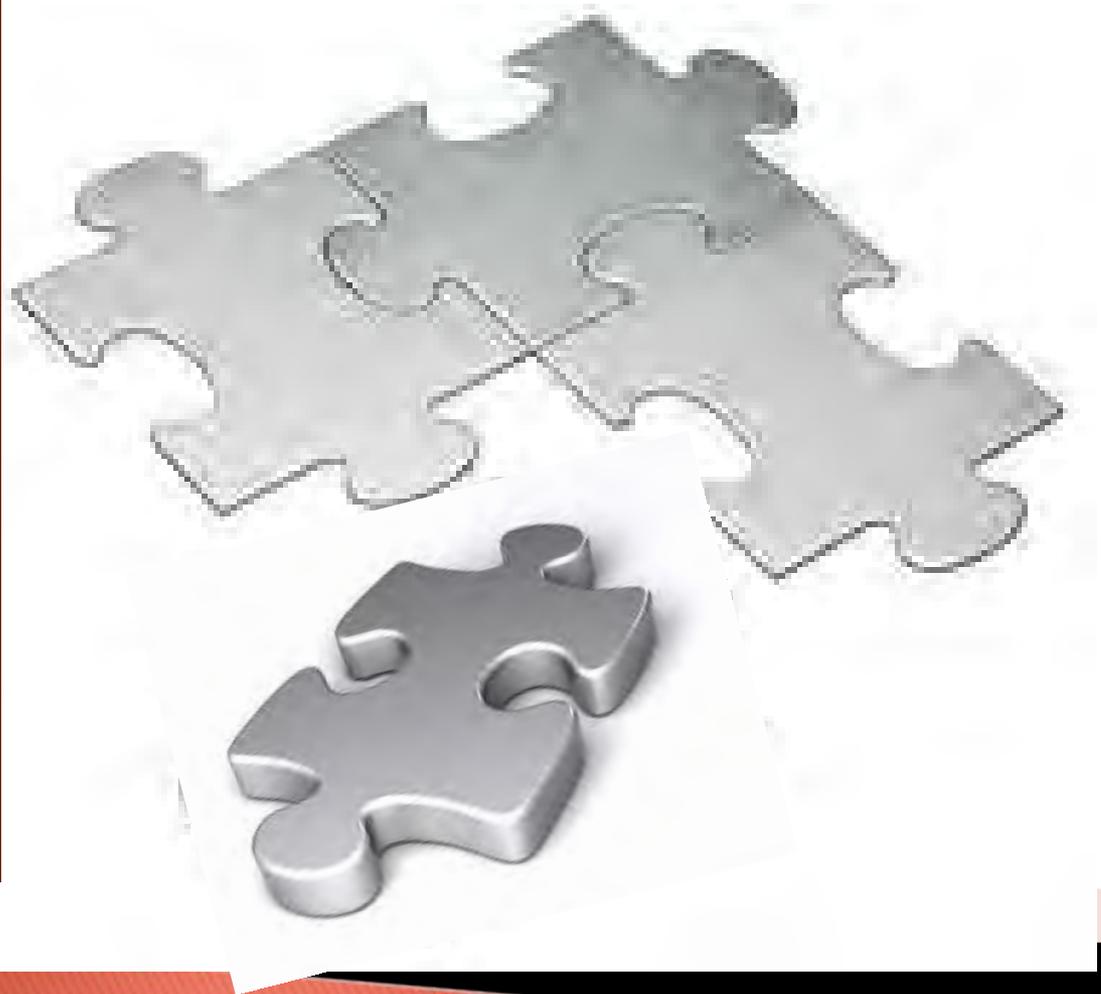


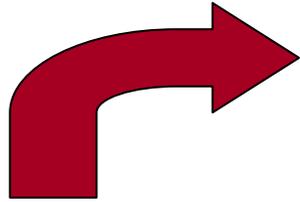
Sin embargo, el campo aparece como la “nada” y se construye desde la siguiente lógica:

“No hay nada por hacer, me voy a aburrir y encima me cobran?”

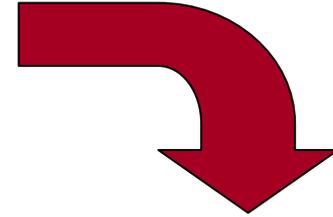


*Tenemos un
problema de
modelo, de
ofertas y de falsas
suposiciones
sobre la
demanda...*





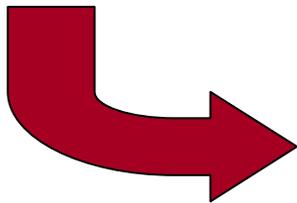
LUGARES



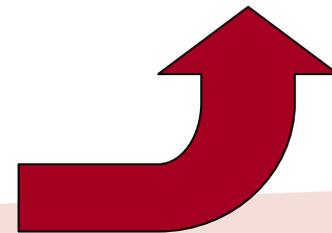
TURISMO

+

EXPERIENCIAS



FLUJOS





\$

VIAJE

PUEDEN SER ...



LA NECESARIA CONSTRUCCION DE HUELLAS EMOCIONALES

Y LA OBLIGATORIA NECESIDAD DE
CONSTRUCCION CON ALTERNATIVAS.



EDICIÓN ESPECIAL 2 DISCOS

KRISTEN BELLIS GARY OLDMAN INSIDEM NELLA DONDICH

EL QUINTO ELEMENTO



DVD
UNIVERSAL



1 - TIERRA



LA OFERTA TURISTICO RURAL

¿Qué es más importante para los turistas?
¿la producción o el paisaje?





Aprovechar temas o productos que ya han creado alguna huella emocional





También preguntarse por qué el vino logró romper el tabú de “lo rural”



2 - METAL



PUEBLOS O TEMAS DE REFERENCIA



Pueblos rurales – mayor número de opciones





Aprovechar o crear marcadores de sitio



3 - MADERA



RUTAS ESCENICAS



El paisaje como motivador auxiliar



Y la comida como el gran llamador



También preguntarse por qué los pueblos rurales logran romper con el tabú de “el campo”



4 - AGUA

IMAGEN



4 - AGUA

A rectangular banner with a light blue background featuring numerous small, clear water droplets of varying sizes, creating a textured, dewy effect.A large, vibrant blue sky filled with fluffy white clouds. In the center, a white sandcastle with several towers and turrets stands prominently on a layer of clouds, appearing to float in the sky.

Toda imagen
implica procesos
emocionales



NO EXPLICAR TODO...
Dejar que el otro elabore la emoción



EL QUINTO ELEMENTO



5- FUEGO



LA FIGURITA DIFICIL...





EL CLIENTE





0



?



¿turistas en el campo?



¿o ingresos
proveniente de
turistas?



A scenic landscape featuring a valley with a town, green fields, and mountains in the background under a blue sky with white clouds. The text is overlaid on the image.

¿Qué es el espacio rural?

¿Un “lugar”?

¿Una
“experiencia”?

Observatorio de Derecho del Turismo

EL NEGOCIO DEL TURISMO EN EL AMBITO RURAL

9 de octubre de 2013

OBSERVATORIO
de **DERECHO** *del* **TURISMO**

Facultad de Derecho Universidad de Buenos Aires
Secretaría de Extensión Universitaria

Mg. Gustavo Capece
gcapece@elbolson.com

