

Colaboración Pública-privada: el motor de la Promoción e Inversión Turística en Cieneguilla, Distrito Turístico y Ecológico



En tan sólo 3 años Cieneguilla ha convertido la colaboración pública-privada en el eje central de las decisiones estratégicas y las acciones de la Municipalidad en materia de planificación y promoción del Destino Turístico.

Lima, Jueves 01 de junio de 2017

La promoción e inversión turística es una disciplina compleja, aunque muchas veces se gestiona de manera sencilla ; planificar y promover un Destino Turístico no se puede resumir a la simple gestión de atractivos (el territorio) y servicios (la empresa), ante todo radica en la convergencia de intereses entre todos los actores del turismo, sean directa o indirectamente involucrados: los visitantes, el pobladores, las empresas turísticas, las empresas de sectores afines (transportes, alquileres, artesanía...), los organismos públicos.

Cieneguilla es un distrito que vive del turismo desde hace más de cinco décadas, pero llevaba por lo menos 10 años de estancamiento de la actividad, generando la pérdida de dinámica de red empresarial y de la cultura de destino. En 2014 la Cámara de Comercio y Turismo llevaba 10 años con el RUC de baja, las empresas ya no estaban acostumbradas a trabajar juntas, por lo cual una de las metas más cruciales para la Municipalidad poner de nuevo a los empresarios en contacto entre sí para que luego pudieran retomar las riendas de esta entidad.

1. Marca de Destino Cieneguilla: Una visión fruto del consenso

Cieneguilla lleva el turismo sostenible en sus genes (“Centro Turístico” desde 1981 y “Distrito Ecológico” desde 1990), pero hasta la fecha le faltaba herramientas de medición cuantitativa y cualitativa para sustentarlo, saber cómo mejorarlo, para luego poder promocionarlo como vector de diferenciación del Destino Cieneguilla.

Esta constatación fue el punto de partida de la reflexión sobre la creación de una Marca de destino Cieneguilla y motivó varios meses de trabajo arduo para conceptualizar una nueva imagen corporativa acorde con los retos de una planificación turística volcada al desarrollo sostenible en el territorio y las empresas del Distrito. Y es que más allá de la herramienta de marketing, esta marca está ideada como un sello de calidad turística. En efecto para poder entrar en la marca las empresas deberán someterse a un diagnóstico gratuito realizado por un equipo pluridisciplinario de la Municipalidad en base a indicadores operativos vinculados con los 3 pilares del desarrollo sostenible: economía, sociedad y medioambiente; gracias a este diagnóstico se podrá establecer un ranking de las empresas turísticas más sostenibles del Distrito y definir un estándar de excelencia para toda la oferta turística cieneguillana.



Para garantizar la legitimidad de la nueva imagen de destino el estudio culminó con un sondeo por entrevista en la que se explicó la filosofía de la marca y se presentó 14 propuestas de logo. El panel era compuesto de 65 personas representando el punto de vista de las empresas turísticas, las empresas de los sectores afines al turismo, el mundo de la artesanía, los pobladores, los turistas y la administración pública.

2. Un punto de encuentro para el renacer de la Cámara

El Turismo es un sector ultra-competitivo y necesita de una labor de equipo tanto a nivel interempresarial como en términos de colaboración público-privada. De lo contrario cada empresa tiende a luchar aisladamente para sacar adelante su actividad y acaba mirando a su vecino pensando que es la competencia, cuando la competencia real son los demás destinos turísticos.

Por este motivo, desde 2014 la Municipalidad intensificó sus esfuerzos para concientizar las empresas sobre la importancia de disponer de un ente fuerte de representación de los intereses del sector privado ante las administraciones públicas. Para ello las visitas a cada empresa se hicieron más frecuentes, y aparte se creó un lugar de encuentro para las empresas: **la “Comisión de Smart Destino”**, que funciona como órgano de codecisión público-privada en materia de planificación y promoción turística.

Desde este año la organización de las comisiones de Smart Destino sale de las instalaciones de la Municipalidad y se celebra en los mismos negocios turísticos del Distrito para reforzar la dinámica de red y el intercambio de know-how interempresarial.



Gracias a estas reuniones de comisión se logró, y tras 11 años de inercia de la Cámara de Comercio y Turismo, el primer paso de la reactivación de esta agrupación empresarial con la elección de la nueva junta directiva (febrero de 2016), y tras una larga batalla administrativa con Registros Públicos recién en abril de 2017 la Cámara está operativa al 100% y realizó el 24 de mayo su I Taller de Marketing Digital.

3. Acciones en común



Con un núcleo duro de 50 empresas turísticas, poquito a poco la cultura de red empresarial se va fortaleciendo, y se van sumando las acciones comunes exitosas: el Mapa Turístico de Cieneguilla (24 empresas auspiciadoras en 2015, 36 en 2016), el evento “Pachamanca Raymi” (promedio de 15 empresas participantes), un Panel publicitario en la Av. Javier Prado para Fiestas Patrias 2016 (19 empresas participantes), El Concurso Nacional de marinera 2017 (24 empresas auspiciadoras), las campañas de Facebook Ads 2017 (15 a 20 empresas anunciantes, en crecimiento), y varios eventos del calendario cívico de la Municipalidad.



Cabe señalar que el mapa turístico es un soporte muy estratégico que desde noviembre de 2015 está entrando progresivamente en todos los colegios y hogares de Cieneguilla gracias al programa “Conoce tu Distrito”, el cual tiene como objetivo fomentar la cultura de destino y la vocación turística entre los pobladores (primeros embajadores del Distrito).

A día de hoy se puede considerar que la apuesta de la reactivación de la cultura de red empresarial y de la cultura de destino ya está en marcha, y si bien requiere del fortalecimiento de la Cámara de Comercio, ha permitido a los empresarios tomen conciencia de la fuerza de la unión, y de la necesidad de preparar el futuro a largo plazo, sin depender del nivel de compromiso de un gobierno para impulsar el Turismo.

Accede a la Sala de Prensa Virtual
Destino Cieneguilla aquí:



Más Información:

Nicolas Derval / Subgerencia de Desarrollo Económico Local y Turismo
nicolas.derval@municieneguilla.gob.pe | telf.: 479 8161