



Escape2

**Módulo 4 Estimular la demanda -
herramientas para desarrollar una
cantera de nuevos empresarios de la
agricultura, la aventura, la alimentación,
el ocio, la hostelería y los guías en su
región**

Las PYME del Turismo Rural en Europa

www.escape2project.org



Curso de Formación
Cómo desarrollar con éxito una
HQRTS (Estrategia de Turismo Rural
de Alta Calidad)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Introducción

El principal objetivo de este módulo es mostrar a los empresarios de turismo rural, incluido el turismo cultural, patrimonial o basado en la naturaleza, cómo estimular la demanda mediante la aplicación de iniciativas en sus PYME actuales y futuras. Este módulo muestra prácticas, ideas y soluciones concretas para atraer más visitantes a las zonas rurales y a las empresas rurales.

How to use these Modules! These Modules can be adapted, modified, shortened, extended or combined however you think they will work best for you and your students learning. Please respect copyrights, branding and acknowledgement that these resources and materials were developed by ESCAPE 2 with the funding and support of the Erasmus+ European Commission.

Tabla de Contenidos

- 01 ¿Por qué es importante estimular la demanda?
- 02 Herramientas innovadoras/creativas para atraer a los turistas a las zonas rurales
- 03 Actividades/dinámicas para estimular la creatividad en los emprendedores
- 04 Estimular la demanda trabajando en red y en economía circular



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418

Resultados de aprendizaje

- Aprender cómo convertirse en un **emprendedor de éxito** en turismo rural conociendo las claves para estimular la demanda en su negocio.
- Comprender por qué es importante **estimular la demanda**.
- Implementar actividades **para aumentar la visibilidad** de su empresa.
- Aprender cómo **colaborar en una red** satisfactoriamente.
- ¡Implementar todas las buenas prácticas que ha aprendido a lo largo de este módulo con los **ejercicios interactivos y los casos prácticos!**



01

¿Por qué es importante
estimular la demanda?



Las zonas rurales atraen a los turistas no sólo por su patrimonio natural y cultural, sino también por las oportunidades de aventura/deporte, gastronomía, producción local y muchas otras.

No obstante, es sumamente importante estimular la demanda para atraer a más turistas. Los empresarios de agroturismo y los propietarios de empresas en zonas rurales deberían empezar por preparar una nota conceptual con ideas y un plan de acción para el turismo rural en su región que no sólo fomente la afluencia de turistas, sino que también apoye a las comunidades locales. Esta tarea puede suponer una contribución duradera al fortalecimiento de la economía rural y ofrecer nuevas oportunidades a los habitantes de las zonas rurales.

El turismo rural ofrece valiosas oportunidades comerciales y de empleo a las comunidades que se enfrentan al creciente reto de ofrecer medios de vida viables a su población local.

El turismo rural tiene un alto potencial para estimular el crecimiento económico local y el cambio social debido a su complementariedad con otras actividades económicas, su contribución al PIB y a la creación de empleo, y su capacidad para promover la dispersión de la demanda en el tiempo (lucha contra la estacionalidad) y a lo largo de un territorio más amplio.

02

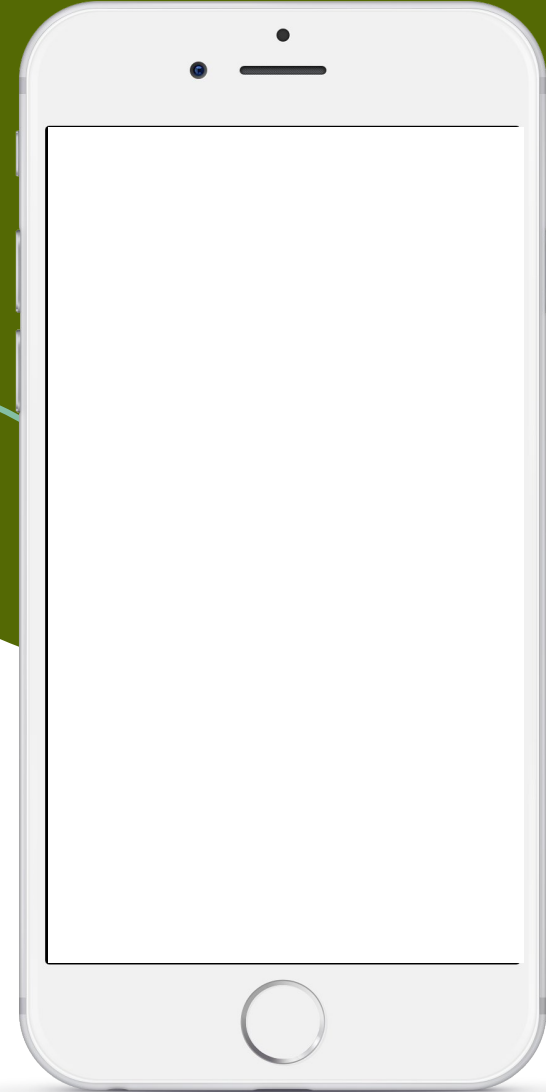
**Herramientas
innovadoras/creativas para
atraer turistas en zonas rurales**

Herramientas digitales

Siguiendo el análisis de mercado que hemos realizado en 9 países de la UE para el proyecto ESCAPE2, actualmente existe una gran brecha rural-urbana en el uso de las herramientas digitales por parte de las microempresas y pequeñas empresas en las zonas rurales.

Según los datos obtenidos, el uso de herramientas digitales por parte de los negocios rurales es bajo debido a la falta de acceso a internet móvil, un conocimiento escaso de las herramientas digitales disponibles, así como una competencia digital insuficiente para utilizarlas.

Sin embargo, las herramientas digitales representan un instrumento potente para estimular la demanda del turismo rural. El desarrollo de las PYMEs en zonas rurales podría representar una oportunidad de creación de nuevos empleos, de ofrecer una estabilidad a la población rural y de potenciar la innovación en diferentes industrias.



Herramientas digitales en el alojamiento

Herramientas básicas/esenciales	Herramientas especializadas
Página Web	Gestión de las relaciones con los clientes (Customer Relationship Management -CRM)
Perfiles en las redes sociales	Software de análisis de datos
Software de reservas	Aplicación para móviles
Compras Online/comercio electrónico	Puestos interactivos de información sobre la zona (monumentos culturales, actividades deportivas y de aventura, eventos en la zona para los días siguientes)



Herramientas digitales en hostelería

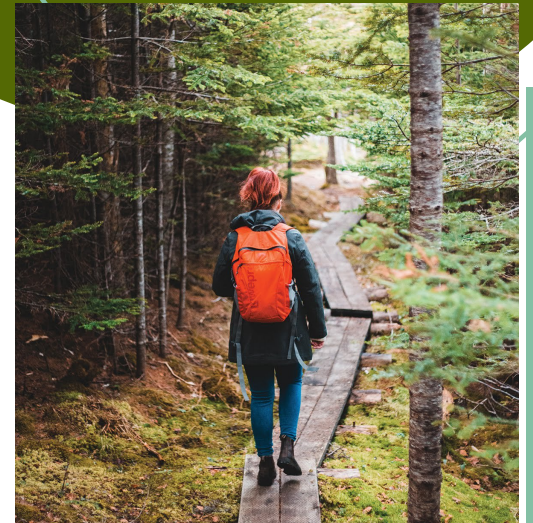
Herramientas básicas/esenciales	Herramientas especializadas
Página Web	Gestión de las relaciones con los clientes (CRM)
Perfiles en las redes sociales	Software de análisis de datos
Sistema de reserva online	





Herramientas financieras

- La UE se ha comprometido a apoyar el desarrollo de las pequeñas empresas de turismo rural a través de varios fondos, como el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER), el Fondo de Cohesión (FC), el Fondo Social Europeo (FSE) y el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER). Sin embargo, existe una brecha entre el número de PYMEs y las ayudas para su desarrollo en zonas urbanas comparadas con las rurales.
- Las inversiones en las zonas rurales no solo deberían ser públicas sino también privadas.



Herramientas de Marketing

Estimular la demanda del turismo rural requiere utilizar un gran número de herramientas. De hecho, el marketing es una de las más poderosas. A continuación ofrecemos una lista de las principales herramientas de marketing para estimular la demanda en agroturismo:

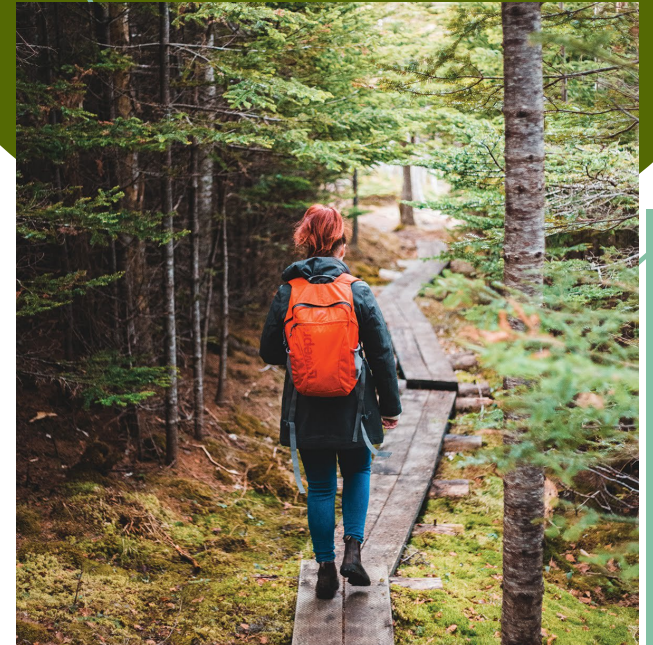
- Página web y redes sociales
- Publicidad en la prensa/radio/televisión local
- Boletines informativos
- Comercio electrónico y aplicaciones móviles
- Asociaciones con otros productores locales/empresas rurales
- Crear un calendario de eventos para difundir por adelantado las actividades de su negocio
- Asociaciones con escuelas/universidades locales/Grupos de acción local, etc.
- Participar en diferentes redes promocionales para impulsar el negocio (Tripadvisor, Trivago, Booking etc.)



Sostenibilidad

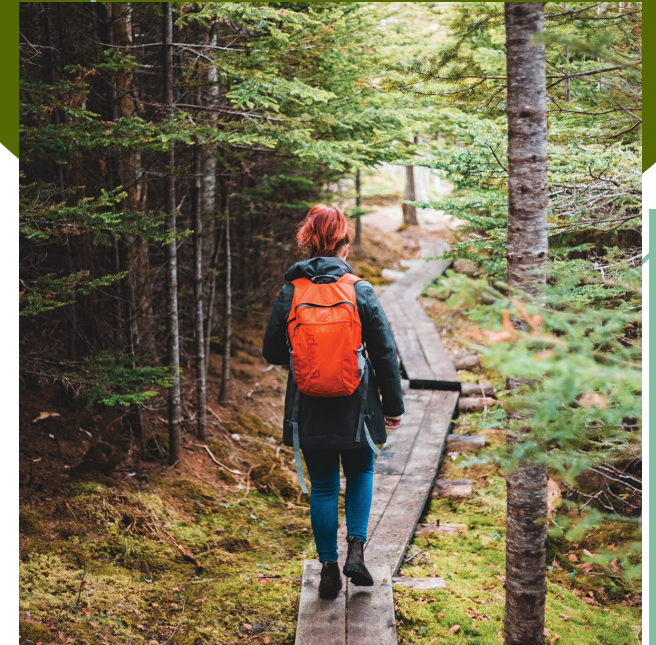
El turismo es una actividad que contribuye directa e indirectamente al desarrollo de las zonas rurales. Pero dicho desarrollo necesita ser sostenible. Para conseguirlo, se deben implantar unas políticas apropiadas que tengan una influencia positiva sobre estas áreas desde un punto de vista:

- económico,
- social,
- cultural



Preguntas a considerar

- El ámbito económico: *¿Está atrayendo su negocio a inversores en su zona?*
- El ámbito social: *¿Está empleando a gente de las zonas rurales?*
- El ámbito cultural: *¿Cómo contribuye su negocio al patrimonio cultural local?*



Herramientas de formación del personal

Los emprendedores de las zonas rurales a menudo experimentan dificultades para encontrar mano de obra, puesto que la mayoría de gente joven abandona el campo para encontrar un trabajo más estable en las grandes ciudades.

Los empresarios de las zonas rurales deberían tratar de ofrecer empleo a tiempo completo en lugar de empleo estacional.

Ofrecer formación inicial, cursos de idiomas y oportunidades de ascenso profesional es un factor clave para la lealtad de los empleados.

Una herramienta poderosa para estimular la demanda y hacer que los turistas se sientan más cómodos en su zona, sería proporcionar un servicio excelente. Esto incluye tener empleados bien formados que hablen, al menos, una lengua extranjera, con un conocimiento creciente del potencial de la zona.



Infraestructura y accesibilidad

Estimular la demanda resultaría más fácil si se siguieran varias reglas. Por ejemplo:

- ✓ Disponibilidad de zonas de aparcamiento
- ✓ Señalización vial y suficientes opciones de transporte local
- ✓ Proporcionar acceso para personas con una discapacidad
- ✓ Proporcionar servicios para personas con discapacidades (audioguías, rampas de acceso, etc.)
- ✓ Ampliación de los horarios de apertura y cierre de los sitios culturales/granjas/sitios de agroturismo durante el verano, para mantener el sitio abierto



¡Vamos a resumir!

Principales herramientas para estimular la demanda del turismo rural:

- Mejorar la capacidad de gestión e implantar software/sistemas para organizar mejor la estancia de los huéspedes;
- Garantizar la accesibilidad de las personas con necesidades especiales y alguna discapacidad;
- Invertir en las relaciones con los clientes y en la comercialización de la empresa;
- Crear "paquetes" con distintas actividades físicas, talleres de comida tradicional o visitas culturales;
- Servir alimentos locales de agricultores de la zona y crear una red de promoción entre los huéspedes y los productores locales;



¡Vamos a resumir!

Principales herramientas para estimular la demanda en el turismo rural :

- Proporcionar una auténtica experiencia emocional a los huéspedes, organizando programas folclóricos u otras actividades de entretenimiento;
- Proporcionar zonas de aparcamiento cerca del emplazamiento;
- En muchas zonas rurales hay problemas con la cobertura de los operadores de telefonía móvil y, respectivamente, con los proveedores de Internet. Hoy en día, para atraer a los turistas hay que facilitar las condiciones para el uso de dispositivos inteligentes, tecnologías de la comunicación, etc. Sin esto, ningún turista vendría más de unas horas;
- Proyectos europeos o nacionales relacionados para posibles subvenciones con el fin de mejorar los lugares y la región.



03

**Actividades/dinámicas para
estimular la creatividad en las
personas emprendedoras**



¿Qué es la creatividad?

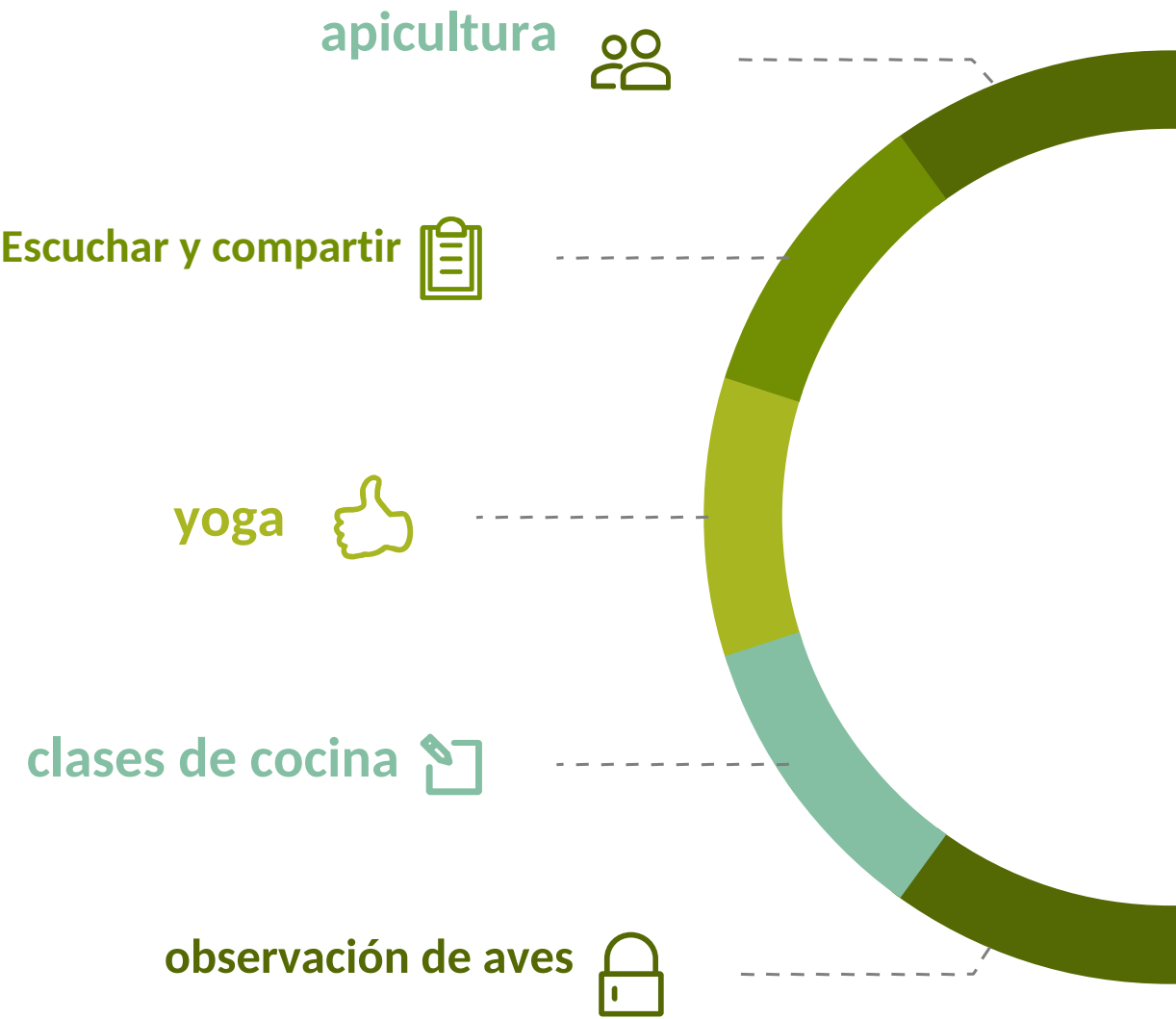
- ✓ Pensar con originalidad
- ✓ Encontrar soluciones alternativas a los problemas
- ✓ La creatividad es "la capacidad de ver nuevas relaciones, producir ideas extraordinarias y alejarse de las pautas tradicionales de pensamiento", (Raymond Corsini, Enciclopedia de Psicología)
- ✓ Un proceso de desarrollo y expresión de nuevas ideas que podría resultar útil
- ✓ La creatividad es nuestra capacidad para crear
- ✓ La creatividad es inventar, experimentar, crecer, asumir riesgos

Dinámica creativa para empresarios de zonas rurales

Actividad 1 “Escuche y comparta”

Tipo de creatividad : Creatividad narratológica

En esta actividad, cada 2 personas forman un grupo. Uno es el oyente y el otro el narrador. Durante 5 minutos, el narrador cuenta una historia (no puede ser real, sino inventada) con muchos detalles, como fechas y horas exactas, muchos nombres y números. El oyente solo escucha sin tomar notas. Transcurridos los 5 minutos, el oyente deberá repetir la historia que el narrador le contó, intentando omitir la menor información posible. A continuación se intercambian los papeles, el oyente será el narrador, de forma que ambos comprueban quién es el mejor oyente o el mejor narrador. Esta actividad entrena a nuestro cerebro a recordar detalles y demuestra cómo la misma historia puede cambiar según el punto de vista de otra persona.



Dinámica creativa para empresarios de zonas rurales

Actividad 2 “Sea mi invitado”

Tipo de creatividad : Creatividad analógica

Una persona de fuera (que no se dedica a la agricultura, sino a otro sector completamente diferente) llega a la explotación agrícola e intenta promover ideas nuevas y creativas en el sistema agrícola existente. Cuanta mayor sea la diversidad de los visitantes que llegan, mejor. Diferentes edades, géneros, habilidades, competencias o formación proporcionará una variedad de visiones e ideas. El punto de vista de una persona del exterior es más preciso puesto que su opinión es objetiva. Las recomendaciones que pueda aportar serán útiles para solucionar los problemas actuales. También puede expresar su punto de vista como consumidor; por ejemplo, qué es lo que más le gusta de un producto, por qué lo compra, en qué otro lugar le gustaría encontrarlo, etc.

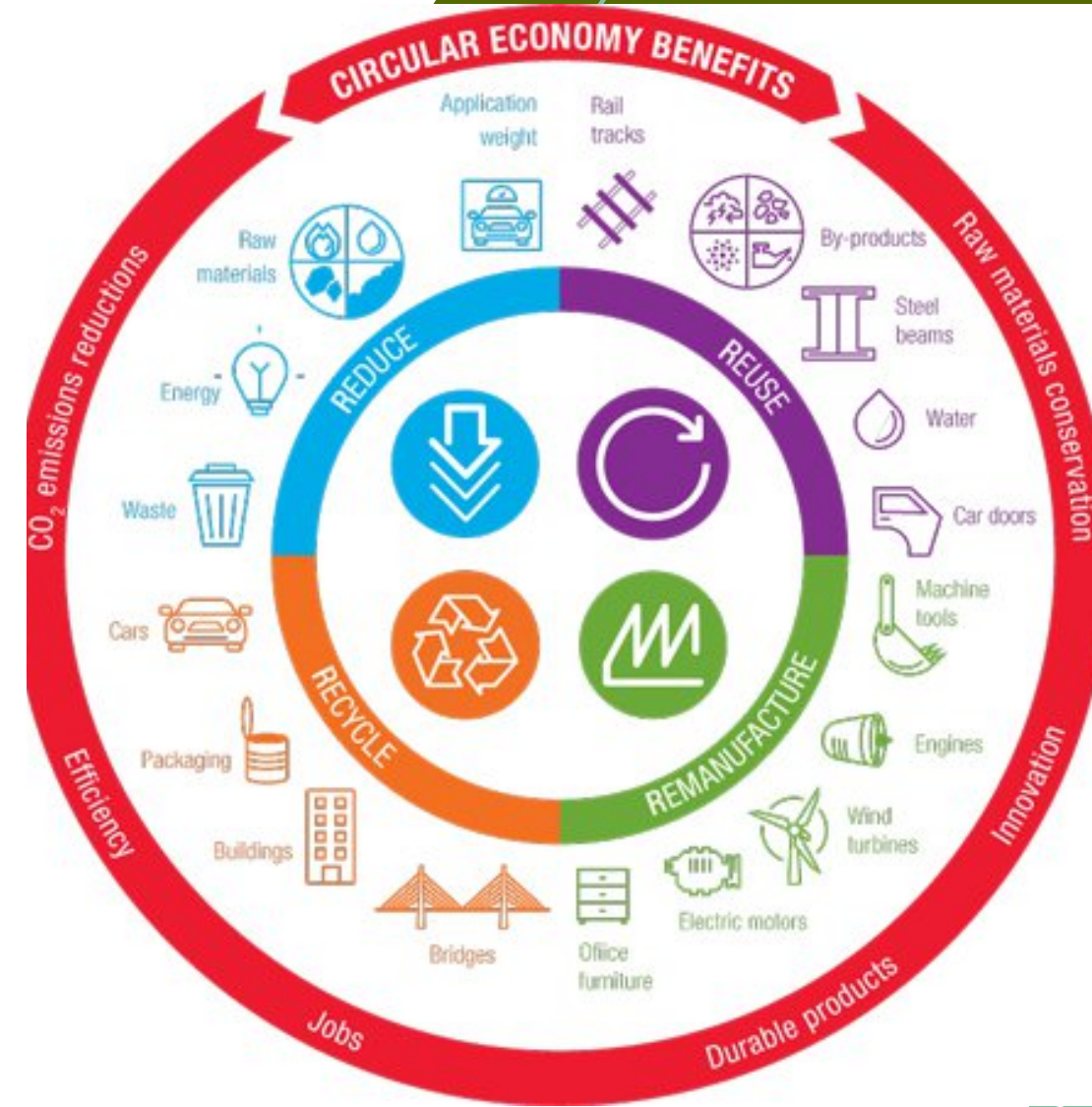


04

**Estimular la demanda
trabajando en red y en
economía circular**

Economía circular

- **Definición:** La economía circular es un modelo de producción y consumo que implica compartir, alquilar, reutilizar, reparar, renovar y reciclar los materiales y productos existentes durante el mayor tiempo posible. De esta forma, se alarga el ciclo de vida de los productos. En la práctica, supone reducir los residuos al mínimo. La EC (economía circular) encierra un gran potencial para que las empresas turísticas alcancen una mayor sostenibilidad y rentabilidad, sobre todo en lo que respecta a la prestación de servicios de alojamiento, alimentación y balnearios y a los flujos materiales relacionados de energía, alimentos, agua, etc...



Dinámica creativa para empresarios de zonas rurales

Actividad 3 “ReUtilizame”

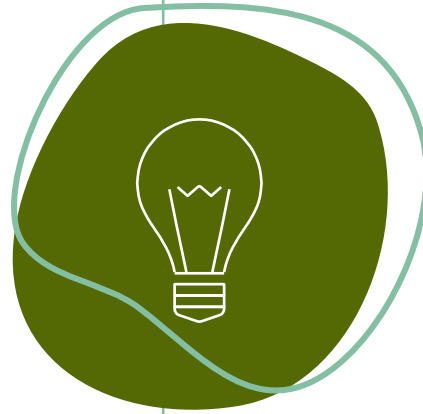
Tipo de creatividad : Creatividad bisociativa

Toda producción produce muchas sobras y residuos. Esta actividad implica a todos los trabajadores. La plantilla al completo debe enumerar los residuos de la empresa: puede tratarse de papeles, piel de uva, carne, semillas, flores, etc. Tras enumerar todos los residuos que produce la empresa, los empleados los pueden dividir en pequeños grupos. El objetivo del ejercicio es encontrar el camino hacia una economía circular y proporcionar soluciones ecológicas a los problemas. De este modo, no solo aumentará la creatividad del equipo, sino que también la empresa será más ecológica y sostenible.



Actividad:

Usted es el propietario de un viñedo en un pequeño pueblo de una zona rural. ¿Cuál será su estrategia para estimular la demanda?



Haga una lluvia de ideas y enumere al menos 5 buenas prácticas/herramientas que aplicaría en su viñedo para atraer a más turistas.



Referencias

01

<https://www.escape2project.org/sources>

02

<https://tourismteacher.com/rural-tourism/#9-why-is-rural-tourism-important>

03

https://circulareconomy.europa.eu/platform/sites/default/files/cirtoinno-handbook_eng-rev.-4.pdf

04

<https://www.gsma.com/mobilefordevelopment/programme/central-insights/how-can-digital-tools-support-rural-tourism-enterprises-in-thailand/>

05



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418



Escape2

Socios del proyecto



<https://www.facebook.com/escape2project>

www.escape2project.org

Módulo Completo ¡Muy bien!

A continuación Módulo 5 - Acceso a los recursos - formación en acceso innovador a la financiación pública, potencial de crowdfunding y captación de empresas



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use, which may be made of the information contained therein 2020-1-ES01-KA202-082418