

<b>ACTIVIDAD</b>	I Jornadas técnicas ciudadanos turistas responsables
<b>LUGAR</b>	Albergue Fuente Agria. Villafranca de Córdoba
<b>FECHA Y HORAS</b>	25 de enero de 2018. 5 horas. de 10:00 a 15:00
<b>PONENTES INVITADOS/AS</b>	Rocío Muñoz (UCOTUREN) José María de Juan. (KOAN Consulting) Daniela Moreno (Equality in Tourism)
<b>PERSONAL TÉCNICO</b>	Equipo CIC BATÁ
<b>PARTICIPANTES</b>	28 personas.

### APERTURA DE LAS JORNADAS

A cargo de Rafael Cantero, coordinador del proyecto ciudadanos turistas responsables. Federico Romero, responsable del Albergue Fuente Agria y el Alcalde de Villafranca Francisco Palomares. El coordinador del proyecto, agradece la asistencia al evento e indica que este espacio permite poner cara y nombre a las personas que participan en el proyecto Ciudadanos Turistas Responsables, aunque se llevaba tiempo trabajando con algunas actividades, fundamentalmente de identificación y conocimiento de las diferentes experiencias e iniciativas en la Mancomunidad. Indica que la gestión del albergue por parte de CIC BATÁ y la experiencia acumulada en torno al turismo responsable dio pie a plantearse cómo se podría dinamizar y empezar a trabajar en la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir que, a partir de la gestión del Albergue, se ha convertido en una zona de referencia para CIC BATÁ.

El planteamiento del proyecto partió de reflexionar acerca de cómo se podía enganchar un trabajo en un tema que ocupa y preocupa mucho a la organización como es el turismo y propender por un turismo responsable y sostenible. Un turismo responsable con cuestiones medio ambientales, sociales, económicas, culturales y de equidad de género y al mismo tiempo crear y dar valor a nivel local a muchas iniciativas que se llevan a cabo en la mancomunidad. Dar a conocer estas experiencias y más adelante crear con ellas productos que puedan ser interesantes para referenciar la mancomunidad. De otra parte, hacer esa conexión local - global, porque hay muchos desafíos a los que contribuye un enfoque responsable del turismo y de cualquier actividad humana: La lucha contra el cambio climático, la lucha por los derechos humanos, la lucha por la igualdad, entre otros.



Federico Romero da la bienvenida a todas/os los participantes del evento al Albergue Rural Fuente Agria. Seguidamente realiza una breve presentación del albergue al que invita a que lo visiten y conozcan su entorno, ubicado en el parque periurbano del municipio de Villafranca. Indica que lo que se busca es que este espacio emane todos los principios de solidaridad y cooperación de CIC BATÁ y se transita hacia un modelo de eco-albergue. En el camino se ha buscado que haya una relación intensa con el entorno y con el pueblo de Villafranca, donde se

participa en todas aquellas iniciativas y actos en los que se considera se puede aportar y aprender. Los productos utilizados en el albergue se provean desde el mercado de cercanía, desde lo más local a lo comarcal. Se propende porque los productos sean ecológicos y artesanos y se cuenta con un personal de cocina que está llevando a cabo un proyecto de cocina familiar y de recuperación de recetas tradicionales de la zona.

El alcalde de Villafranca y vicepresidente de la Mancomunidad de Municipios del Alto Guadalquivir, da la bienvenida a los participantes al municipio de Villafranca y traslada la disculpa de la presidenta de la Mancomunidad por no poder asistir, debido a que se le presentó una reunión urgente que atender.

Indica que la mancomunidad está apostando por un turismo sostenible y ha visto muy importante este proyecto donde se colabora en su desarrollo, que permita ver que es posible un turismo responsable y sostenible en la zona. El alcalde es a su vez presidente del Grupo de Desarrollo Rural del Medio Guadalquivir, hace referencia a los fondos europeos: (...) *para recibir los fondos europeos tenemos que hacer una estrategia previa donde hay participación de todos los sectores y una de las cosas que nos han demandado es desarrollar un turismo sostenible. Añade: Desde el GDR vamos a hacer un esfuerzo por enfocar una cuantía importante de dinero a este tipo de turismo porque en definitiva es el futuro. Oímos que el turismo genera riqueza pero también oímos la parte mala del turismo, un turismo insostenible que no es medioambientalmente responsable.*

Finalmente motiva a los asistentes a participar en el proyecto: *El futuro de nuestras zonas rurales y del Valle del Guadalquivir encaja perfectamente dentro del turismo sostenible y responsable, un turismo de calidad.*

## PRESENTACIÓN JORNADAS TÉCNICAS

**A cargo de:** Rafael Cantero Medina

Lo que se persigue en estas I jornadas técnicas es hacer una reflexión conjunta en torno al turismo responsable. La última parte se va a dedicar a un trabajo en grupos en el que todos y todas puedan plantear propuestas concretas o ideas que permitan diseñar las acciones a llevar a cabo en la siguiente fase: Campaña de sensibilización e incidencia. Con esas acciones propuestas o ideas, lo que se va a hacer es ir definiendo una ruta de acción y/o programa de actividades que pretendemos que cumpla dos características:

1. Que se realicen actividades de diferente tipo en el mayor número posible de municipios de la mancomunidad.
2. Que en esas actividades se incluyan todos los ámbitos del turismo responsable y sostenible: El ámbito medioambiental, el social-cultural y el económico. Y un ámbito que para el proyecto es muy importante y que sería transversal en el desarrollo del mismo como es el enfoque de género en el turismo, el estudio de esa relación entre el turismo y género.

En la primera parte de las jornadas se van a realizar dos mesas redondas con expertos y expertas de entidades colaboradoras/es del proyecto, con la finalidad de acercarnos a los conceptos, definiciones, experiencias de turismo responsable, las oportunidades que podemos

extraer de este enfoque u orientación del turismo para la mancomunidad y cómo se debe tener en cuenta el enfoque de género en el turismo.

## **I MESA REDONDA. HACIA UN TURISMO RESPONSABLE. UNA OPORTUNIDAD PARA EL DESARROLLO LOCAL.**

Las presentaciones de las intervenciones de los/las ponentes están disponibles en la web de CIC BATÁ. <http://www.cicbata.org/node/335>

### **Intervención: Profesora Rocío Muñoz. Universidad de Córdoba.**

Inicia su intervención acercando a los participantes a la definición y evolución del concepto de turismo responsable y sostenible y refiere: Turismo sostenible, responsable, sustentable, básicamente ha sido una evolución contextual, inicialmente estos términos se asociaban más a cuestiones de impacto y sostenibilidad ambiental. Mientras la opinión pública iba generando una cierta resistencia al turismo por los impactos sociales que iba generando con las poblaciones residentes, muchas de ellas saturadas por el impacto que creaba, también en el patrimonio o en la explotación laboral que supone el turismo. Ese concepto de turismo sostenible fue evolucionando de manera que a día de hoy, por supuesto implica una protección del medio natural, pero también social, cultural y económica.

#### Resalta varios aspectos en relación al turismo responsable y sostenible

- Permite rescatar y poner en valor costumbres, tradiciones que estaban olvidadas y es todo esto lo que muchas personas cuando viajan están buscando. El poner todo eso en valor y darlo a conocer como un producto turístico es un reto y hay muchas formas de hacerlo, pero en este proyecto vamos a intentar que todo ello encaje en la filosofía del turismo responsable y sostenible.
- Para que sea sostenible esa actividad debe minimizar el impacto en el medioambiente, debe ser socialmente responsable, es decir que creé un empleo que no sea de explotación con unos salarios dignos, con condiciones de trabajo adecuadas que se enlace con otras actividades del territorio donde está, que cree sinergias con otras empresas, asociaciones, por ejemplo el aprovisionamiento de proximidad.
- Es un turismo asociado más a experiencias. Quien opta por este tipo de turismo quiere relacionarse. Las empresas que se creen en los territorios que pretendan posicionarse dentro de este enfoque, deben hacer entender a los ciudadanos de su entorno que el turismo es bueno, que genera riqueza y no es algo a lo que haya que sentir hostilidad, porque cuando el turista viene a un lugar le gusta encontrarse con personas con quien relacionarse con quien hablar, que tenga esa sensación de que es bien acogido/a.
- Este turismo necesita que sea participativo, no vamos llegamos y nos hacemos una foto y volvemos, tratamos de conocer algo más de ese territorio. Cuando hablamos de turismo responsable, estamos hablando de un turismo respetuoso, turismo socialmente aceptado por los territorios, rentable pero sin explotación.



El turismo accesible. Aquel turismo que es de fácil acceso para todos/as, no nos estamos refiriendo solo a las personas con alguna discapacidad, sino a situaciones específicas que podemos tener por edad, por un accidente, etc. Es una responsabilidad hacerlo y es una oportunidad de negocio: las personas con discapacidad, viajan aproximadamente el mismo número de veces que las personas sin discapacidad. Datos de un estudio del mes de noviembre de 2017 revela que la media en España de viaje anual está en los 8 días y en las personas con discapacidad en 7 días, pero gastan entre un 10% y un 20% más que las personas que no tienen discapacidad. Es un nicho de mercado interesante para el turismo responsable y a la vez accesible.

#### Fondos europeos y fomento de actividades turísticas

Para que cualquier actividad turística sea posible beneficiaria de este tipo de fondos debe cumplir unos determinados requisitos y debe estar en sintonía con los principios de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas. El año 2017 fue declarado el año del turismo sostenible. Hay una vía transversal en los ODS de implicar al turismo, porque aporta valor, en temas de lucha contra la pobreza, la igualdad de género y en temas relacionados con el impacto medio ambiental. Cuando se prepara un proyecto para optar por este tipo de subvenciones es necesario relacionar el proyecto con los ODS. De esa manera tienes en cuenta las líneas maestras que se marcan desde los organismos internacionales que son los que resuelven estas convocatorias y los proyectos que están en sintonía con los ODS tienen una mayor probabilidad de ser aprobados.

#### Por qué es relevante el turismo sostenible

*Beneficios medioambientales.* Tiene un menor impacto ambiental que otras actividades turísticas, porque está concienciado con el consumo responsable, aprovisionamiento de proximidad y esto no sólo se puede generar en espacios rurales, sino también en ciudades.

Un turismo que se quiera considerar como sostenible debe contar con un análisis del impacto que genera y tiene que vigilar esos impactos: una forma adecuada de tratamiento de residuos, de emisiones, donde se puede utilizar biomasa insumos más sostenibles. En cada paso de un proyecto se pueden tomar decisiones que impliquen mayor o menor impacto ambiental.

*Beneficios culturales.* El turismo sostenible es una fuente muy importante para sostener el patrimonio. España en este aspecto es un país extremadamente rico en patrimonio, pero tenemos un problema que el patrimonio no se conserva solo y es tremendamente costoso su mantenimiento y reparación. Cuando un patrimonio es susceptible de tener interés turístico se tiene la vía para encontrar los fondos para mantenerlo con una explotación responsable. En otros países del entorno lo tiene asumido y aquí con una mayor riqueza no hemos sabido explotarlo.

El catálogo de bienes de un territorio susceptible de ser visitados se debe tener en cuenta para construir una estrategia turística en una zona. No hablamos sólo de patrimonio tangible sino intangibles: música, danza recetas, tradición oral, que debe ponerse en valor. A nivel de iniciativas el crowdfunding (micro-mecenazgo), son unas plataformas on-line que han venido a sustituir en pequeña escala al sistema financiero, porque los bancos en muchos casos no apoyan este tipo de iniciativas si no ven de antemano su rentabilidad, pero algunas iniciativas toman el concepto de mecenazgo que había antes para apoyar esos proyectos y se puedan llevar a cabo. Ejemplo de este tipo de plataformas: <http://www.goteo.org/>

*Beneficios sociales.* Estos proyectos o iniciativas de turismo sostenible desde que nacen están implicados en el territorio y toda la sociedad se beneficia porque tienen unos principios que buscan generar empleo digno, consecuentes con las costumbres y con los usos y van a tener menor impacto ambiental. Su impacto generalmente es positivo en el territorio porque se enraízan con lo que ya existe, con los negocios de la zona, ya sea por aprovisionamiento o por el uso servicios locales de diferente tipo. Son iniciativas que benefician directa o indirectamente a toda una zona, la reactivan.

*Beneficios económicos.* Generan empleo por sí mismo y generan empleo indirecto dentro de su zona, en últimas genera bienestar social. En algunos casos es la única vía de encontrar actividades económicas en un determinado territorio. En algunos casos donde nace un proyecto de estas características, es el primer paso para erradicar la pobreza (ejemplo de proyectos desarrollados en América Latina) podemos ver el nivel de impacto que puede llegar a tener.

Los proyectos de turismo sostenible deben tener en cuenta:

- Que genere un empleo de calidad, no solo es una cuestión de remuneración, son empresas que son socialmente responsables, que cuida de sus trabajadores y se implica más allá de lo que la ley le exige.
- Que genere riqueza en el territorio. Cadenas de valor cortas, aprovisionamiento de proximidad, generación de empleo en la propia zona. Es un proyecto para mi territorio y debe haber una implicación real.
- Ser creativos. Conocer lo que están haciendo otras personas, experiencias exitosas (Benchmarking) que pueden adaptarse-replicarse en la zona. Es muy importante el marketing: Cómo nos damos a conocer, cómo nos hacemos ver en un mercado tan amplio como es el turismo.
- Puesta en valor de todo lo que es nuestro legado, porque es un recurso turístico si es bien empleado. También se dice que el turismo tiene un problema que transforma en folklore la cultura, es una labor que hay que abordar con respeto, lo que quiere esos turistas es la esencia no una versión distorsionada de las manifestaciones culturales.

### Perfil del turista responsable

Para saber que debemos promover es necesario conocer cómo se comporta el perfil del turista al que nos dirigimos. La Red: European Alliance of Responsible Tourism and Hospitality tienen un decálogo del turista responsable: <https://earth-net.eu>

En un informe que se publicó aproximadamente hace un año, muestra dos perfiles de turistas que les interesa el turismo responsable y sostenible, en el informe se habla de dos tribus: Los puristas culturales y los trotamundos comprometidos. Son colectivos muy amplios con una gran diversidad de rango de edad que no se corresponde con ese perfil de turismo familiar, rural o de fin de semana, es otro perfil. Los puristas culturales son aquellos que buscan la parte más social del turismo, hay gente que viaja desde sitios lejanos porque quiere que le enseñen a hacer tal receta o ver tal proceso tradicional o recorren muchos kilómetros para participar de la cosecha de algún producto, etc. Los trotamundos son aquellos que valoran que lo que invierten en ese viaje va revertir en ese territorio.

### **Intervención: José María de Juan Alonso. KOAN Consulting**

Inicia con una breve presentación de KOAN, consultora que realiza la intervención en proyectos, muchos de éstos de cooperación relativos al ámbito de los productos turísticos y de su comercialización. La consultora es miembro fundador de European Alliance of Responsible Tourism and Hospitality (EARTH) que nació como una alianza de turismo responsable europeo con diversas entidades, ONG y empresas consultoras. Hace unos años se fusionaron con la Organización Internacional de Turismo Social (OITS) y cuentan con sede en Bruselas. *Lo que intentamos es que lo responsable y lo social vaya junto.*



Destinos sostenibles, turistas responsables y empresas competitivas. Es a lo que tenemos que llegar y por lo que trabajamos.

La clave está en trabajar con estos tres ámbitos, si sólo hacemos uno no funciona. Que haya empresas competitivas y que sepamos dónde se vende, porque es otro mundo, porque no tiene nada que ver vender el turismo no responsable con el responsable.

Todo empieza en la inteligencia de mercado, conocer al cliente y sobre todo explicarle lo que estamos haciendo porque estos términos que hemos hablado turismo responsable sostenible, se han prostituido, han perdido significado. Para el turismo internacional decir que un albergue es eco- turístico no dice nada, porque resulta que ahora todos lo son, todos los hoteles son ecológicos, todas las empresas hoteleras están por el compromiso social, pero luego son las que pagan la mitad de salario a las camareras de piso, etc. Cada vez más el turista se está dando cuenta que le están engañando.

La inteligencia de mercado sirve para identificar el turista, tienes información y te sirve para tomar decisiones. En España tenemos muchas estadísticas de turismo pero por sí solas no sirven, por lo general sólo cuantifican el número de turistas y de dónde han venido. Se desconoce cuánto han gastado, si eran familias u otro grupo, a qué han venido, qué les motivó: querían gastronomía, les llamó la atención la ciudad patrimonio, venían en coche con guía o sin guía... Hay que contar con una buena información que permita identificar ese perfil, para poder diseñar productos dirigidos a ese perfil, que encaje perfectamente.

Tenemos que tener muy centrado cuál es nuestro cliente y eso nos permite saber que tipo de marketing hacemos, según grupos etarios, etc. ¿Quién es mi cliente? ¿Cómo se informa? ¿Cómo compra? ¿Cuál es mi mercado y cómo llego a él? No es difícil si uno se sienta con alguien que sabe del tema, te asesora y te orienta al respecto.

Es importante tener en cuenta que si queremos desarrollarnos como comarca y como empresa debemos estar conectados. Hacerlo con un mensaje claro y con un código ético que demuestre lo que decimos. El turista lo que quiere ahora son evidencias, no quiere sellos. No sólo quieren que tengas un catálogo, un sello, quiere que demuestres como lo estas haciendo. *Lo que quiere el turista responsable es complicidad. El turismo responsable tiene mucho que ver con la emoción.*

La sostenibilidad en las iniciativas de turismo responsables es un elemento diferencial. Tenemos que hacerlo bien de acuerdo a unos principios éticos que guían la actividad y esa ética sirve para vender mejor y captar un turista más motivado. El turista responsable entiende por lo general que el turismo responsable es más caro.

#### El turismo responsable en España

La oferta española al respecto está atomizada, es decir tenemos muchas empresas de turismo responsable por todo España pero cada uno por su lado, no están unidos en las comarcas, no hacen proyectos juntos, no consiguen el dinero juntos y en el mercado final los que compran estos productos, esas empresas no están.

El turismo responsable es la respuesta a ese sobre turismo, la turismo fobia. Durante muchos años no nos preguntábamos al respecto y en cuanto han empezado a haber manifestaciones en Barcelona, en San Sebastián, ahora nos llaman de todas partes preguntando ¿Ustedes saben qué hacer? De ahí la importancia de tener claro el modelo que construyes, porque si haces las cosas mal se puede llenar una comarca de gente que te invade y que no es rentable. Eso está pasando en muchas comarcas que han hecho un modelo equivocado y por el día están llenas de gente y por la noche no hay nadie: ni comen en los restaurantes, ni pernoctan en las posadas y no dejan nada en la zona y uno se pregunta ¿esto es desarrollo turístico? *Es necesaria la calidad frente a cantidad.*

Se vienen haciendo estudios desde hace unos 10 años en el mercado británico y alemán sobre sí un turista estaría dispuesto a pagar más por un turismo responsable, por un producto responsable y muestran que cada año aumenta el porcentaje de los turistas que estarían dispuestos a pagar más por ese producto. En el 2008 estaba sobre un 47% y actualmente está sobre el 70%. Aquí no hablamos de grandes números, hablamos de cosas más pequeñas, de gente muy motivada y que te genera una mayor rentabilidad. Eso influye en el triple balance: ambiental, socio-cultural y económico-empresarial. A veces ese balance no está equilibrado, se han hecho esfuerzos en la parte medioambiental, pero en lo social se pagan salarios muy bajos, no hay un impacto positivo para la personas de ese territorio, etc. Debe existir un mayor equilibrio.

#### Por qué hay negocio en el turismo responsable

Cada vez hay más gente comprometida con otros valores y no le gusta lo que ve en ese otro turismo. Hay mucha diferencia entre lo que pasa fuera y dentro y no le gusta, se implica y se convierte en un viajero responsable. Quieren reducir el impacto que produce ese tipo de turismo y están muy comprometidos. Rechazan esos viajes ultra rápidos, la masificación de las ciudades, es por lo general un turista culto y con dinero. Esa gente cada vez es más y esta muy bien informada.

Los grandes tour-operadores están reflexionando al respecto. La agencia de viajes del Corte Inglés ha sacado un catalogo de turismo responsable -todavía pequeño-. Consultan y buscan apoyo, se han dado cuenta y no quieren quedarse fuera. Es bueno y es malo a la vez. Es bueno que un operador grande se interese por el turismo responsable, también sabemos que lo hace por marketing y para aprovechar el tirón.

#### Casos de éxito

Mucho de lo que hacemos trabajamos en las comarcas que persiguen un desarrollo turístico para luchar contra la despoblación, para fijar población y trabajar con su gente y las empresas que ya existen para que sean competitivas. Un proyecto europeo financiado en los dos últimos

años: Turismo generacional responsable. Grupos de abuelos viajando de un país con sus nietos que se encuentra en otro país con abuelos en una comarca y hacen un encuentro intergeneracional en el marco del turismo responsable. Todos aprenden de la comida de todos, bailes, etc. El modelo ha gustado mucho y lo han pedido varios tour-operadores y varias comarcas para que lo exploremos.

Modelo gastronómico: Los paisajes de la sierra de Madrid se sientan a la mesa. Este proyecto ha sido la creación de productos de turismo gastronómico que se han comercializado en FITUR. Un proyecto basado en productos locales sostenibles y muy diferenciados. El modelo consiste en investigar primero el mercado, ponemos en contacto a los productores locales con los restaurantes, todo ello va acompañado con un plan de marketing y luego los ponemos en contacto con el mercado que lo vende. Y todo con un tratamiento de sostenibilidad muy intenso.

Acaba de empezar climatural. Aprovechar la reforestación de zonas que necesitan reforestarse por cuestiones de biodiversidad o lugares que han sido afectados por incendios y convertir ese lugar en un producto turístico en si mismo, con un componente de sensibilización medioambiental, con un componente de interpretación del patrimonio, entre otros. La forma en que ese paisaje lunar se va regenerando es el atractivo turístico, es un proyecto que se va a llevar a cabo en Teruel, en una zona afectada por un incendio: El turista podrá ver cómo se restaura un bosque, como renace.

Otro ejemplo es La Catedral de Vitoria, Abierto por obras. Estaban restaurando la catedral y ese era el atractivo turístico: les vamos a enseñar cómo se restaura una catedral y fue un éxito. Hay muchos ejemplos más: Observadores de murciélagos, de hormigas, de lo más peregrino que se nos pueda ocurrir. Las posibilidades que hay son inmensas, los que estudiamos el mercado nos damos cuenta que hay gente para todo.

## II MESA REDONDA. INTEGRACIÓN DEL ENFOQUE DE GÉNERO EN EL TURISMO RESPONSABLE

**Moderadora:** Paqui del Castillo. Presidenta de la Federación de Asociaciones de Mujeres Alto Guadalquivir.

La presidenta expone que hace 10 años decidieron conformar una federación de la que hicieran parte las asociaciones de mujeres presentes en la comarca, aunando esfuerzos sin perder la identidad de cada una de las asociaciones que la conforman. Aprovechando el trabajo que se realizaba en cada localidad y además hacer un trabajo conjunto en toda la comarca.

Nuestros objetivos están orientados hacia la lucha por los derechos de las mujeres y la equidad género, entre otros. Estamos además implicadas en otros ámbitos que consideramos tienen relación con nuestras luchas y objetivos: temas medioambientales, de comercio, etc. Estamos comprometidas con el desarrollo de la comarca y con los intereses que como mujeres organizadas podemos aportar y aprender sobre el turismo responsable.

### Intervención Daniela Moreno (Equality in Tourism)



Inicia su intervención realizando una breve reseña de Equality in Tourism de la que es directora. La organización empezó su trabajo hace 7 años. Los objetivos que perseguimos es asegurar que las mujeres disfruten en igualdad de condiciones la toma de decisiones y los beneficios del turismo global.

Queremos promover el turismo sostenible a través del empoderamiento de las mujeres y la disminución de las relaciones de género. Es muy importante promover el turismo responsable a través del empoderamiento, porque ahora se ha puesto de moda, en muchas organizaciones se trabaja desde una mirada sólo de igualdad, pero es necesario conocer en concreto lo que sucede y se pueda empoderar a las mujeres en el sector. La desigualdad de género le quita valor y progreso al turismo a nivel global.

Consideramos que en el turismo responsable tenemos un medio para hacer incidencia como planteamiento político, y que se tengan en cuenta el enfoque de género en el turismo. Realizar sensibilización, formación e incidencia para lograr cambiar las cosas.

Lo vemos en la práctica, en los análisis de género que realizamos hay iniciativas de turismo responsable con esos valores, pero cuando se analiza la política de género no se incluye. Las buenas prácticas del turismo responsable tiene un potencial mayor para incorporar el enfoque de género, eso es incontestable, pero hemos visto que en el turismo responsable hay una carencia o poca sensibilidad con relación a la igualdad de género. Una línea de trabajo que tenemos es trabajar con organizaciones que ya tiene incorporada esa visión crítica del turismo, que también incorporen esa crítica desde la perspectiva de género.

#### Turismo y enfoque de género

El turismo sexual, abrió el marco teórico y práctico del turismo con enfoque de género. España es el tercer país con más turismo sexual a nivel europeo y a nivel mundial ocupa el 7º lugar y comparte los primeros puestos con Tailandia, Camboya y República Dominicana, donde se han presentado problemas muy graves. Mucho de ese turismo sexual está vinculado con la trata de mujeres. La policía en España informa que 90% de los sitios de prostitución las mujeres están en situación de trata y explotación sexual. España es un lugar de destino de turismo sexual reconocido a nivel mundial. Todas estas cifras nos llevan a pensar que hay muchos problemas en la política turística, en las leyes y normativa al respecto en este país. Asunto que ha estado muy invisibilizado, la ciudadanía no esta informada suficientemente al respecto.

Otra parte que abordamos o nos dirigimos, es lo que se suele llamar “Cliente” ¿por qué pasa esto? ¿Qué construcción de la masculinidad tienen?, porque son fundamentalmente hombres. España no sólo recibe ese turismo sexual, sino que también va a otros países en busca de ese tipo de turismo, ante todo en América Latina.

En el año 2013 la Organización Internacional del Trabajo (OIT) realizó un informe sobre trabajo decente de mujeres en el área de la hostelería e informa que el 52% de las personas que trabajan en este sector son mujeres y en España es del 55%, en Lituania y Albania estas cifras rondan el 70%. Ese informe nos dice que el turismo es un motor para el empoderamiento de las mujeres dado el alto número de mujeres dedicadas al sector. Sin embargo, cuando se analizan esos datos de una manera más profunda, muestra que hay una feminización del empleo en el turismo a nivel cuantitativo que es importante, pero cuando haces un análisis cualitativo nos muestran que las mujeres realizan los trabajos más precarios, donde no tiene ningún poder de decisión. Hay una problemática muy grave en el empleo turístico y que repercute muy



fuertemente en las mujeres. En España una de las organizaciones que más ha visibilizado este tema se llama las KELLYS, organización de mujeres camareras de piso, que están reivindicando sus derechos, problemática que ha calado mucho en la opinión pública y la ciudadanía.

<https://laskellys.wordpress.com/quienes-somos/>

Empleo turístico en clave de género en Andalucía. (Tablas disponibles en la presentación)

En Andalucía la estadística del cuarto trimestre de 2017, señala que el turismo representa un 15,6% de los contratos realizados en dicho periodo Siendo los contratos a las mujeres mayoría 51,3% frente al 49,69% de hombres. La franja etaria de las mujeres que trabajan en el turismo está concentrada en edades comprendidas entre los 25 y los 44 años y el 96,2% son contratos temporales.

De esta manera vemos que cuando se dan las cifras sin analizarlas, lo que se dicen es: Aumenta el porcentaje de mujeres vinculadas al sector turístico. Este es uno de los datos que se pueden analizar, pero hay muchos otros que nos permite hacernos una idea sobre la realidad de precarización de la situación de las mujeres en el sector. El trabajo de gobernanta o de camarera de piso es una externalización del trabajo de ama de casa y tiene relación que sea en esos trabajos donde se concentra el trabajo de las mujeres en el sector. Las expectativas de las mujeres con mayor formación, muestran que son muy pocas las que están accediendo a cargos de dirección.

En relación a la demanda de contratación en el sector, son las mujeres con un 62,90% las que mayormente solicitan este tipo de trabajos, los hombres el 37,9%. Sería interesante poder contar con información que permita conocer si por el mismo trabajo se paga igual a hombres que a mujeres, es decir la brecha salarial entre hombres y mujeres por el mismo trabajo.

La contratación del turismo en Andalucía no está mal, teniendo en cuenta que el 40,68% de las mujeres no entran al mercado laboral, porcentaje muy alto de mujeres que ni siquiera intentan entrar en el mercado laboral y como vemos el turismo concentra un alto porcentaje de mujeres, es una oportunidad para construir un trabajo digno para las mujeres que entran al mercado laboral en la región.

Los datos para la provincia de Córdoba son muy semejantes al resto de Andalucía. Cuando vemos cuáles son los cargos turísticos más apetecidos, esos datos no están desagregados por sexo, es necesario conocer esos datos desagregados para poder construir una política turística que tenga en cuenta el enfoque de género.

En España no hay una política turística, que permite tener en cuenta entre muchas otras cosas importantes, el exigir que se presenten los datos desagregados por sexo (Solo desagregan algunos datos, como hemos visto, que permitan mostrar las mejores cifras).

A nivel global de la política, hay una carencia de planes, estrategias o mandatos turísticos con enfoque de género. Se carece de datos e información que permita tener las bases para construir esas políticas. En concreto en España no se ha hecho nada, por más intentos que las organizaciones hemos hecho al respecto.

El enfoque de género en el turismo es muy difícil su inclusión, porque implica una apuesta decidida por transformar muchas cosas y no hay voluntad política para hacerlo. Sin embargo, es

una temática que poco a poco va tomando interés y se van haciendo cosas interesantes, ante todo en el área de la sensibilización y la formación.

Otro tema de interés que es necesario abordar, esta en relación con el mercado que nos está diciendo que cada vez más mujeres viajan solas, sería interesante hacer estudios de nichos de mercado de mujeres que viajan solas y vincularlo con la seguridad de los destinos turísticos.

#### El trabajo en el proyecto: El turismo con enfoque de género

Mi papel en el proyecto ciudadanos turistas responsables, es generar y compartir conocimiento en el marco del turismo con enfoque de género. Vamos a trabajar también en específico con la federación de mujeres (construir una hoja de ruta/agenda) para luego transmitir esos planteamientos - reivindicaciones al resto de organizaciones, experiencias que hacen parte del proyecto y en la campaña de sensibilización e incidencia que se va a llevar a cabo.

## COMENTARIOS Y PREGUNTAS DE PARTICIPANTES

Un vez concluidas las intervenciones de ponentes las y los participantes realizan comentarios y algunas preguntas que les surgen a partir las exposiciones.



- Poner en relación las experiencias de cada uno de los municipios y en general de la comarca es un buen inicio. *No conocíamos todas estas experiencias, en general ha sido una buena oportunidad el entrar en una relación inicial, esperamos continuar y poder construir algo conjuntamente.*
- El apoyo y asesoría del proyecto es muy importante para comenzar a caminar en ese sentido. *Vemos las posibilidades en la comarca, pero no tenemos apoyo, hacer las cosas bien implica contar con el asesoramiento adecuado.*
- Falta de interés institucional de parte de la administración. *Organismos, instituciones, políticos involucrados, no solo hacerlo desde la base privada sino que una de las bases de apoyo al turismo en la zona es la implicación de todos, esto funcionaría si hay compromiso y las entidades locales son fundamentales: concejales, alcaldes de la mancomunidad.*
- Es necesario realizar una preparación previa en cada municipio y en la mancomunidad *Se necesita generar la sensibilidad a nivel de cada municipio y de la mancomunidad porque hay políticos y técnicos que no lo ven o no tienen información/formación al respecto.*
- Es muy importante mejorar la coordinación y planificación en la comarca *Se han hecho proyectos, estudios, se han dado subvenciones en la zona sobre turismo, pero son acciones sin continuidad. Se termina la subvención y se acaba el trabajo y se pierde lo que se ha hecho.*

*Muchos trabajos ni se conocen, ni se difunden o no se llevan a cabo después de haber invertido en identificación de recursos turístico y demás.*

*Entra una nueva administración y es como que partiera de cero, no se tiene en cuenta lo hecho previamente o no se sabe o no interesa lo que se ha hecho.*

Coordinador proyecto: Hasta el momento estamos coordinado el proyecto con la Mancomunidad y contando con las experiencias que hemos identificado hasta ahora. El trabajo a nivel local con proyección comarcal es el que queremos realizar en la nueva etapa del proyecto, partiendo de lo que hay, aunque sea incipiente, que permita sensibilizar y formar otros colectivos e incidir como institución a la mancomunidad y que los ayuntamientos expresen su voluntad de colaborar con este tipo de iniciativas.

Ponente: Si bien es cierto que la política nos da el marco y el apoyo de la administración es esencial. Sin embargo, empezamos con lo que se tiene y cada vez vamos teniendo mayor claridad de lo que queremos, para así tener claro qué es lo que necesitamos que nos apoyen. Cuando la gente llega de uno en uno no es lo mismo que llegue el conjunto de iniciativas de la zona y con un plan concreto.

### Preguntas

1. La solución a ese turismo no deseado es cerrarle la puerta o tenemos una labor para educar a ese turista, porque las propias iniciativas somos gestores de ese turismo. ¿Podemos hacer algo, cuál es la salida? 2. Los estudiantes son o pueden ser un turista responsable, son personas más formadas e informadas ¿tiene cabida en el turismo responsable, aunque no sea gente con recursos económicos?

R: Cuando utilizo ciertas expresiones lo hago para provocar, pero no se refiere al bajo nivel económico sino al bajo nivel de motivación, creo que todas las personas deben tener la posibilidad de hacer turismo pero motivados y educados. El problema de España es que traemos a ese tipo de turistas ni les informamos, ni les motivamos, ni les educamos. Usted es un turista pero eso no implica que usted pueda hacer lo que quiera.

Como decías podemos hacer algo para cambiar esa situación, eso se combate con educación. Cuando haces las cosas no es por mala voluntad sino muchas veces porque ese turista no está informado. Creen que pueden venir a España a hacer cosas que en sus países de origen serían impensables. Si ese turista no se comporta adecuadamente en muchas ocasiones es porque nadie se los ha dicho.

3. En relación al trabajo de las mujeres en el turismo o en campos asociados al sector en zonas rurales ante todo, podría lograrse un mayor empoderamiento las mujeres que son propietarias y/o están al frente de sus negocios al tener ellas la dirección y mayor control de los establecimientos, que las mujeres de las ciudades que trabajan por cuenta ajena.

R: No necesariamente es así aunque ayuda. Sin embargo, hay otros factores que también habría que analizar. Hemos conocido experiencias en el ámbito rural, mujeres que son las que llevan los negocios y no contabilizan las horas de trabajo, no se asigna un salario o no marcan horarios de entrada de turistas dicen: *como estoy en casa que el turista llegue cuando quiera.*

Estamos hablando de política turística con enfoque de género en un país que no hay política turística a nivel general. Convencer a gente de estructuras tan grandes -por ejemplo en la

hostelería- es muchísimo peor un sector dominado por los hombres, los que están mandando es gente con una posición retrógrada al respecto.

Dos cosas preocupan al turismo responsable al respecto. Muchas cadenas hoteleras por un lado tiene un sello de sostenibilidad y calidad pero la ley española permite que la empresa hotelera cree una red aparte y la red te permite hacer subcontrataciones y pagan salarios de miseria. Sin incidencia política en ese marco legal da igual lo que hagas porque esto lo están haciendo las mismas cadenas que firman acuerdos con UNICEF, que cuenta con código ético y demás. Pero como la ley les permite subcontratar todo lo pagan a la mitad, este sistema es extremadamente rentable para esas cadenas que lo que persiguen es la mayor rentabilidad.

R: Hay muchos casos en que las mujeres no son conscientes de estos asuntos, de ahí la importancia que damos a la sensibilización y la formación. Es necesario trabajar al iniciar un proyecto turístico sensibilizar y formar en el tema de género y no solo con mujeres sino con los hombres también.

El ejemplo de las KELLYS es muy importante, porque parten por reivindicar sus derechos y están organizadas. Han tenido un proceso de empoderamiento interno muy importante, son líderes de opinión, han movido el terreno aún cuando no puedan cambiar la ley todavía. Han ido al Congreso, al Parlamento Europeo, algo que hace dos años era impensable.

## PRESENTACIÓN EXPERIENCIAS IDENTIFICADAS

Se presentaron las experiencias a partir de la reseña que realizaron en la ficha de identificación. Archivo adjunto disponible en: <http://www.cicbata.org/node/336>

## IDEAS Y ACCIONES PARA UN TURISMO RESPONSABLE EN LA MANCOMUNIDAD DE MUNICIPIOS DEL ALTO GUADALQUIVIR.

En esta última sesión de las jornadas se trabajó sobre ideas/propuestas que todas/os los participantes aportaron y que permitan nutrir las acciones a desarrollar a partir de la campaña de sensibilización e incidencia a nivel de los municipios y la mancomunidad.

El proyecto pretende visibilizar las experiencias identificadas relacionándolas con los valores que las propias iniciativas promueven y los principios del turismo responsable. Valores y principios asociados al turismo que tienen repercusión a nivel local y global. Hay tres acciones que hasta el momento se tiene proyectadas:

- En la web de la organización se diseñará un espacio que permita mostrar y poner en valor las experiencias.
- Realización de paneles para una exposición itinerante sobre turismo responsable.
- Encuentro de intercambio de experiencias, que permita conocer experiencias exitosas de otras zonas y/o comarcas rurales.

A continuación se presenta el cuadro que recoge las ideas y/o propuestas por las personas que asistieron a las jornadas. Insumos que se tendrán en cuenta en el diseño y la planificación de las actividades a llevarse a cabo en el marco de la campaña de sensibilización e incidencia, en coordinación con las iniciativas, las administraciones locales y la mancomunidad.

ÁMBITO	INFORMACIÓN – SENSIBILIZACIÓN HACÍA LA CIUDADANÍA	INCIDENCIA HACÍA LAS INSTITUCIONES
<p><b>A NIVEL LOCAL</b></p>	<p>TRABAJAR CON LOS JÓVENES LA CIUDAD ES DE TODOS/AS</p> <p>POTENCIAR LOS PRODUCTOS Y GASTRONOMÍA LOCAL.</p> <p>DAR A CONOCER EXPERIENCIAS DE RECUPERACIÓN DE CAMINOS Y VÍAS PECUARIAS PARA SENDERISMO Y OTRAS ACTIVIDADES EN LOS MUNICIPIOS.</p> <p>ASOC. DE MUJERES HAN RECUPERADO RECETAS Y CANCIONES TRADICIONALES. PROMOVER ACCIONES</p> <p>REALIZACIÓN DE RUTAS TURÍSTICAS Y PONER PLATOS TÍPICOS DE LA ZONA</p> <p>SENSIBILIZAR A LA POBLACIÓN EN IGUALDAD Y RESPETO AL MEDIO AMBIENTE</p> <p>SENSIBILIZAR Y EMPODERAR A LA POBLACIÓN, EMPEZAR POR LAS MUJERES PARA LA GENERACIÓN DE COOPERATIVAS-EMPRESAS QUE CREEN TRABAJO</p> <p>INFORMACIÓN A LOS DIFERENTES COLECTIVOS Y CENTROS PÚBLICOS DE LOS MUNICIPIOS</p> <p>1RO HACER VISIBLE EL PROYECTO A LA POBLACIÓN. FOMENTAR VALORES ASOCIADOS AL TRS</p> <p>POPOSIBILITAR REUNIONES EN LOS 8 MUNICIPIOS PARA GENERAR E INCENTIVAR INICIATIVAS DE CAMBIO HACÍA UN TRS EN LA MAG</p> <p>APOYARSE EN EVENTOS FIESTAS QUE SE HACEN EN LOS MUNICIPIOS</p>	<p>LA ADMINISTRACIÓN LOCAL DE VILLAFRANCA DEBERÍA CONVOCAR UNAS CHARLAS A TODAS LAS ASOCIACIONES, ORGANIZACIONES, EMPRESAS, EMPRESARIOS QUE TENGAN QUE VER CON EL TURISMO, EL MEDIO AMBIENTE, ETC. CON APOYO DE BATÁ Y EL PERSONAL TÉCNICO SOBRE TRS.</p> <p>QUE LAS ADMNIST. LOCALES SE IMPLIQUEN EN EL PROYECTO. PLANTEEN Y EXPONGAN IDEAS AL RESPETO.</p> <p>HACER UNA REUNIÓN INFORMATIVA DEL PROYECTO EN CAÑETE DE LAS TORRES</p> <p>HACER UNA RUTA DE LOS MUNICIPIOS, DONDE CADA LOCALIDAD ENSEÑE UNA O VARIAS DE SUS TRADICIONES.</p> <p>HACER UNA REUNIÓN INFORMATIVA DEL PROYECTO EN AYUNTAMIENTOS CON TÉCNICOS Y POLÍTICOS</p>
<p><b>A NIVEL DE LA MANCOMUNIDAD</b></p>	<p># CIUDADANOS TURISTAS RESPONSABLES</p> <p>PLAN INFORMACIÓN/COMUNICACIÓN DEL PROYECTO, LA IMPORTANCIA DE UN TRS Y VISIBILIZAR QUIÉNES SOMOS/ESTAMOS. EN TV LOCALES, RADIO Y PERIÓDICO COMARCAL</p> <p>ESPCIO ONDA TRS ONDA MEZQUITA TV CÓRDOBA</p> <p>DATOS CUALITATIVOS Y CUANTITATIVOS RECOGIDOS EN EL PROYECTO QUE SE PUEDA PRESENTAR (ELEVAR) A LAS INSTITUCIONES.</p> <p>CREAR UNA RED- PLATAFORMA DE INFORMACIÓN. DIVERSIFICAR LA INFORMACIÓN DE FORMA COLABORATIVA</p> <p>DIVULGAR INFORMACIÓN A TODOS LOS COLECTIVOS: MAYORES, JÓVENES, NIÑOS... PARA FOMENTAR EL TURISMO RURAL, NATURAL, HACER SENDERISMO Y TURISMO EN LOS PUEBLOS</p> <p>TV LOCALES PROGRAMA DE DIFUSIÓN PROYECTO</p> <p>LISTA DE CORREOS-CONTACTO ENTRE DIFERENTES PROYECTOS E INICIATIVAS</p> <p>FERIAS/EVENTOS PÚBLICOS DONDE EXPONER SERVICIOS Y PRODUCTOS DESDE LAS INICIATIVAS</p> <p>JORNADA COMARCAL DE TURISMO CON PERSPECTIVA DE GÉNERO</p> <p>JORNADAS DE SENSIBILIZACIÓN CON PARTICIPACIÓN POPULAR. OFRECER UN PROGRAMA DE DEGUSTACIÓN Y OTRAS ACTIVIDADES. LOGRAR MAYOR ASISTENCIA Y DARNOS A CONOCER</p> <p>MOSTRAR EXPERIENCIAS DE LA MAG Y DE OTRAS ZONAS RELACIONADAS CON EL TRS.</p> <p>WEB DE PROMOCIÓN DE EXPERIENCIAS Y PAQUETES TURÍSTICOS OFRECIDO POR LOS PROYECTOS PARTICIPANTES.</p>	<p>HACER HINCAPIÉ EN LA NECESIDAD DE FORMACIÓN EN LA MATERIA Y DE REALIZAR SEGUIMIENTO DE INICIATIVAS ANÁLOGAS EN OTROS LUGARES APLICABLES LOCALMENTE, QUE HAYAN TENIDO ÉXITO.</p> <p>CON LA INFORMACIÓN QUE SE RECOJA DE TRADICIONES DE LOS MUNICIPIOS HACER FOLLETOS Y SOCIALIZAR EN LA MAG.</p> <p>REALIZAR UNA REUNIÓN INFORMATIVA – SENSIBILIZACIÓN SOBRE EL PROYECTO, CONVOCADA POR LA MANCOMUNIDAD Y QUE ESTÉN PRESENTES TODOS LOS ALCALDES</p> <p>CONFERENCIAS DE PERSONAL EXPERTO SOBRE TRS Y CON PERSPECTIVA DE GÉNERO</p>