

## SINOPSIS

El libro tiene como objetivo apoyar a los diferentes actores de los destinos turísticos como son las comunidades, las empresas, las instituciones, los políticos, los profesionales y la Academia en el proceso de conceptualización, planificación y gerencia de destinos turísticos sustentables, mediante el uso del sistema denominado IDOM que se puede observar en el gráfico 1.

Sin lugar a dudas la gestión sustentable de destinos turísticos es un tema muy complejo por la íntima relación entre lo social, lo ambiental y la económica del destino, con la demanda, el marketing y el avance tecnológico en la comunicación, el transporte y la competitividad.

El libro es el resultado de una experiencia de más de 40 años de haber participado directamente en la conceptualización, planificación y gerencia de la gestión de importantes destinos turísticos patrimonio natural y cultural de la humanidad declarados por UNESCO en 1978, como son el Parque Nacional Galápagos y el Centro Histórico de Quito. También en la planificación turística de la Amazonia Ecuatoriana (2002) y en la operación turística de la laguna de Cuicocha (1998-2006), en Ecuador. Este proceso me permitió, publicar la “Guía Metodológica de Proyectos de Ecoturismo IDOM” en 1994 y posteriormente en 2014 la publicación del libro “Turismo en Patrimonios, Sistema de Gestión IDOM.”

La conceptualización sobre el turismo sustentable se presenta en el capítulo I, al reflexionar sobre la necesidad que tienen los destinos turísticos de manejar un proceso de gestión, que logre un equilibrio entre la conservación de los bienes-identidad-patrimonio y la competitividad del destino en los diferentes nichos de mercado, con una activa participación de la comunidad, que se refleje en el mejoramiento de su calidad de vida.

Para lograr este objetivo se explica la necesidad que existe de innovar la visión sobre el negocio turístico hacia la del sistema turístico (demanda, destino, marketing). Sistema en el cual las Municipalidades, tienen una participación muy importante en la planificación del desarrollo, el manejo del territorio, la prestación de servicios públicos, la expedición de ordenanzas territoriales y tributarias y la rendición de cuentas. También se analiza el significado que tienen para la humanidad los bienes, identidad y patrimonios: natural, cultural, cultural, subacuático e intangible, declarados por la UNESCO. Así como la contradicción existente entre lo que significan los bienes y los recursos. Se reflexiona sobre la íntima relación que existe entre la conservación y competitividad. Se proponen paradigmas sobre los principios que debe tener la visión del desarrollo sostenido y sustentable. Y finalmente en este capítulo se presenta el sistema de gestión turística denominado IDOM.

El capítulo 2, considera la planificación, mediante las fases de inventario y de diseño. La fase de inventario analiza el estado de conservación y competitividad de los descriptores del negocio turístico como son: el ambiente, las atracciones y la comunidad, mediante descriptores, parámetros e indicadores valorados en tablas, que permiten analizar la potencialidad, aptitud y vulnerabilidad al

mercado; así como el análisis del inventario de la demanda que considera: necesidades, experiencia y comunicación. En esta fase se define el problema principal sus causas y efectos; la estructura del espacio turístico a partir de los bienes, atracciones, sitios de visita, corredores y destinos; la capacidad de carga para la operación del destino y el cálculo económico del potencial negocio del destino. Se presentan diversos casos de estudio realizados en la aplicación de esta fase.

La fase de diseño propone las estrategias de marketing y de innovación.

- a) La estrategia de marketing , corresponde al diseño de productos turísticos con identidad y que consideren las necesidades funcionales, vivenciales y simbólicas de los diferentes segmentos de demanda y el diseño de un sistema de marketing estratégico es decir diseñar las opciones que ofrecemos a los: consumidores, competidores, distribuidores y proveedores;

La estrategia de innovación considera las siguientes estrategias:

- a) Estrategia de administración del destino, que de conformidad con el marco conceptual, si el negocio turístico es realizado por empresas prestadoras de servicios y operadoras, y la participación de la comunidad, es necesario organizar una forma de administración, que planifique y dirija la prestación de los servicios, la inteligencia de mercado y las acciones operativas de comunicación a cada mercado, que evalúe la experiencia del turista, que maneje un sistema de información y que ejecute acciones de promoción y de ordenación territorial para el funcionamiento del destino. Que lleve adelante la fase de monitoreo del ambiente, atracciones, mercado y comunidad, para proteger los bienes, identidad y patrimonio de los ecosistemas ambiental y cultural y los beneficios culturales y económicos a la población local y empresarial.
- b) La estrategia territorial, tiene como objetivo organizar los espacios para la acción del funcionamiento turístico y la comunidad, de allí la importancia de la participación de las Municipalidades y la comunidad en el proceso.

La gerencia del destino corresponde a la fase de operación del marketing operativo e innovación, mediante la dirección de los procesos de marketing e innovación y el control de la operación en el ambiente, atracciones, mercado y comunidad.

La puesta en práctica de este sistema de gestión turística IDOM, en los diferentes destinos latinoamericanos a través de las municipalidades, el sector empresarial y la comunidad, permitirán ir logrando el tan anhelado equilibrio entre el estado de conservación de los bienes-identidad-patrimonio, la competitividad y la calidad de vida de la comunidad, con la presión del turismo de masas.

Grafico 1. TURISMO SUSTENTABLE: SISTEMA DE GESTION DE DESTINOS TURISTICOS IDOM.

MARCO CONCEPTUAL	FASE DE INVENTARIO	FASE DE DISEÑO	FASE DE OPERACION	FASE DE MONITOREO
Sistema turístico	Metodología	<b>Objetivo estratégico:</b> Identidad del destino / producto/ servicio.  ◇ <b>Estrategias y políticas:</b> ❖ Marketing estratégico  ❖ Innovación: ✓ Organización ✓ Comunidad ✓ Territorio  ❖ Proyectos Estratégicos	<b>Dirección de procesos:</b> ❖ Marketing operativo  ❖ Innovación: ✓ Organización ✓ Comunidad ✓ Territorio	<b>Análisis de los cambios en el estado de conservación y competitividad del:</b> ✓ Ambiente ✓ Atracciones ✓ Mercado ✓ Comunidad  <b>Rediseño de estrategias y políticas:</b> ◇ Marketing estratégico ◇ Innovación
Bienes Identidad Patrimonio	<b>Inventario estado de conservación y competitividad</b> ✓ Ambiente ✓ Atracciones ✓ Mercado ✓ Comunidad			
Competitividad y conservación	<b>Inventario del mercado:</b> ✓ Necesidades ✓ Experiencia ✓ Comunicación		<b>Control de la operación:</b> ✓ Ambiente ✓ Atracciones ✓ Mercado ✓ Comunidad	
Principios de sostenibilidad y sustentabilidad	❖ <b>Diagnóstico</b> ✓ Estructura del espacio ✓ Capacidad de carga ✓ Problema principal ✓ Negocio potencial			
Sistema IDOM: ◇ Inventario ◇ Diseño ◇ Operación ◇ Monitoreo				