

FORO VIRTUAL SOBRE TURISMO COMUNITARIO

SISTEMATIZACIÓN TEMA 3:

Nos asociamos para aprender entre nosotros

Moderador: Melania San Miguel

Sistematización realizada por:

Evelin Troche

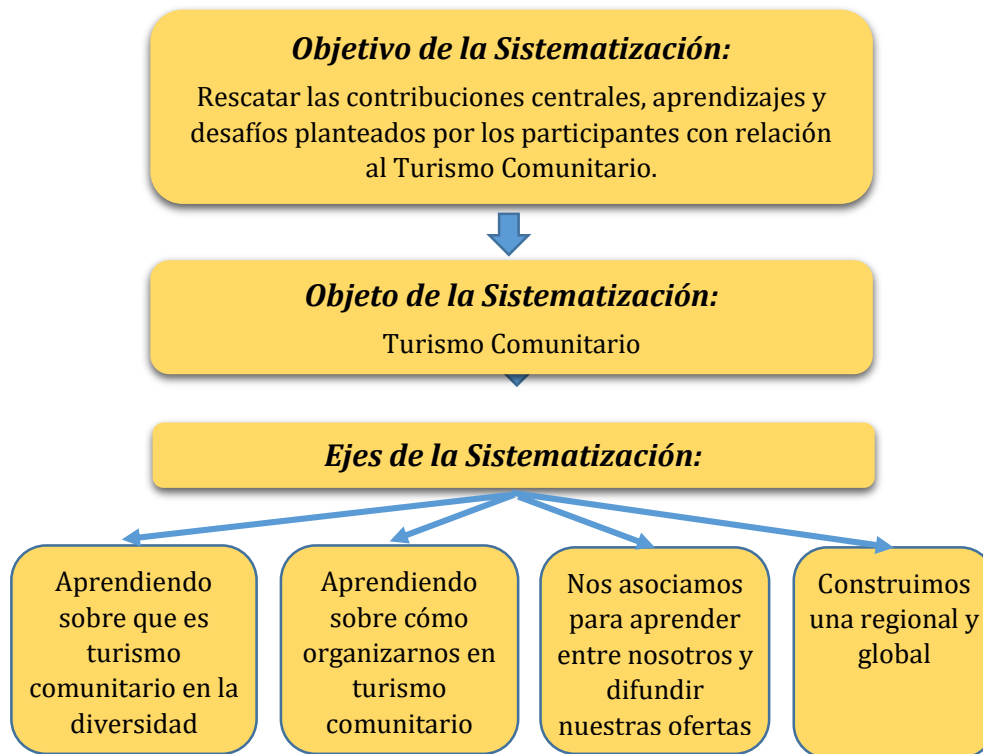
11-03-18

INDICE

SISTEMATIZACIÓN TEMA 3:	1
<i>NOS ASOCIAMOS PARA APRENDER ENTRE NOSOTROS</i>	1
<i>Preguntas guía para el dialogo:</i>	1
<i>CONTRIBUCIONES CENTRALES</i>	2
<i>ASOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE COOPERACION</i>	2
<i>CADENA DE VALOR EN TURISMO COMUNITARIO</i>	3

FORO VIRTUAL SOBRE TURISMO COMUNITARIO

SISTEMATIZACIÓN DE CONTRIBUCIONES CENTRALES Y DESAFÍOS



SISTEMATIZACIÓN TEMA 3:

NOS ASOCIAMOS PARA APRENDER ENTRE NOSOTROS

Moderadora: Melania San Miguel

Preguntas guía para el dialogo:

- Asociatividad: ¿En qué medida la Asociatividad puede fortalecer los emprendimientos comunitarios y su presencia en el mercado?
- Cadena de valor en turismo: ¿Cómo articular el emprendimiento comunitario en una cadena de valor horizontal, vertical o ambos?

CONTRIBUCIONES CENTRALES

A ***SOCIATIVIDAD COMO ESTRATEGIA DE COOPERACION***

- Fortalecer la vinculación y conexión de las iniciativas de turismo comunitario con mercados locales, regionales, nacionales e internacionales en el marco de un contexto de mayor globalización es un desafío de sostenibilidad importante.
- Así mismo, las exigencias de los mercados en un mundo globalizado son cada vez mayores, por lo cual desarrollar ventajas competitivas es vital, siendo complejo muchas veces –debido a varios factores- el que cada iniciativa de manera individual logre este propósito.
- Una estrategia que puede ayudar en estas líneas es la Asociatividad, ésta es concebida como un mecanismo de cooperación entre empresas pequeñas y medianas, que sin perder su independencia legal se vinculan para la ejecución de acciones en común, que les permitan lograr un objetivo preestablecido. En tal sentido, surge la necesidad de generar procesos de asociatividad entre las pymes ubicadas en una misma localidad, con el fin de establecer relaciones de cooperación que propendan a incrementar su productividad y competitividad. El fin es enfrentar la apertura de los mercados en la denominada globalización¹.
- La asociatividad puede fortalecer los emprendimientos comunitarios y su presencia en el mercado en:
 - ✓ El impulso y fortalecimiento de las identidades culturales
 - ✓ El desarrollo de mecanismos de negociación
 - ✓ El impulsar y consolidación de liderazgos locales
 - ✓ En el acceso a fuentes y mecanismos de financiamiento
 - ✓ En la disminución de costos
 - ✓ En el fortalecimiento de sus capacidades y mejora de sus procesos operativos
 - ✓ En la cooperación mutua y fortalecimiento de relaciones de confianza, solidaridad y reciprocidad.
 - ✓ En el intercambio de experiencias y saberes
 - ✓ En el fortalecimiento de su presencia en diferentes redes sociales
 - ✓ En el acceso a mercados y tecnología con mayores ventajas competitivas
 - ✓ En el fortalecimiento de los mecanismos y formas de comunicación

¹ Fernández, G. y Narváez, M. 2001. *Asociatividad empresarial: estrategia para la competitividad en las pymes*. ISSN 1317-8822 • Año 10 • N° 2 • Julio - Diciembre 2011 • Pg.: 295-308

- De acuerdo a Fernández y Narváez 2001, por medio de esta estrategia las pymes involucradas fusionan recursos y capacidades que les permiten reducir costos, acceder y optimizar el capital financiero, recurso humano calificado y tecnología, lo que se traduce en un incremento de la productividad y la competitividad.
- No obstante todo ello, la asociatividad requiere muchos esfuerzos de parte de sus miembros (pymes) para su implementación, y como punto inicial la voluntad de desarrollar vínculos asociativos así como definir el alcance de la misma con base a la identificación de intereses, necesidades, objetivos y metas comunes, visualizando en la asociatividad una oportunidad de cooperación importante.
- Las fases para la implementación operativa de un modelo asociativo pueden ser variadas, sin embargo se destacan las siguientes²:
 - ✓ Fase I. Promoción de la asociatividad.
 - ✓ Fase II. Integración del grupo de empresas.
 - ✓ Fase III. Diseño del proyecto.
 - ✓ Fase IV. Ejecución del proyecto.

CADENA DE VALOR EN TURISMO COMUNITARIO

- Para articular cadenas de valor en turismo comunitario es importante valorar la oferta-producto que ofrece la iniciativa de turismo comunitario, saber exactamente cuál es su punto diferenciador, luego analizar su competencia, ver el mercado meta, seleccionar los canales y realizar las alianzas estratégicas y estrategias para acceder a mercados locales, regionales, nacionales o internacionales.
- Es clave que en la definición de la cadena de valor del turismo comunitario se mapeen todas los elementos que hacen parte clave de la iniciativa de turismo comunitario y que hacen parte de la cadena tanto primarios como de apoyo: entrada – operaciones – logística de salida – marketing (promoción / comercialización) – servicio al cliente, infraestructura, abastecimiento, transporte, hospedaje, alimentación, recursos humanos, proveedores u otros importantes.

² Fernández, G. y Narváez, M. 2001.