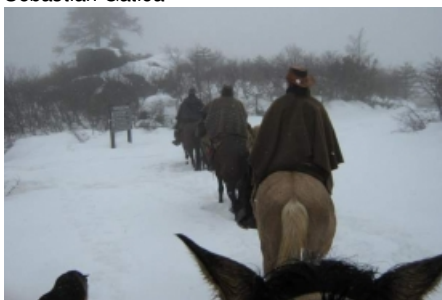


Travolution.org es La Red Mundial de Turismo de Base Comunitaria (TBC)

Chile



Sebastian Gatica



Tipo de organización:

Sin fines de lucro / ONG / Sector Civil

Presupuesto:

\$100,000 - \$250,000

Website:

- [Cultural preservation](#)
- [Community development](#)
- [Conservation](#)
- [Intercultural relations](#)
- [Indigenous cultures](#)
- [Sustainable development](#)
- [Travel and tourism](#)

Resumen del Proyecto

Presentación del Proyecto!

Resumen conciso: Ayúdenos a presentar esta solución! Proporcione una explicación en 3 o 4 frases cortas.

El turismo constituye 10,4% del PIB mundial y 215 millones de puestos de trabajo (8,1% del total, según estimación del CMVT). Debido a la inequidad de la industria y la creación de empleos de baja cualificación y remuneración, las poblaciones anfitrionas se llevan la peor parte. Travolution.org fomentará la inserción, sustentable, del Turismo de Base Comunitaria (TBC) en el mercado. Creando una red de promoción y comercialización online, que además conecte a los emprendimientos de TBC entre sí y con profesionales del ámbito, de manera que las comunidades aprovechen su capital territorial sosteniblemente, y complementen sus oficios tradicionales con el empleo generado por el TBC.

About Project

Problema: ¿Qué problema está tratando de abordar este proyecto?

Trabajamos con muchas comunidades locales, en territorios de geografías (natural y humana) muy heterogéneas pero que tienen en común el haber iniciado emprendimientos turísticos. Entendemos por Turismo de Base Comunitaria (TBC) aquella modalidad de hospitalidad creada y gestionada en primera persona por las comunidades locales. Solo en Europa hay 6.4 millones de personas que quieren vivir experiencias de este tipo (Phocuswright, 2008). Travolution.org busca facilitar encuentros interculturales genuinos, articulando una red, como lugar de encuentro entre oferta y demanda, dando vida a una comunidad en torno al TBC. El turismo se alimenta de recursos naturales y culturales que tradicionalmente tenían otros usos y significados. El desafío que comparten las comunidades con las que trabajamos, es el de enfrentar la llegada del turismo con reflexión y consenso, de manera que éste se transforme en una fuente de equidad. El TBC es, consecuentemente, muy a menudo el punto de llegada y pocas veces el de partida, para comunidades que se rearmen socialmente en un proceso de auto-organización, para representar su cultura de cara al turismo. Sólo en Chile estamos conectando al menos 3.750 familias trabajando en TBC, lo cual, proyectado a Latinoamérica significa cerca de 150.000 familias, potenciales integrantes de la red.

Solución: cuál es la solución propuesta? Por favor sé específico!

Gobiernos y ONG's apoyan el TBC, pero al enfocar sus actividades solo en el desarrollo de oferta y no empoderar las comunidades, generan economías subsidiarias. Los emprendimientos de TBC fracasan en su inserción al mercado y pocos logran autosostenerse comercialmente (Mitchell & Ashley, 2008). No existe un operador global especializado en TBC, Responsible Travel, el operador más reconocido que trabaja con TBC, dona 1 libra por cada programa vendido. Por otro lado, hay una masa de viajeros globales que necesitan información global. Travolution.org innova: - Creando un nuevo nicho de mercado: Hemos identificado una naciente demanda global por TBC, buscamos potenciarla y educarla con información actualizada y de primera fuente. - Favoreciendo el desarrollo de un nuevo producto: Creando la primera plataforma global de comercialización de CBT, promoviendo la generación de redes y llevando a cabo programas de desarrollo comunitario, posicionamos el TBC, como un nuevo producto en un nuevo nicho, y como una fuente de emprendimiento, de empleo y de desarrollo de habilidades. - Implementando procesos participativos y de empoderamiento, que incluyen la gobernanza de Travolution.org. Comprendiendo que todos somos agentes de cambio, buscamos que los emprendedores en sus territorios, que son los "receptores" de nuestro trabajo, promuevan, decidan e inspiren el devenir de Travolution.org.

Impact: How does it Work

Ejemplo: Guíenos a través de un ejemplo/s específico/s de cómo esta solución hace la diferencia; incluya sus actividades principales.

Hemos identificado 3 claves para el éxito de los emprendimientos Turísticos de Base Comunitaria: 1- Desarrollar una oferta que agregue valor no solo a través de recursos materiales, sino también inmateriales. 2- Conectar esta oferta con la demanda mundial. 3- Utilizar, para el desarrollo local sostenible, los recursos generados por el TBC. A partir de estas claves, nuestras principales actividades son: 1. Apoyo al desarrollo de la oferta: Trabajamos con profesionales, emprendedores y comunidades, capacitando, diseñando programas que combinan servicios de distintas comunidades, apoyando el desarrollo de estrategias comerciales y de marketing; para agregar valor y poner en valor el TBC. 2. Difusión y comercialización: la plataforma de Travolution.org válida y da visibilidad a las iniciativas comunitarias. Entablando relaciones colaborativas con agentes de viaje en todo el mundo, buscamos ser la primera plataforma comercial global especializada en TBC. 3. Fomentar el intercambio participativo: aprovechando las tecnologías de Crowdsourcing y GIS, gestionando encuentros gracias a las redes sociales, Travolution.org busca empoderar a comunidades, viajeros y voluntarios de todo el mundo, siendo un catalizador de los procesos participativos que contribuirán al desarrollo del TBC y su potencial generador de empleo.

Sobre ti

Organización:

Travolution.org, The Global Community Based Tourism Network

Sobre ti

Nombre

Sebastián

Organización

Apellido

Gatica

URL de Twitter

<http://www.twitter.com/sgaticam>

URL de Facebook

www.facebook.com/#!/profile.php?id=640768675

Sobre tu organización

Nombre de la organización

Travolution.org, The Global Community Based Tourism Network

País de la organización

, RM

Países en donde este proyecto está creando impacto social

, XX

¿Cuánto tiempo ha estado operando la organización?

1-5 años

¿El proyecto que estás presentando se encuentra relacionado con esta organización?

Sí

Innovación

¿En qué fase está el proyecto?

Operando entre 1-5 años

Compartir la historia del fundador y lo que inspiró al fundador para iniciar este proyecto

Sebastián Gatica es un chileno con basta experiencia en empresas sociales (co-fundador y ex-director de Un Techo Para Chile) y en turismo (creó un eco-tour operador en Chile y Argentina). La suma de éstas y otras experiencias resultó en un profundo conocimiento de las comunidades marginales, urbanas y rurales, sus necesidades y capacidades.

Teniendo en mente el capital de creatividad e innovación que existe en las comunidades, el año 2008, en el contexto de un Master in Development Planning de la UCL, Sebastián viajó a Uganda. Una vez más, fue testigo de cómo las comunidades veían pasar frente a sus narices una industria gigante, que utilizaba sus recursos, pero no cumplía la promesa de convertirse en una herramienta para su desarrollo.

Para Sebastián, el tipo de viaje que puede aportar al desarrollo sostenible es aquel en el que un visitante comparte con un anfitrión local, quien ofrece un encuentro genuino, pero definido dentro de los términos que a él o ella mejor le parecen lo conducen a dónde quiere llegar.

Era imposible dejar de preguntarse: ¿Cómo poner la gran y dinámica industria del turismo en manos de las comunidades, como una herramienta complementaria a sus estilos de vida tradicionales, que sirva de guía para su desarrollo local sostenible? La respuesta fue: Travolution.org.

Impacto social

Describe cómo tu proyecto ha tenido éxito y la forma en que éste mide.

Hemos convocado la participación de al menos 100 profesionales y líderes comunitarios de 3 continentes.

En Chile estamos implementado el modelo piloto con cuatro programas de trabajo, destacamos los siguientes logros para cada programa:

- Redes: Travolution.org está articulando la primera Red Nacional de TBC y gestionando el primer encuentro TBC para Noviembre del 2011.
- Plataforma Comercial: hemos diseñado programas turísticos en 4 regiones y llevado a cabo diversos Famtrips.
- Desarrollo comunitario: entre otras consultorías, estamos trabajando para WWF en la creación del Parque Pehuenche en Quinquén.
- Investigación y Desarrollo: junto con la articulación de alianzas, ya contamos con los primeros "working papers" con reflexiones desde los territorios.

A nivel global, hemos concentrado el trabajo en el programa de redes. Entre otros logros:

- Estamos articulando la Red Global con facilitadores en 10 países de Latinoamérica (Chile, Colombia, Ecuador, Argentina, Uruguay, México, Panamá, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador), África (desde Kenia y Tanzania) y Asia (desde Japón, apuntando a Cambodia y Malasia).

- Hemos facilitado encuentros entre comunidades, por ejemplo, un encuentro donde comunidades chilenas visitaron comunidades en Colombia en Enero del 2011.

- Completamos el primer ejercicio de mapeo on-line de 100 emprendimientos y nos hemos convertido en un proyecto piloto de H2020 para el desarrollo de tecnologías de CrowdSourcing y GIS.

Vemos el potencial y la tendencia de Travolution.org a convertirse en "La Red Global de TBC" en el crecimiento exponencial de visitas a nuestra web (más de 2000, 800 únicas, en Abril, desde 60 países y 150 ciudades)

¿Cuántas personas han sido afectadas por el proyecto?

101-1.000

¿Cuántas personas podrían verse afectadas por el proyecto en los próximos tres años?

Más de 10.000

¿Cómo va a evolucionar tu proyecto durante los próximos tres años?

- 1- Desarrollo Organizacional: Institucionalizando las prácticas y programas en Chile, replicando el modelo en Colombia y Uruguay el 2012 y otros dos países el 2013. Consolidando el directorio mixto, voluntariados y personalidad jurídica de fundación sin fines de lucro.
- 2- La Red Global: para el 2013 queremos contar con 400 comunidades, 30 asociaciones y al menos 30.000 viajeros integrando La Red Global de TBC.
- 3- Plataforma Comercial: explotando pequeños nichos de mercado a nivel local en Chile, Argentina, Colombia, Uruguay y Ecuador (ej: estudiantes de intercambio y extranjeros residentes) Insertándonos en el mercado de "largo aliento" a través colaboraciones con agencias emisoras, con la meta de comercializar programas internacionales en Latinoamérica el 2012.

Sostenibilidad

¿Qué barreras pueden dificultar el éxito de tu proyecto y cómo piensa resolverlas?

Insertarse en un mercado competitivo con una propuesta alternativa es un desafío que nos obliga a consolidar mecanismos de autofinanciamiento y sustentabilidad financiera.

Además, nuestro modelo global e inclusivo representa dos dificultades. Primero, articular una red de actores con diferentes idiomas y culturas, que sea dinámica y fomente la participación. Segundo, ocurre que como Red, prima la inclusión, pero como Comercializadores, necesitamos ciertos estándares de calidad que probablemente no todos los integrantes de la red alcancen. Para que nuestros valores no se transformen en barreras será necesario un estudio de marca que, llegado el momento, nos permita diferenciar la Red de difusión, integrada por todos los emprendimientos de TBC, de la Plataforma Comercial, que venderá sólo el TBC que cumpla nuestros estándares.

Consecuentemente, tenemos el desafío de establecer un sistema de evaluación para los servicios que difundamos y comercialicemos, para luego diseñar programas de mejoramiento con las comunidades. Esta dificultad tiene que ver con la pregunta por la calidad y la sustentabilidad, Travolution.org busca ser un líder de opinión respecto del TBC sustentable, en un contexto de escasa evidencia al respecto. Vamos a convertir este desafío en una innovación, ya que tenemos un área de investigación que generará esa evidencia.

Cuéntanos sobre tus alianzas.

Lo más importante para Travolution.org son los vínculos entablados con las comunidades alrededor del mundo, ya hemos entablado relaciones de colaboración y confianza con comunidades de los 3 grandes continentes en desarrollo.

Además, hemos entablado alianzas que tienen por objeto la expansión del alcance de Travolution.org, con redes locales y regionales de TC y organizaciones afines, entre otras: las redes Trekaleyin, Ecored Lickanantay en Chile, la fundación Sendero de Chile, la Red Ecogolfo en Colombia, la asociación Retos al Sur de Uruguay y CCBEN en Cambodia.

En el área de la tecnología nos hemos vinculado a H2020 para contar con los más modernos e innovadores sistemas de geo-referenciación, crowdsourcing y GIS.

En relación a la cadena de valor y comercialización, hemos desarrollado alianzas con proveedores locales que comparten nuestra propuesta (ej. Nahuelbuta Tours en Chile), y estamos trabajando la articulación con organizaciones "emisivas" que estén en origen promoviendo este tipo de turismo (ej. Viveloo Travel en España).

En términos de investigación y desarrollo, RIPES, movimiento que dirige una investigación sobre turismo y economía solidaria para Latinoamérica, nos ha invitado como socios de la región, convirtiéndonos en la institución encargada de aportar con el expertise y las redes en la dimensión de turismo sostenible.

Finalmente, a nivel de gobierno, hemos logrado el apoyo de CORFO para la implementación de la plataforma de comercialización de TBC en Chile.

Explica tu selección.

La iniciativa Travolution.org se ha desarrollado gracias a la capacidad de movilizar recursos mixtos. Hasta hoy, el principal recurso de esta red ha sido el dedicado trabajo voluntario de cerca de 100 colaboradores quienes desde 15 países han contribuido en las distintas etapas.

Este año nos adjudicamos un proyecto de consultoría en donde tenemos como clientes al WWF. Recibimos apoyo en los años de fase de idea por parte de la London Agency y de CORFO para la fase piloto, avanzando así en nuestra estrategia de construir una matriz de generación de ingresos diversificada.

Para el año 2011 hemos proyectado la siguiente matriz de fuentes de financiamiento:

Fuentes	ano 2011	Cantidad (\$)	Porcentaje (%)
Empresas	\$ 10,000	6.25 %	
Donantes particulares	\$ 20,000	12.5 %	
Fundaciones internacionales	\$ 25,000	15.625 %	
Fundaciones nacionales	\$ 15,000	9.375 %	
Campañas (eventos-masivas-etc.)	\$ 10,000	6.25 %	
Venta de productos o servicios	\$ 60,000	37.5 %	
Fondos gubernamentales	\$ 20,000	12.5 %	
Otros	\$	%	
Presupuesto total 2011	\$ 160,000	100%	

¿Cómo se va a fortalecer tu proyecto durante los próximos tres años?

Uno de los elementos principales para fortalecer nuestro proyecto es la sustentabilidad financiera. La estructura organizacional de Travolution.org comprende cuatro áreas de trabajo, o proyectos complementarios, que han desarrollado sus propios mecanismos para movilizar recursos mixtos y alcanzar una matriz de autofinanciamiento. Los próximos tres años vamos a crecer potenciando estos mecanismos y expandiendo geográficamente cada proyecto.

- Networking: Ampliando la red como se detalló en la pregunta sobre la evolución del proyecto. Llevando a cabo un encuentro Latinoamericano de TBC el 2012 y apoyando la articulación de redes nacionales de TC en Argentina, Colombia y Uruguay. El sitio web tiende a alcanzar el número de visitas necesarias para generar ingresos a través de Google Ads.
- Plataforma Comercial: Vendiendo paquetes turísticos con el cobro de una comisión ética y sustentable(entre 10% y 15%), consensuada con todos los actores de la cadena. Para el 2013 tenemos la meta de contar con un flujo de 6000 pasajeros anuales, alcanzando ingresos de \$600,000 USD y entrar a nuevos nichos como la venta institucional.
- Desarrollo Comunitario: Desarrollando asesorías, consultorías o proyectos para diversos actores. Estamos ejecutando proyectos en Chile y Uruguay, que han significado nuestro soporte financiero.

- Investigación: Fondos concursables, publicaciones y simposios.

Desafíos

¿Qué barreras al empleo aborda tu innovación? Por favor, selecciona un máximo de tres por orden de relevancia para el proyecto.

PRIMARIA

Falta de visibilidad e inversión

SECUNDARIA

Acceso restringido a nuevos mercados

TERCIARIA

Falta de acceso a la información y redes

Por favor, describe cómo la innovación específicamente aborda las barreras mencionadas anteriormente.

Por falta de visibilidad e inversión, la mayoría de los emprendimientos de TBC venden sus servicios dentro de paquetes de otros. Las comunidades no tienen tanto acceso a información como otros actores, tampoco tienen la misma comprensión de la industria a nivel macro, y por tanto es muy difícil que puedan acceder a nuevos mercados.

Travolution.org es una red que potencia la creación de este nuevo mercado proveyendo a los viajeros de información, consolidando una tendencia naciente, y al mismo tiempo, llevando la información sobre la demanda de TBC hasta los territorios, apoyando globalmente el diseño del TBC como un nuevo producto que entre en el mercado y genere empleo.

¿Cómo estás haciendo crecer el impacto de tu organización o iniciativa?

Por favor, selecciona un máximo de tres maneras posibles en orden de relevancia para ti.

Primary

Hacer crecer el alcance geográfico: Mundial

SECUNDARIA

Aprovechar la tecnología

TERCIARIA

Influencia de otras organizaciones e instituciones a través de la difusión de mejores prácticas

Por favor, describe cuál de las actividades para crecer están en curso o previstas para el futuro inmediato.

Los viajeros operan con perspectiva global a la hora de elegir sus destinos, su necesidad de información, es global. Este es uno de los motivos por los cuales Travolution.org ha trabajado desde un principio globalmente, especialmente a nivel de la comercialización, apoyando la consolidación de los emprendimientos de base y su potencial generador de empleo y articulando una red que permita obtener y difundir información globalmente

Para provocar un cambio sistémico, necesitamos las mejores tecnologías de intercambio de información e interacción de manera de fomentar la participación. Nuestro modelo completo, implementado en Chile, involucra a muchos actores y por ello trabajamos en la creación de instancias de encuentro para la difusión de mejores prácticas.

Colaboras con algunos de los siguientes organismos: (Indica todos los que correspondan)

Entidad del gobierno, Proveedores de tecnología, ONGs/organizaciones sin fines de lucro, Empresas, Academia/Universidades.

De ser así, ¿estas colaboraciones han ayudado a que tu innovación tenga éxito?

Desde una lógica de economía abierta y trabajo colaborativo, nuestra propuesta de generación de valor, crece y se expande en la medida en que seamos capaces de apalancar nuestra idea en aquellas instituciones, organismos, gubernamentales o no, que cuenten con los recursos y los conocimientos necesarios para cada área de nuestro proyecto. Esta es una de las características que hace de Travolution.org una idea innovadora y eficiente, nos ha permitido crecer entablado relaciones colaborativas primero a nivel local, (con cada comunidad), luego regional, (con redes como Trekaleyin o Ecogolfo) y nacional, (como Sendero de Chile).

Source URL: <https://www.changemakers.com/es/economicopportunity/entries/travolutionorg-es-la-red-mundial-de-turismo-de-base-com#comment-0>