

Retos y Tendencias en Turismo Rural

@joantxo llantada - Director del Invattur

Coordinador de Marketing y Proyectos estratégicos y Modelo de Negocio. Secretaría Autonómica de Turismo. Gobierno de Valencia

Profesor del MBA Dirección de Empresas Turísticas IE

Dooer & thinker. Stay hungry, stay foolish.

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR
El Turismo, compromiso de todos



Innovación Gobernanza Sostenibilidad

PLASENCIA. 25-27 OCTUBRE
PALACIO DE CONGRESOS

EXTREMADURA

20 Tendencias convertidas en drivers que definen el éxito en el turismo rural

1. Los datos hoy son la fuente del negocio turístico.
2. El presente y futuro en los mercados ya es móvil.
3. Centrarse en el cliente.
4. Conocimiento e Inteligencia de Negocio, sin ellas no hay negocio.
5. El ecosistema digital es donde se aprende y desaprende la cultura digital.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

20 Tendencias convertidas en drivers que definen el éxito en el turismo rural

6. La reputación es el nuevo marketing.
7. De la especialización al trabajo por planes o proyectos.
8. La comunicación es la clave, bidireccional y de relato.
9. La marca se hace social gracias a la conversación online y la visión omnicanal del nuevo cliente.
10. Digitalización de procesos y establecimiento de indicadores o KPI's.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

20 Tendencias convertidas en drivers que definen el éxito en el turismo rural

11. El reinado de los intangibles y las plataformas.
12. La velocidad de los cambios subordina todo el sistema y la cadena de valor.
13. Las fronteras de la Industria turística se redibujan cada día.
14. Inocular la innovación en el ADN de la empresa.
15. En lo posible adyacente residen las oportunidades.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

20 Tendencias convertidas en drivers que definen el éxito en el turismo rural

- 16. El futuro es ontológico.
- 17. Las tecnologías del lenguaje diseñarán el medio.
- 18. La Inteligencia Artificial no es tan inteligente... todavía.
- 19. Cuanto más tecnología, más sensibles.
- 20. La autenticidad sigue siendo LA TENDENCIA.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Transformación de un Nuevo Modelo Económico Turístico



Retos de la política turística de la Comunitat Valenciana 2017-2025

Orientación del producto centrado en el cliente

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE Y SOSTENIBLE

TRANSFORMACIÓN DIGITAL

MARKETING ESTRATEGICO Y OPERATIVO

Gobernanza colaborativa, liderazgo, cooperación y corresponsabilidad

Calidad, hospitalidad, responsabilidad social y accesibilidad

Dinamización, networking, coaching agentes del cambio

Gestión del conocimiento, formación, capacitación profesional

Investigación, Innovación y Desarrollo de Nuevos Modelos de Negocio

Inteligencia de mercado, investigación, análisis y vigilancia competitiva

Sostenibilidad, paisaje, territorio, recursos, idiosincrasia, mediterráneo



... joantxo, traduce....



Curso Harvard de la Felicidad

Gasta tu dinero en **experiencias** no en cosas: un estudio descubrió que el **75% de las personas se sentían más felices** cuando invertía su dinero en viajes, cursos y clases.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

El mindfulness –atención plena- es la base de la experiencia turística

Viajar ...

1. Nos hace estar atentos al momento presente
2. Nos ayuda a aprender
3. Nos abre la mente
4. Aumenta nuestras emociones positivas
5. Nos empuja a compartir
6. Nos hace desarrollar fortalezas psicológicas
7. Nos da la posibilidad de vivir una experiencia de vida
8. Las experiencias nos cambian
9. Viajar puede incrementar la longevidad
10. Viajar, especialmente entre los jubilados, previene la demencia y el Alzheimer

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Viajar....

11. Viajar permite hacernos desconectar y desestresarnos
12. Viajar por placer aumenta las actitudes positivas de la persona: mejora su estado emocional, le exige planificación y compromiso...
13. La forma más recomendable de viajar será aquella que coincida con nuestra forma de ser
14. Viajar abre nuestro cerebro, lo vuelve más plástico, más creativo
15. Nos permite reencontrarnos con nosotros mismos: fotografía, video, lectura, deportes...
16. Viajar nos ayuda a conectar
17. Viajar nos cambia
18. Viajar nos permite conocer a los paisanos, los nativos, el paisanaje, el local...

... y todo ello es parte del mindfulness

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Los principios de la estrategia rural

1. El turismo rural **tiene entidad propia**, no es susceptible de ser instrumentalizado ni manipulado.
2. Debemos **impulsar el refuerzo de la identidad cultural**: aquel que combina la cohesión de la identidad de un pueblo, de un territorio, la conservación del patrimonio, la que sin renunciar a la rentabilidad económico-turística se fija objetivos fundamentalmente de desarrollo local.
3. El **turismo rural** es y debe ser un turismo de **opción personal**.
4. **Cultura y territorio son partes indivisibles de un mismo ente**. La globalidad es incompatible con la rentabilidad económico-social del turismo gastronómico.
5. El **binomio territorio y cultura no es transferible**. Aún más, la combinación de territorio + cultura es susceptible de generar símbolos por si misma.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Los principios de la estrategia rural

6. Frente a la uniformidad, **identidad, idiosincrasia, autenticidad**, estilo de vida, diversidad, creatividad y la singularidad cultural de un territorio definido.
7. Si bien la **cultura** es tradicionalmente relacionada con interiores -museos, iglesias... descubrimos que **cultura también es entorno, territorio-paisaje, productos, razas, leyendas, intangibles y sociedad**.
8. La viabilidad y futuro del **turismo rural se fundamenta en su uso**. Patrimonio, fiestas, folklore, gastronomía y lenguaje vive del uso del mismo. **Si el patrimonio no se conserva, si no se usa, no se heredará patrimonio**. Si la gastronomía no se consume, si no esta viva, dejará de ser cultura, dejará de ser gastronomía para ser recuerdo u olvido.
9. La **estrategia de promoción debe ser una: la cultura**. No la gastronomía, ni el folklore, ni patrimonio, ni turismo rural, u otros por separado. Idiosincrasia es la clave.
10. La **cultura es elemento integrador, único conexionador de una identidad interior**.

@joantxo

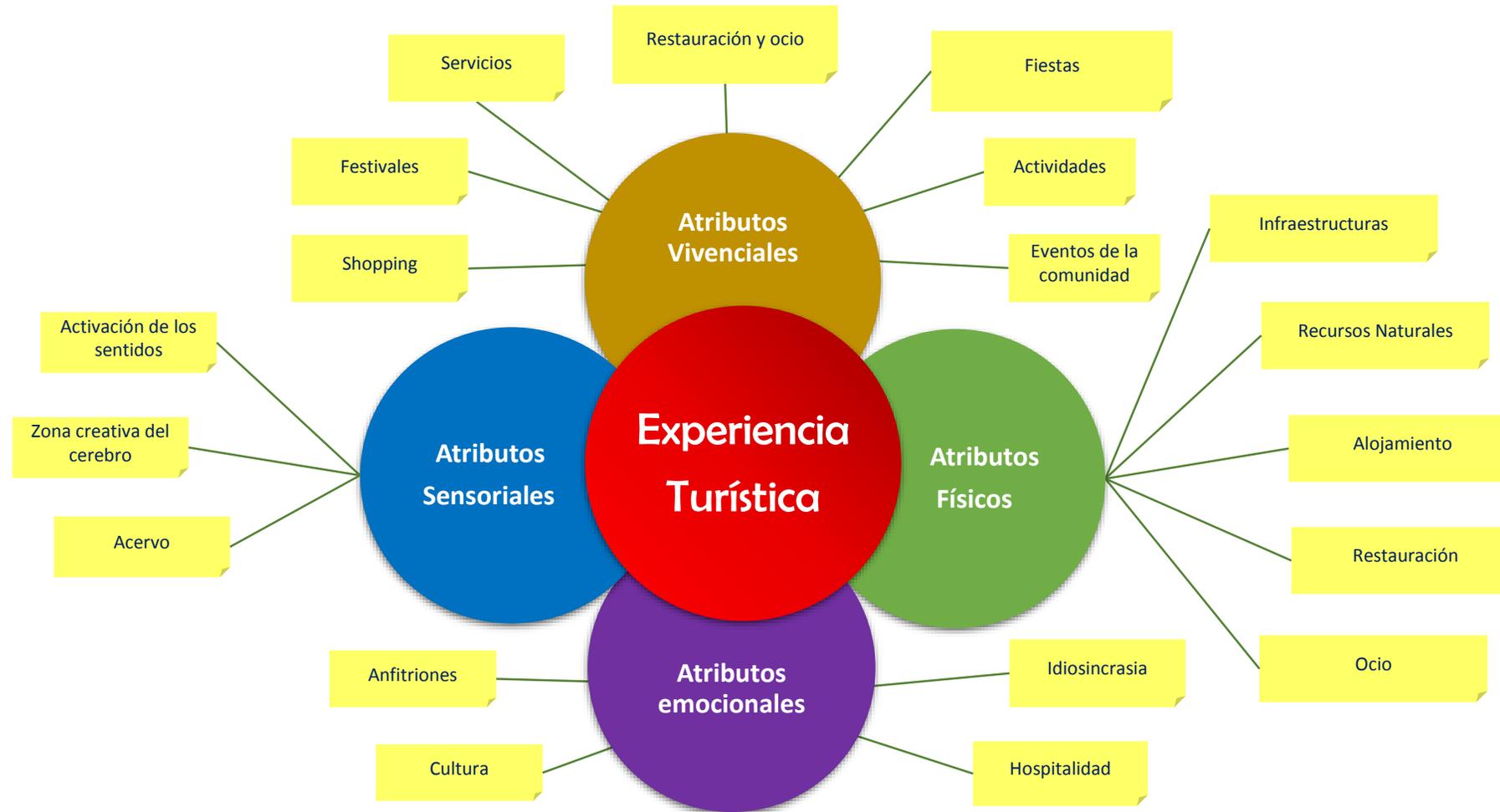
CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



... joantxo, cómo lo hacemos?....



El ADN de la experiencia turística



@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Del commodity al mundo emocional. Debes ser capaz de crear un mundo en la mente de tus cliente usando colores, imágenes, espacios de influencia, palabras descriptivas, vídeos, texturas, aromas, olores, paisajes, emociones, sentimientos... **crea su mundo** a través del relato percibido y la experiencia vivida esta es la clave del éxito en el posicionamiento competitivo.



Luego turismo rural es ...

- Felicidad y emoción
- Vivencias
- Cultura
- Paisaje
- Territorio
- Identidad
- Marca
- Negocio
- Reputación
- Exportación
- Diseño
- Hecho social
- Curiosidad
- Arte
- Diseño
- Humor

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

El servicio



Design

User Experience



A beagle dog with brown, white, and black fur is standing on a mossy rock in a shallow stream. The dog is wearing a black harness. The water is clear and reflects the surrounding greenery and rocks.

**Casi el 40% de los hogares
posee al menos una de los
20 millones de animales
de compañía
contabilizados en España**

¿és esto lo que vendes?





@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



- ¿Cuántos habitantes Hay en el Pueblo.
 - Menos de Mil (unos 130.)
- ¿Para qué sirven las chapas de las Puertas?
 - Por el toro embolado (Protección para la lluvia)
- ¿La escuela está abierta? ¿Hay niños?
 - No, sí (Van al cole a Cantarreja 10)
- ¿De qué vive la gente?
 - Todos Subvencionados (Trabajando como!?)
 - Por cierto: No Hay Azulejeras
- ¿Nieva mucho?
 - En verano no, en invierno unos 40cm.
- ¿Dónde está la gente?
 - Encerrados en sus casas, hay toque de queda
- ¿Cómo son las carreteras?
 - De montaña y con asfalto.







@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



**Tenemos la OBLIGACIÓN de provocar la curiosidad,
marcar un hilo para entender el territorio**

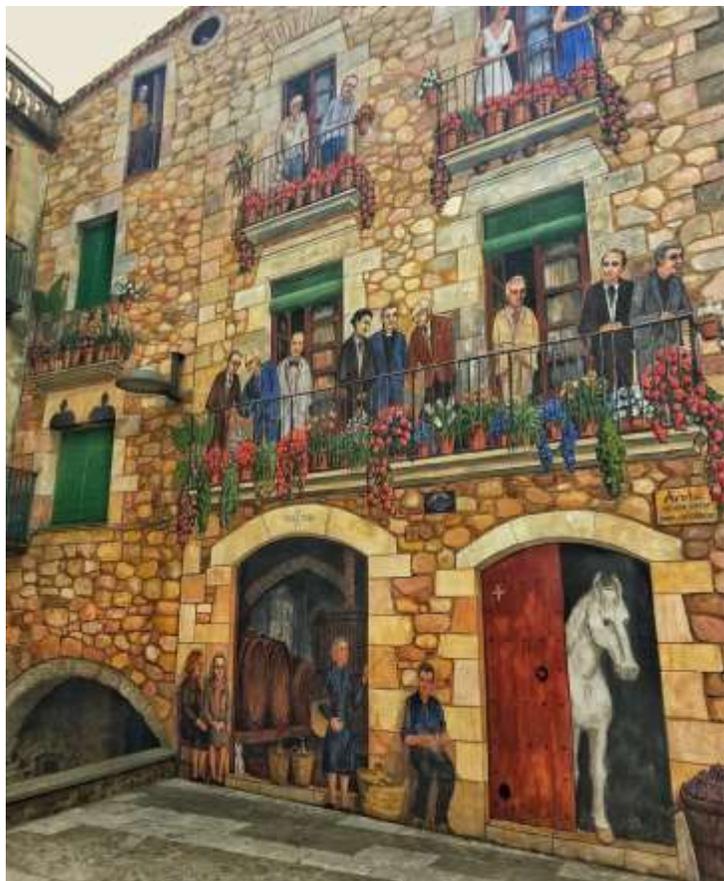
@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



El paisaje urbano rural: una oportunidad para fidelizar

@j
CON
INTER
TUR
DE IN



Los espacios vacíos se convierten en escaparates de oportunidad para interactuar y provocar

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

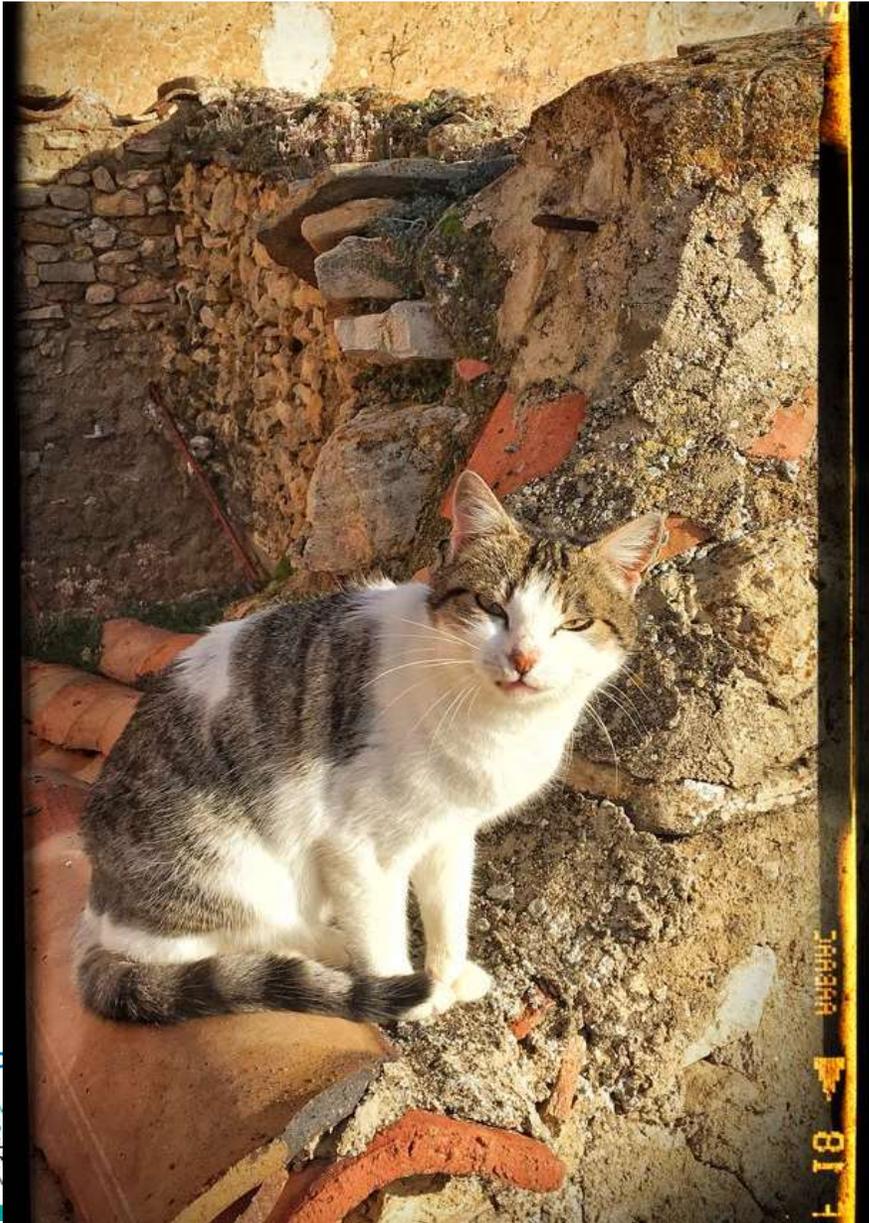
El territorio nos habla

- Comunica personalidad
- Idiosincrasia
- Leyendas y tradiciones
- Diseño natural
- Paisaje humano y natural
- Contexto
- Relato
- Razas y semillas
- Artesanía



@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



La fauna local también es parte de la oferta...

@j
CON
INTER
TUR
DE IN

Datos para apostar por lo que nos hace únicos: la gastronomía



- Casi 13 de los 68 millones que visitaron España en 2015 lo hicieron atraídos por la gastronomía. 87% de los encuestados apuntan a que la gastronomía es un elemento estratégico de la definición y el branding del destino. 8 de cada 10 apuntan que es un agente de desarrollo de la potencialidad del destino
- La gastronomía encabeza el primer lugar de Consumos Culturales, con un resultado de 8,3 por delante de sectores tan importantes como la moda, la arquitectura o el diseño.
- La gastronomía es el tributo mejor valorado con una nota de 8 sobre 10, según la Encuesta de Hábitos Turísticos (Habitur Turespaña).
- La gastronomía es el atributo mejor posicionado de la dimensión turística de la Marca España según el índice de competitividad de la Marca país de FutureBrand.

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Peso de la gastronomía en turismo

- Un reciente estudio de OCDE apunta que cerca del 30% del gasto en servicios turísticos está destinado directamente a la gastronomía.
- Además, son los agentes/comercios locales los principales beneficiados.

Impacto económico (directo e indirecto) en los distintos sectores por cada 100 euros de valor añadido originado en el sector turístico

(Euros)

Sector con demanda turística directa	Alojamiento y comidas y bebidas	44,0
	Transporte	25,7
	Comercio	22,9
	Servicios inmobiliarios	16,8
	Cultura y entretenimiento	4,6
	Agencias de viajes	5,3
		119
Resto de la economía	Sector primario	2,9
	Industria agroalimentaria	10,6
	Industria energética	4,0
	Industria de la construcción	2,7
	Resto de la industria	7,2
	Servicios profesionales	5,0
	Servicios financieros y seguros	4,5
	Servicios de seguridad y administrativos	2,8
Resto de servicios	14,1	
		54
Total		173

Nota: Se usan los pesos en la estructura de la demanda turística para los sectores que pertenecen al sector turístico. El impacto (directo e indirecto) del sector turístico es superior a 100, puesto que los distintos sectores turísticos utilizan insumos intermedios producidos por el propio sector turístico.

La propuesta de valor debe tener mucho, muchísimo diseño

- Good desing is good bussines
- La experiencia del usuario es muy superior a nuestra imaginación
- La propuesta debe ser honesta
- Debe responder a las expectativas del cliente
- Buscar el efecto WoW y la serendipia



@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



...TE DE LOS ROQUES



Parque Natural
Cumbre Vieja

Sendero Astronómico
Astronomy hikes
Astronomische
Wanderwege
LA PALMA

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

Fondo Europeo de I
Una manera de ha



@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



@joantxo
CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



Visit Verdeaurora Land



@VerdeauroraLand



Visit_verdeaurora_land



Verdeaurora Land









10 claves del marketing del ocio en el siglo XXI

- # 1: el viaje, sigue siendo el viaje
- # 2: el viajero siempre es el centro
- # 3: el relato sigue siendo la inspiración
- # 4: la vivencia provoca emociones, las emociones experiencias
- # 5: la atención y la relevancia, lo primero
- # 6: céntrate en crear valor, no en obtenerlo
- # 7: el humor y la atención es la clave del éxito en la hospitalidad
- # 8: el amor y la pasión por lo que hacemos nos hace profesionales
- # 9: somos seres sociales, házmelo fácil y haré marketing de tu marca
- # 10: sin autenticidad no hay diferenciación

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR



♥ A 17 les gusta

@joantxo

CONGRESO
INTERNACIONAL
TURISMO
DE INTERIOR

“Aprender marketing lleva poco tiempo. Desgraciadamente te costará toda una vida dominarlo”

@Philip_kotler



A las mariposas,
háblales de flores!

