



Turismo Generativo: Un modelo para impulsar la riqueza y el desarrollo sostenible en el mundo rural

# BLOQUE UNO



# Índice del contenido

- Contexto
- Definición y principios fundamentales del modelo.
- Ámbitos de aplicación del Modelo de Turismo Generativo.
- Casos de éxito.

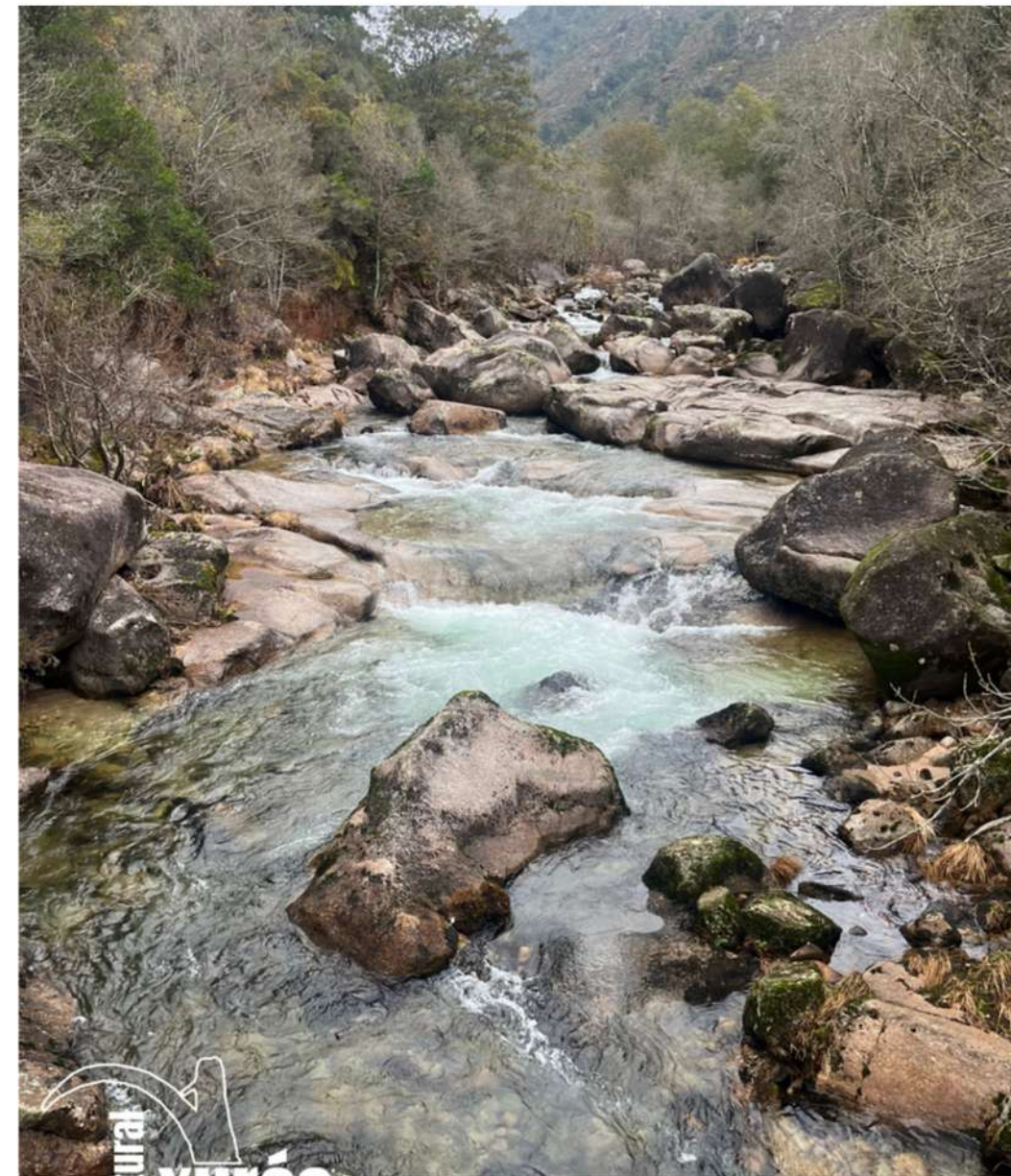
¿De qué les voy a hablar realmente?

De la importancia del desarrollo de un **turismo rural sostenible**, para **generar riqueza** en las zonas rurales.



# Contexto

Datos y tendencias del turismo rural o comunitario  
Fuente: Escapada Rural



- **Contacto con la naturaleza (40%)**
- Desconectar de la rutina (24%)
- Socializar con amigos o familiares (14%)
- **Abundancia de opciones al aire libre (70%) es la motivación que más crece vs año anterior**
- **Visitar un entorno cultural (49%)**
- **Riqueza gastronómica (45%)**
- **Amabilidad de la gente (29%)**
- **Amplia oferta de alojamientos (20%)**
- **Practicar un turismo sostenible (20%)**

## Lo más valorado por los turistas

### ¿QUÉ VALORAN MAS LOS TURISTAS EN UN ESTABLECIMIENTO TURISTICO?

- Amabilidad del propietario (43%),
- Las medidas de higiene (37%)
- Instalaciones accesibles y seguras, y espacios comunes amplios (29%)
- Disponer de equipamientos y servicios de bienestar (28%)
- Decoración cuidada (27%)
- Servicio de comidas (23%)

# El turismo rural es algo más que alojarse

- Visitantes buscan destinos llamativos, diferenciadores
  - El turista rural gasta una media de 52€ por persona y día en destino
  - Desconectar y estar en contacto con la naturaleza, lo más valorado de un destino rural
- Viajeros buscan conocer nuevas zonas de nuestra geografía. Este interés se refleja en la cifra de que **dos de cada tres escapadas rurales hechas en 2024 fueron a un destino que el viajero visitaba por primera vez.**
- El turismo rural se distingue por ofrecer una **experiencia auténtica** cuya esencia radica tanto en **los atractivos de los destinos** como en el **trato con la comunidad** o el **tipo de alojamiento** en el que se puede pernoctar. Esta autenticidad es el **verdadero valor diferencial del turismo rural.**

Fuente: Escapada Rural

## Latinoamérica diversifica su oferta con turismo comunitario de experiencias "auténticas"

- Los países de América Latina y el Caribe buscan **diversificar su oferta más allá de los tradicionales reclamos de playa y naturaleza** con una apuesta por el **turismo comunitario**, que combina experiencias "auténticas" con las comunidades locales y la sostenibilidad y el cuidado del medio ambiente.
- No es algo que deba sorprender: **el turismo rural o comunitario movió unos 576 millones de dólares en 2022**, según datos de ONU Turismo, organismo que sitúa a América Latina y el Caribe entre las regiones con mayor potencial para esta actividad económica que puede contribuir a un desarrollo sostenible de la mano de las comunidades locales.



## X Encuentro Iberoamericano de Turismo – Cuba

El turismo **rural o comunitario**, cada vez más demandado, será el punto central del **X Encuentro Iberoamericano de Turismo que se celebrará entre el 29 de septiembre y el 5 de octubre en Cuba**, cita en la que se espera que los ministros de Turismo de los 22 países que componen la comunidad iberoamericana sumen esfuerzos para su desarrollo.

# Conclusiones

- Hoy es más pertinente que nunca **potenciar sectores económicos productivos tradicionales y sostenibles**
- Se trata de tener una **visión global, del territorio** o destino turístico
- **Colaboración sector privado y administración pública**
- Un **modelo de gestión que genere riqueza** en los territorios rurales



# LES PRESENTO EL MODELO DE TURISMO GENERATIVO



# ¿Qué es el modelo de Turismo Generativo?

Una forma nueva de abordar viejos problemas



Un sistema de gestión de un territorio, para transformarlo en destino turístico rural y sostenible.



## ¿En qué se basa el Modelo de Turismo Generativo?

### TRES PREMISAS

Trabajar con criterios  
de sostenibilidad

- Recursos existentes
  - Continuidad
- Respeto ambiental

Implicar a toda la  
comunidad, cuantos  
más mejor

- Vecinos
- Asociaciones
- Admón. Pública

Proteger el modo de  
vida rural

- Sin ganadería y  
agricultura, no hay  
paisaje
- Pueblos “parques  
temáticos”

# ¿Por qué se llama GENERATIVO?

La semántica importa



- Genera cambios sociales
- Genera cambios económicos
  - Genera sensibilidad ambiental



## ¿ESTE MODELO SIRVE PARA CUALQUIER TERRITORIO?

- Deben ser territorios que quieran convertirse en destinos turísticos sostenibles.
- Estos territorios serán zonas rurales con recursos naturales, históricos o culturales, aún por descubrir, lo que presupone un gran potencial.
- Tienen que necesitar o querer que el turismo sea el motor de la economía local,
- Debe haber personas que quieran trabajar por el territorio.
- Debe haber un coordinador de todo el proceso

# Los 5 pasos del Modelo de Turismo Generativo

5 sencillos pasos que te permiten abordar el proyecto con un método y organizadamente:

---

1

**Implicarse en el territorio y elevar el nivel de conciencia del problema.**

Conectar con los interlocutores entender sus propuestas y llegar al decisor final.

2

**Analizar el territorio y colaborar con los responsables del territorio**

Recursos existentes: históricos, naturales, culturales, etc..

3

**Trabajar con toda la comunidad e implicarlos**

Obtener apoyo de la mayoría de los actores del territorio, logrando más opiniones que enriquecen el contenido.

4

**Desarrollar y presentar el Plan de Acción**

Es un gran momento, este documento será el vínculo con el territorio y la visión de cómo abordar su desarrollo turístico sostenible.

5

**Difundir y ejecutar**

Se consigue repercusión y, sobre todo, que todos los actores conozcan el trabajo final y cómo han de implicarse en él.





# CASOS DE ÉXITO



# Tierra de Pinares – Las Navas del Marqués (Ávila- Castilla y León)

Plan Estratégico basado en el modelo y en 3 recursos.

Objetivos: turismo como motor económico y desestacionalizar la oferta

Destacar: Mercado Navideño, Concurso decoración Navideña, Festival Internacional de Música, Revista Entrepinares, web específica



# Comarca Nordeste de Segovia (Segovia – Castilla y León)

Plan de sensibilización y motivación

Objetivo: Creación de grupo de trabajo germen de la asociación

Aplicación del modelo para el plan estratégico por parte de los empresarios

Destacar: producto birding, página web, crecimiento



# Gredos Norte (Avila – Castilla y León)

2 Planes Estratégicos  
Objetivo: desestacionalizar la oferta y fijar población

Creación grupos de trabajo por temáticas

Puesta en marcha por la asociación de empresarios ASENORG

Destacar: conseguido certificado Starlight; Grupo de Birding Gredos, Grupo de gastronomía; 12 años de Festival del Piorno en Flor;



# Gran Lago Alqueva (Extremadura y Alentejo - España y Portugal)

Plan de sensibilización y motivación para crear asociación empresarial de ambos territorios

Objetivo: crear asociación transfronteriza.

Destacar: implicación del sector privado y la administración pública de ambos países; creación de la asociación; creación de productos turísticos relacionados con la lámina de agua.



# CEIN – Centro Innovación Gobierno de Navarra (Navarra)

2 años consecutivos:  
formación y tutorización  
emprendedores en el Modelo  
de Turismo Generativo

Objetivo: combatir la  
despoblación a través del  
impulso de negocios  
innovadores en el medio  
rural.

Destacar: proyectos atractivos  
con un Plan de Acción  
tutorizado y validado por el  
MTG.



# Comarca Los Pedroches (Córdoba – Andalucía)

Creación del grupo de trabajo  
(12 personas)

Objetivo: Creación del grupo  
germen de la empresa de  
proyectos turísticos.

Impartición del modelo de  
Turismo Generativo

Destacar: descubrimiento de  
los patrimonios por los  
propios integrantes del grupo  
de trabajo.

Nota: están empezando a  
trabajar con el modelo.



# 1. Sierra de Gata – Las Hurdes

## 2. Territorios UNESCO (Cáceres – Extremadura)

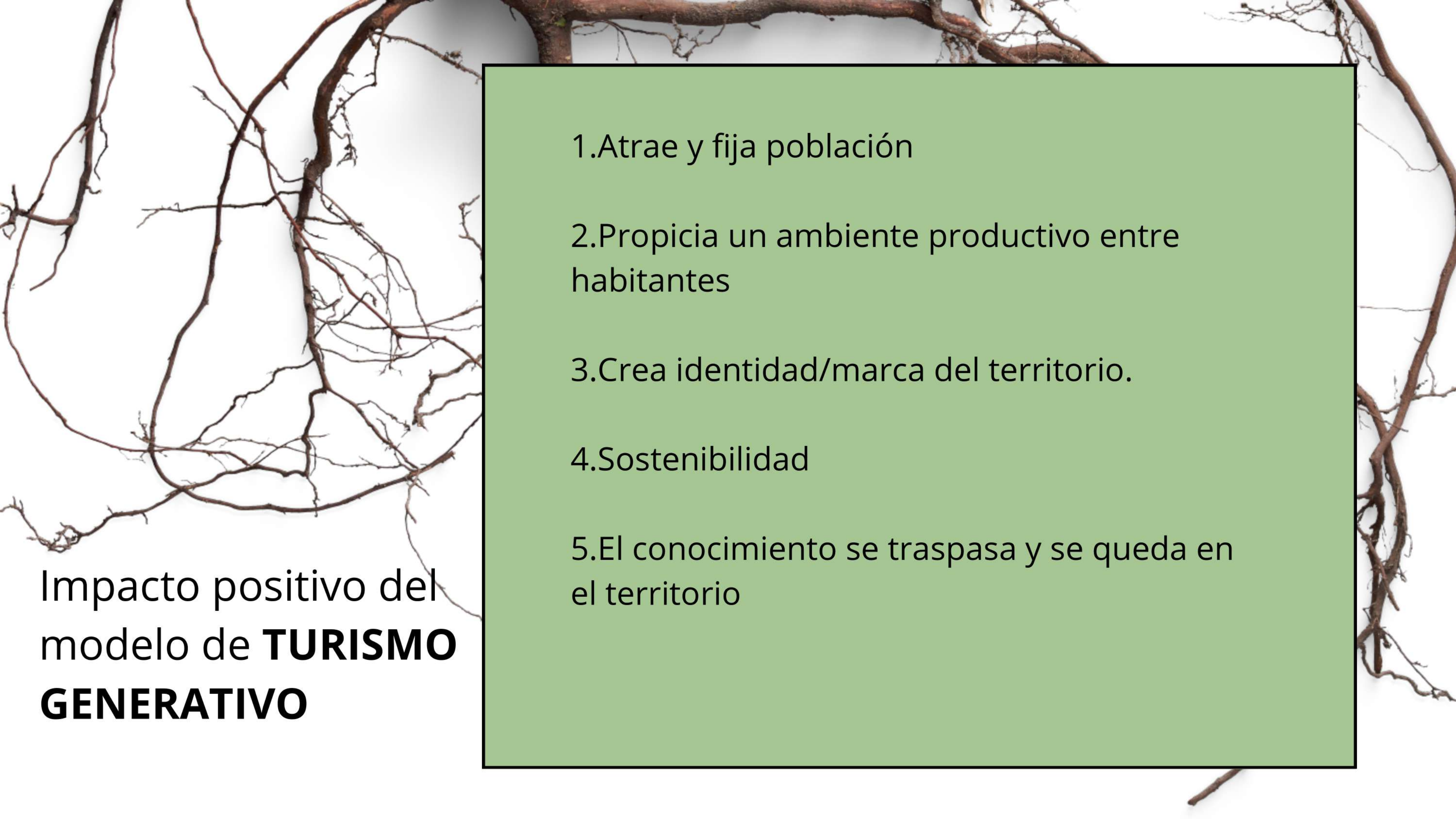
Creación del Ente Gestor del Destino Turístico

Objetivo: Creación del organismo que gestione los territorios

Estamos en pleno proceso de creación de ambos entes gestores.







Impacto positivo del  
modelo de **TURISMO  
GENERATIVO**

1. Atrae y fija población
2. Propicia un ambiente productivo entre habitantes
3. Crea identidad/marca del territorio.
4. Sostenibilidad
5. El conocimiento se traspasa y se queda en el territorio



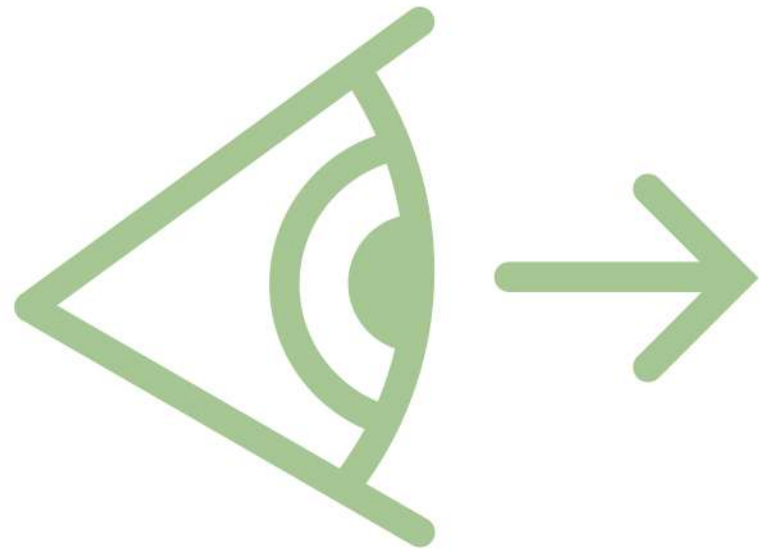
GRACIAS



# BLOQUE DOS

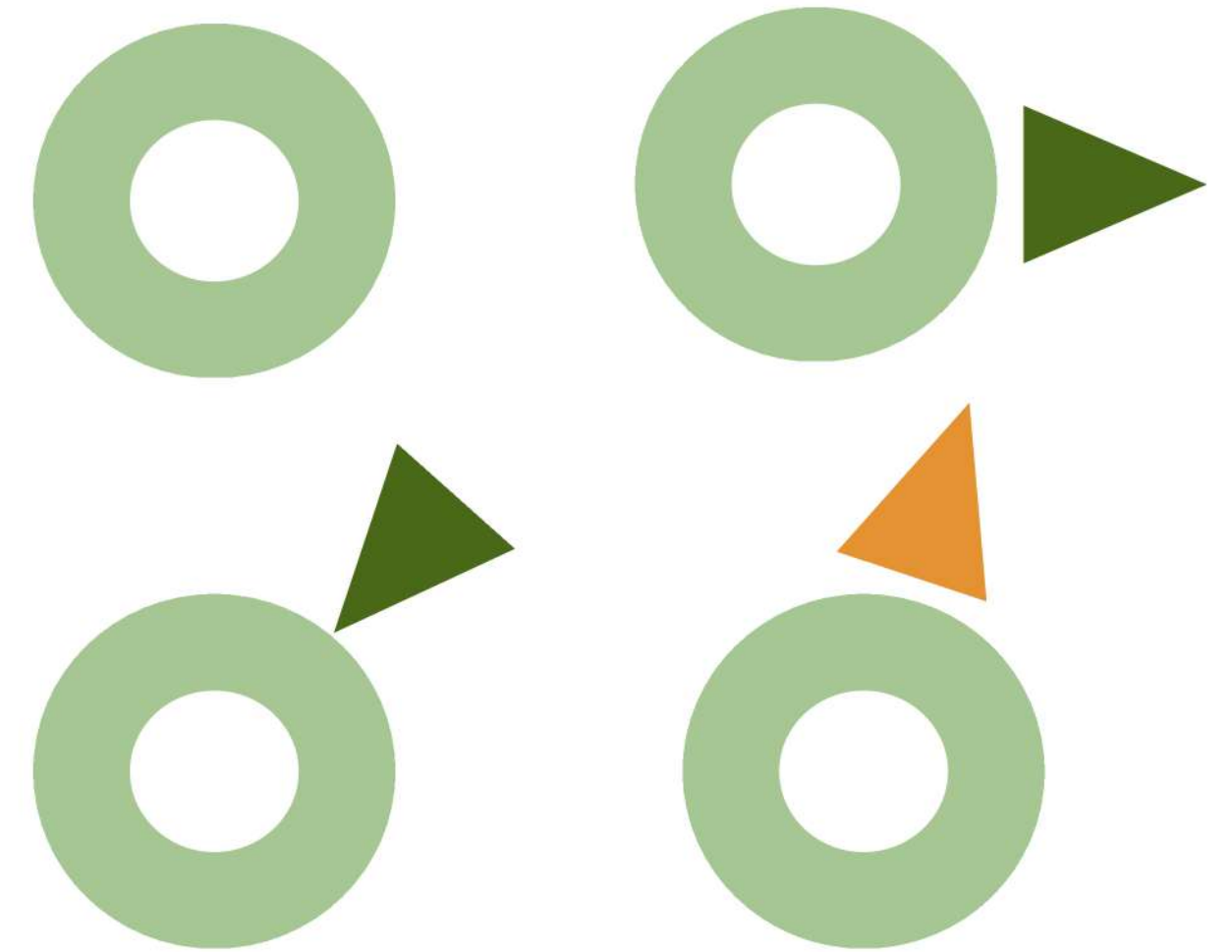


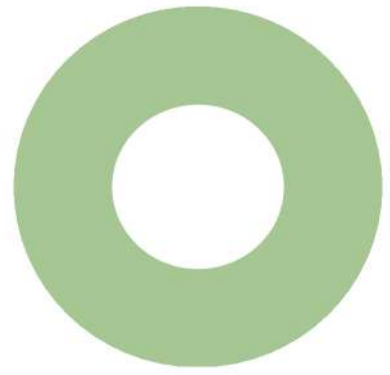
LA IMPORTANCIA DE LA  
MARCA-IDENTIDAD DEL  
TERRITORIO



LA CLAVE DE LOS SUEÑOS. RENÉ MAGRITTE, 1898-1967

# LA MIRADA





LA O ES EL  
TERRITORIO



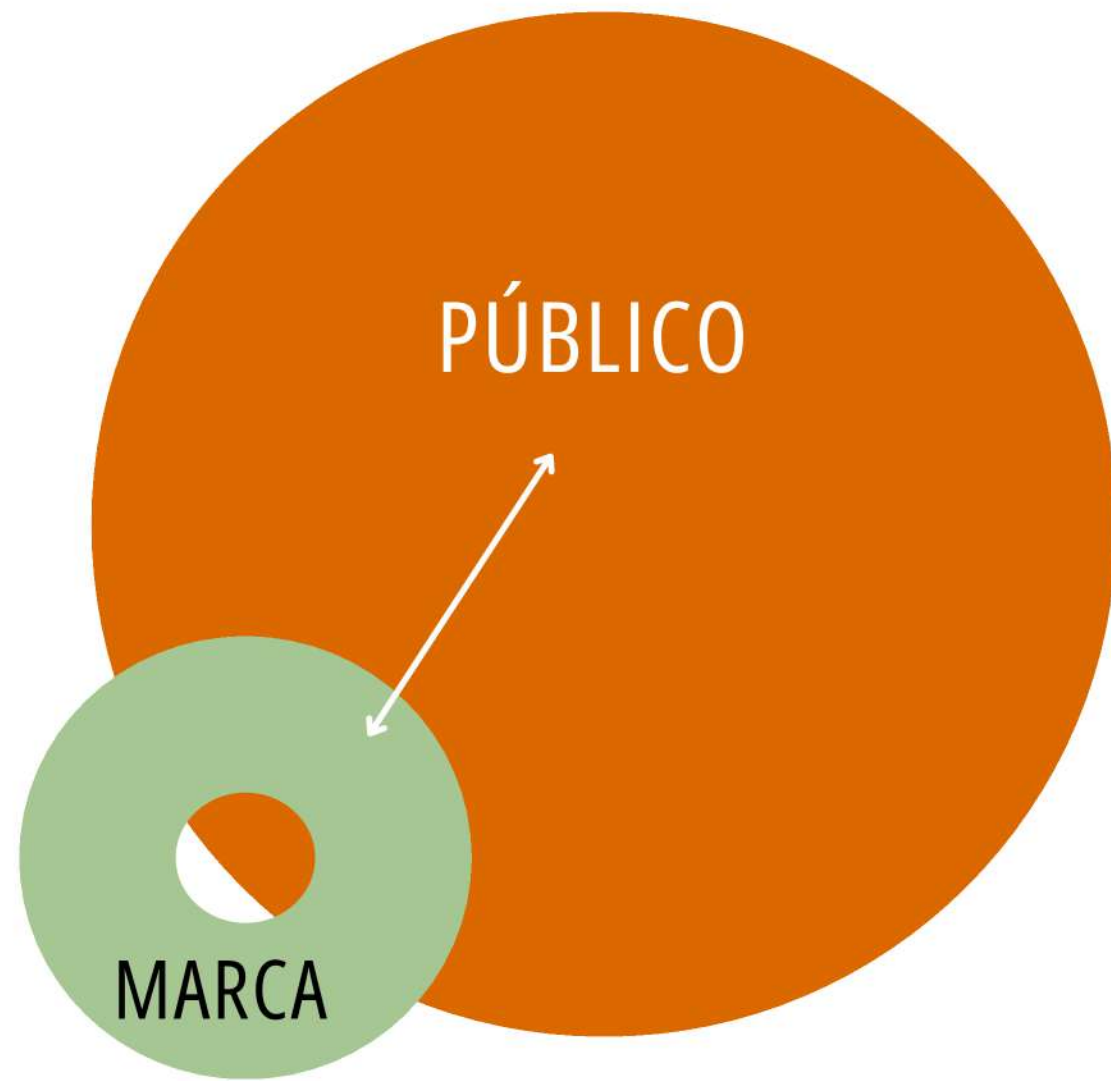
EL TRIÁNGULO ES UN  
ELEMENTO QUE  
INTERACTÚA CON EL  
TERRITORIO



MIRADA  
COMÚN



IDENTIDAD  
DE MARCA



Valor de marca  
Estrategia de marca

## LA EXPERIENCIA

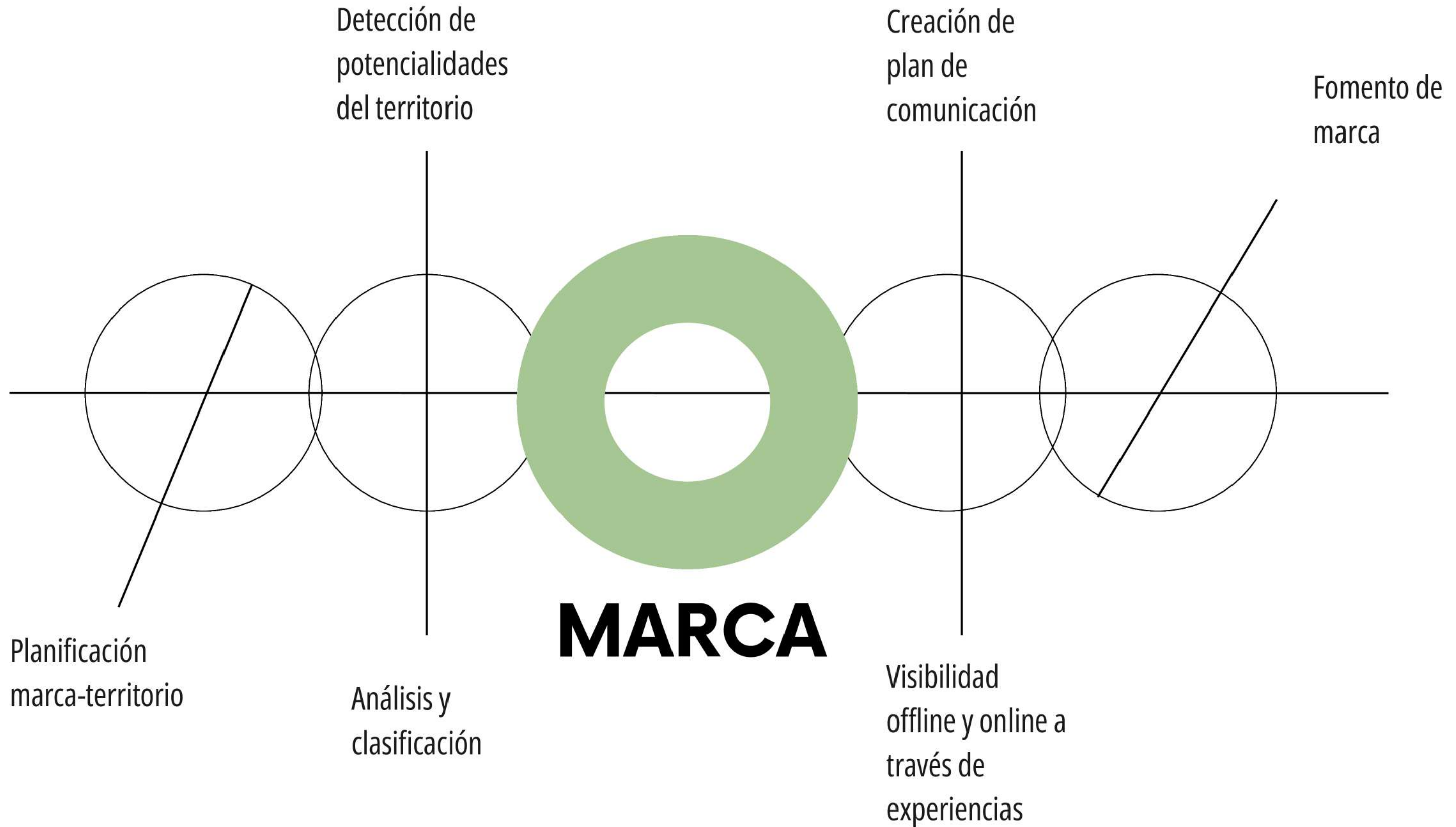
# Enriquecer esa experiencia a través del contenido

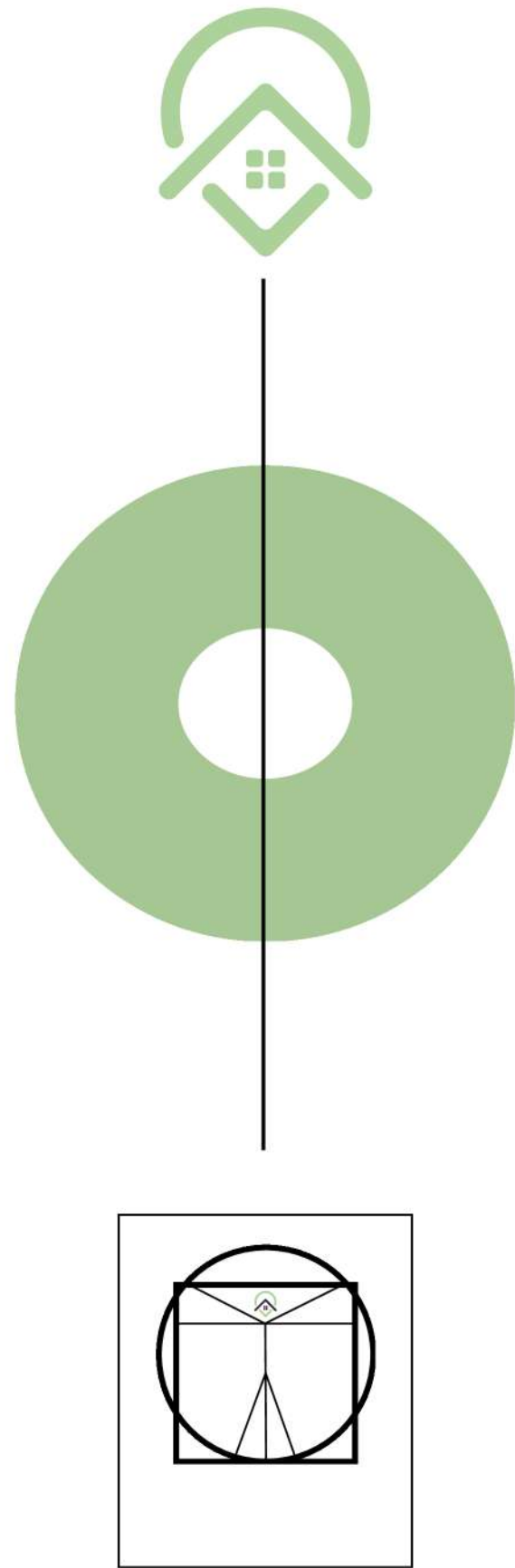


En función de lo que contamos y cómo y cuándo lo contamos, la mirada va a cambiar, se va a desplazar.

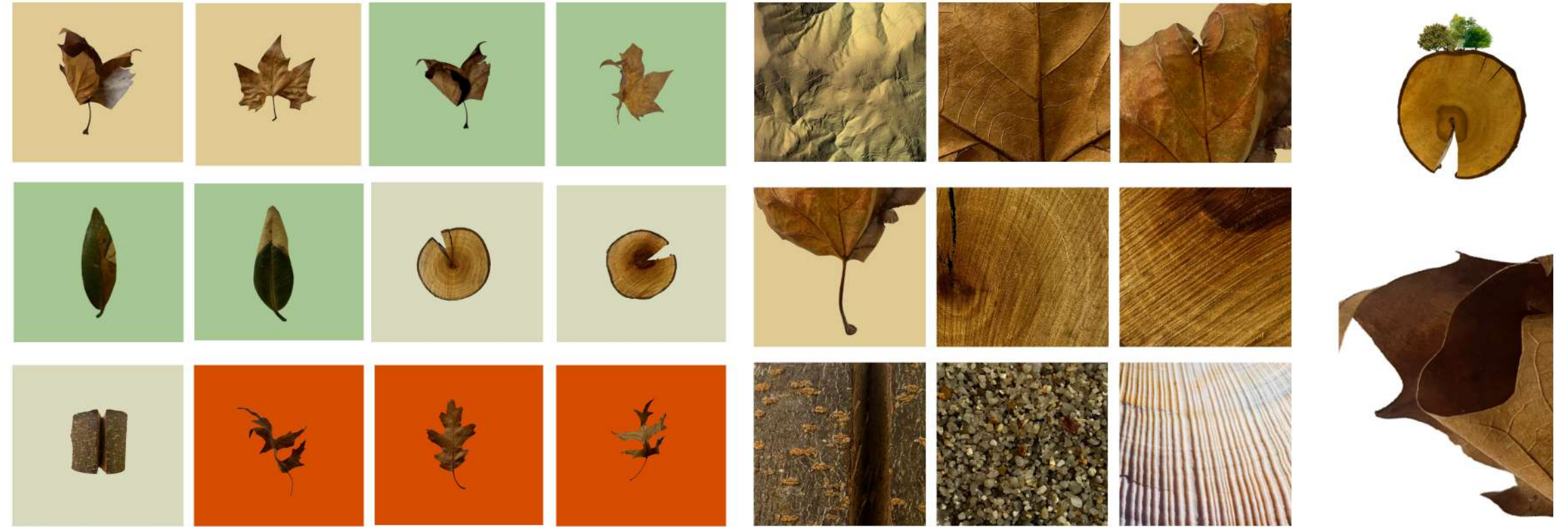
Y va a ser en ese momento, cuando se produzca, primero una atención, después una experiencia y después una identificación del cliente o del beneficiario del servicio, del turista, del usuario, con la marca.

## ESTRUCTURA Y FUNCIONAMIENTO





**Territorio**  
**Visual**



**vivido,  
sentido,  
compartido.**

Hacer corresponder el valor de todos los elementos con la imagen que los representa.



# BLOQUE TRES

**¿Y SI  
FORMAMOS  
PARTE DEL  
RENACIMIENTO  
RURAL?**



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA  
PARA REVERTIR LA  
DESPOBLACIÓN


## CASO DE ÉXITO:ALDEALISTA



ALDEALISTA



GRUPO RURAL MANAGER S.L.



Somos una empresa social fundada en una pequeña aldea gallega, liderando con orgullo el movimiento del Renacimiento Rural.




Fortalecemos el ecosistema rural.



Trabajamos en lo que llamamos “el territorio invisible”, donde más se necesita revitalización.



Nuestras iniciativas y proyectos se desarrollan de forma continuada y creativa.



Porque no podemos permitir que nuestros pueblos desaparezcan. Nuestra misión es darles una nueva vida y asegurar su futuro.

**El 'Tinder de los pueblos' enamora al rural gallego**  
 Juan Carlos Pérez es hijo de emigrantes y fundó una app que suma este año 250.000 visitas de usuarios, convirtiéndolo hoy en una de las principales herramientas de vida en nuestro rural

San Xoán de Río es hoy el 'Mejor pueblo tecnológico de Galicia'

JAVIER PRESAS  
 Creada: 16.12.2023 10:04  
 Última actualización: 16.12.2023 10:04

En la zona montañosa de la Tierra de Triveiro



**Mejor Empresa Innovadora 2023 (diciembre 2023)**  
 La Confederación de Empresas Gallegas ha otorgado el premio a Aldealista

Juan Carlos Pérez cumplió la promesa que le hizo a su abuela regresar a Ourense: creó Aldealista, una aplicación que conecta a núcleos de la Galicia rural.



**¡Una empresa gallega de aldea elegida en el TOP 100 de las startups '2024!**  
 Una selección por excelencia en España nos han incluido entre las mejores startups del 2024 para los inversores. Más de 250 business angels y 300 fondos y especialistas en startups y en activo, y más de 100 inversores de riesgo han votado por Aldealista. El reconocimiento nacional sobre las empresas tecnológicas e innovadoras para los inversores figura en el informe 'ElReferente'.



**Premios Reconocimientos y logros**



**La Agencia Gallega de Innovación (GAIN) nos ha destacado entre su selección de casos de éxito más innovadores (noviembre 2023)**  
 Este reconocimiento refuerza nuestra posición como líderes en el sector y valida nuestros esfuerzos por impulsar el progreso a través de la innovación y la dinamización del rural gallego.

Leer más →



**PEOPLE & SOCIAL IMPACT WINNER ALDEALISTA**



**Finalistas en la categoría de App en la prestigiosa IV Edición de los European Technology Awards (Julio 2023)**  
 Un evento celebrado en el icónico Hotel Ritz de París. Este reconocimiento subraya nuestra dedicación a la excelencia tecnológica y nuestro compromiso con la innovación tecnológica del ámbito rural.

Leer más →



**Ganadores del prestigioso programa "Que Vivan los Pueblos" (noviembre 2023)**  
 Una iniciativa respaldada por Yoigo y Unilimited, que busca apoyar a startups comprometidas con el desarrollo rural. Este galardón refleja nuestro compromiso con la revitalización de las comunidades rurales...

Leer más →



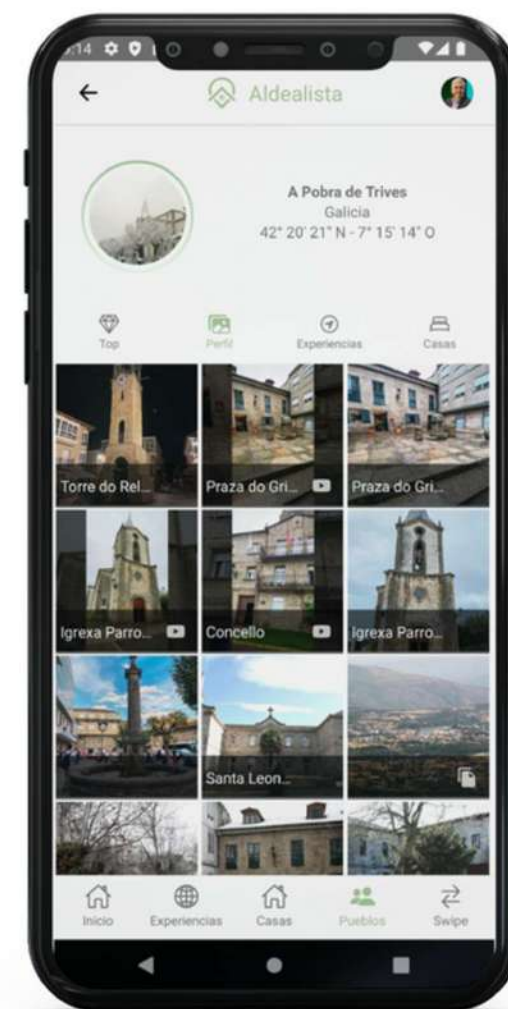
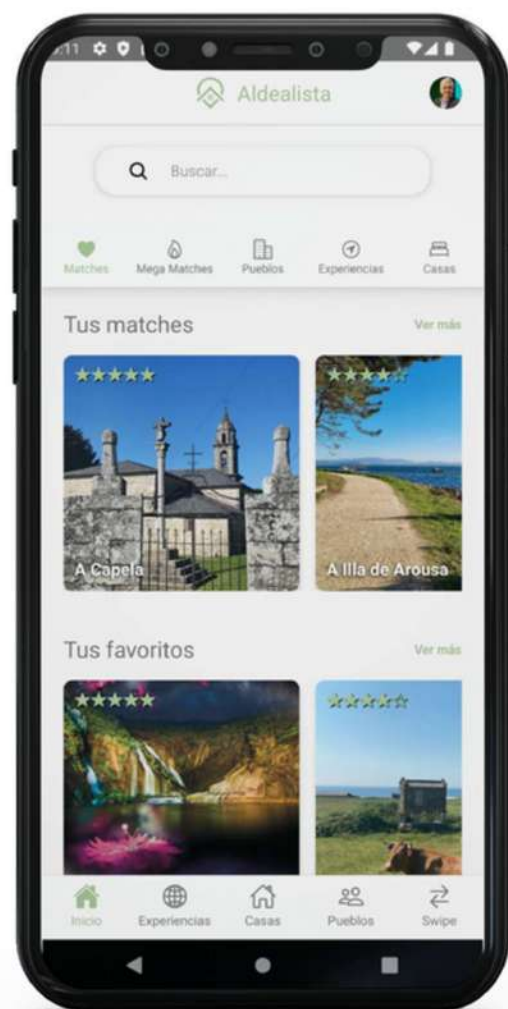
**MadBlue Impact Summit: Ganadores en la categoría People & Social Impact (mayo 2024)**

EMAILS RECIBIDOS  
**+ 8.000**

PERSONAS ALCANZADAS  
**+ 11.247.000**

FORMULARIOS RECIBIDOS  
**+ 5.000**

# ALDEALISTA ECOSYSTEM



# QR

**VIVE & Y TRABAJA**

<https://aldealista.com/aveiga>



A VEIGA

DEPUTACIÓN OURENSE XUNTA DE GALICIA

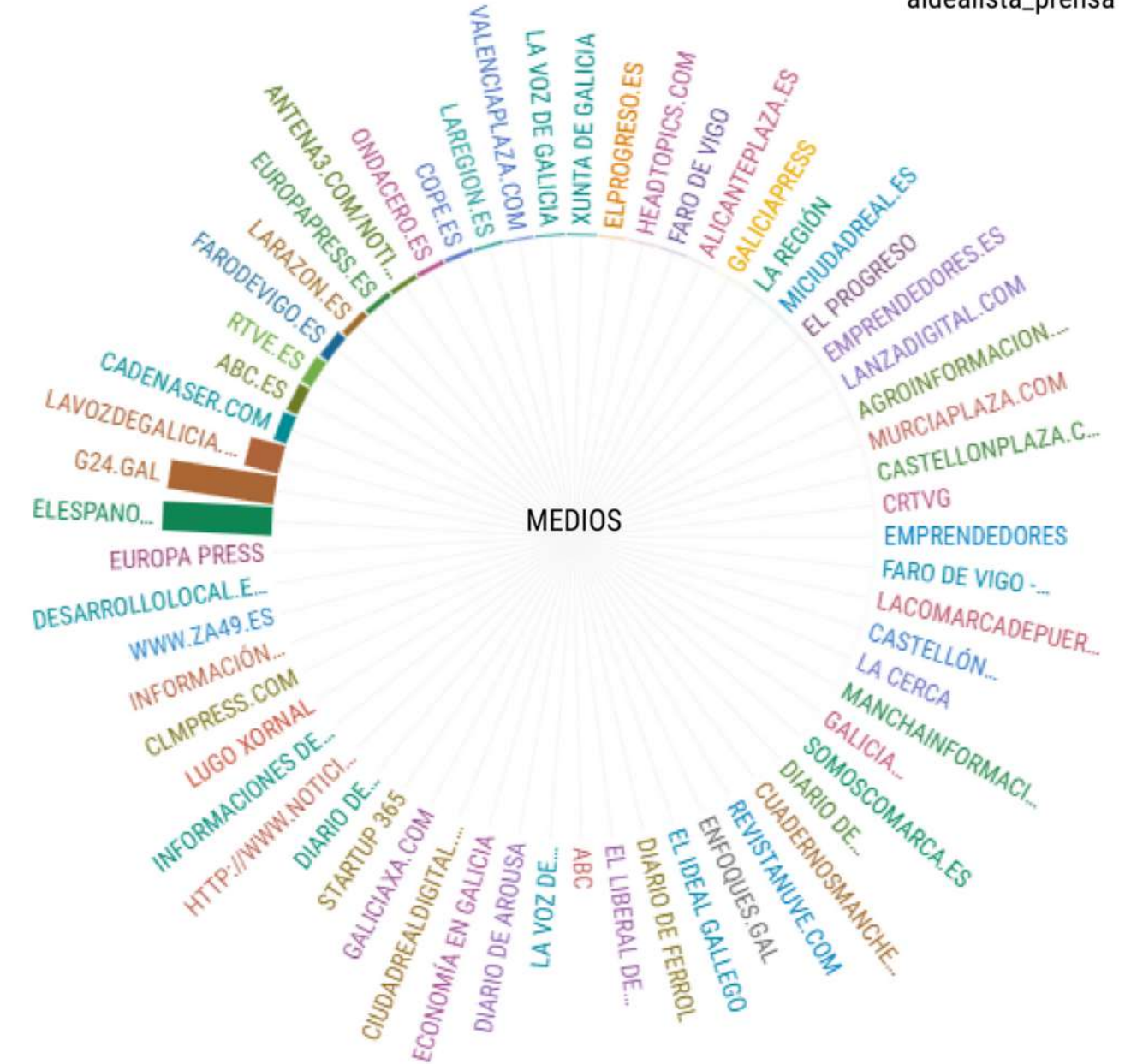
# APP



# IMPACTO

IMPACTO

aldealista\_prensa



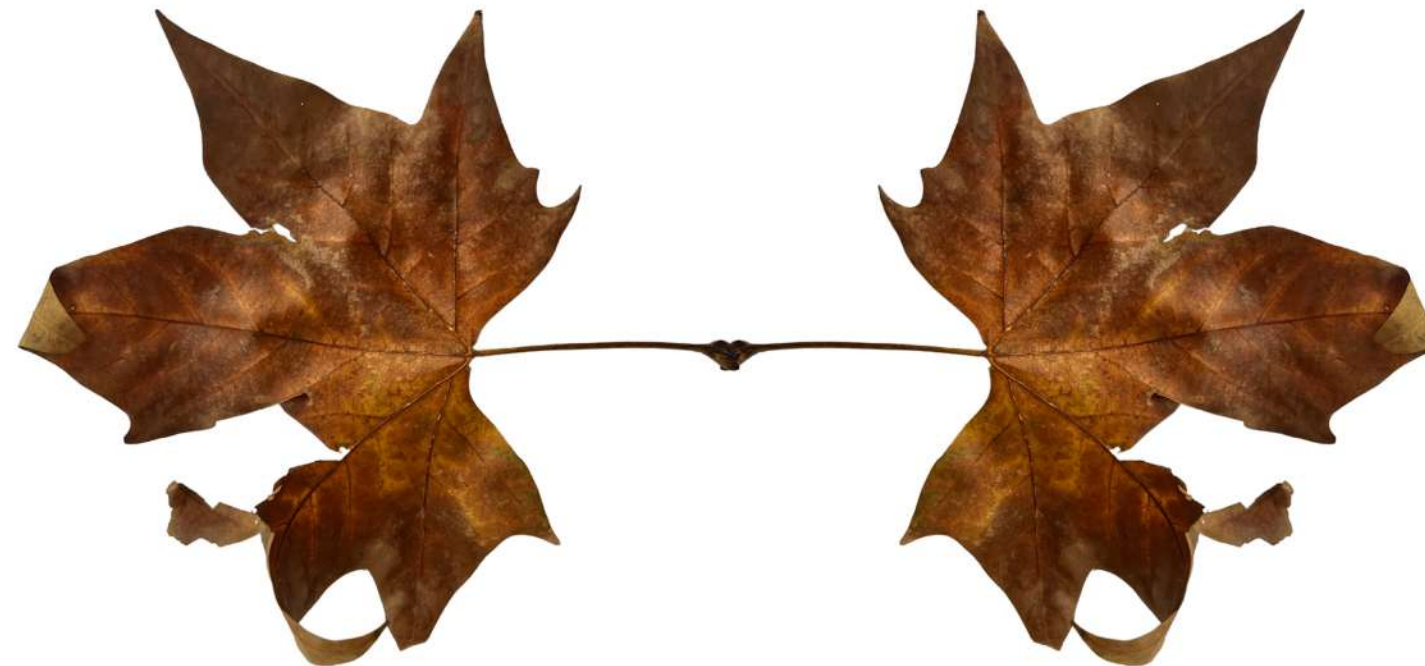
The image shows the interior of a stone building during renovation. The walls are made of rough-hewn, stacked stones. The roof is under construction, with a network of wooden beams and rafters visible against a blue sky with light clouds. A silver extension ladder leans against the left wall. In the center, a green vertical pole stands. To the right, a metal scaffolding structure is partially visible. The floor is dirt and stone, with various construction materials like logs, planks, and plastic sheeting scattered around.

**APRENDE &  
EMPRENDE**

**VIVE &  
TRABAJA**

Palleiras Valley  
RuralHaus

# HAZ TU MATCH



# CON EL RURAL

# GRACIAS

© Turismo Generativo: Un modelo para impulsar la riqueza y el desarrollo sostenible en el mundo rural



ISABEL SÁNCHEZ TEJADO

<https://turismogenerativo.com>



JUAN CARLOS PÉREZ

MARÍA VALCÁRCEL

<https://gruporuralmanager.com>

<https://aldealista.com>

