ALCALDÍA DE PANAMÁ
GOBIERNO MUNICIPAL

OFICINA DE COOPERACIÓN INTERNACIONAL

Teléfonos: 506-9696 / 97 Fax.:506-9698/www.municipio.gob.pa

Informe Sustantivo de Misión Oficial en el Exterior

Nombre del Funcionario(a): Efraín Tapage
Cédula: 8-741-267
Cargo: Gerente General Metropolitana de Turismo, S.A. **No Plan**_____
N° Posición 29438

Fecha de la Misión: **Desde:** 22 de septiembre 2017 **Hasta:** 1 de octubre 2017

País: Ushuaia, Tierra del Fuego, Argentina

Misión Oficial: Participación en Curso y Conferencia Internacional en Argentina "La gastronomía como factor de atracción turística"

INFORMACIÓN SUSTANTIVA

1. Descripción y Objetivo:	**Descripción:** - Participación en el Curso y Conferencia Internacional en Argentina "La gastronomía como factor de atracción turística", organizado por la Fundación Themis de la Organización Mundial del Turismo (OMT), el MINTUR de la República Argentina y el Instituto Fueguino de Turismo (INFUETUR). **Objetivos:** -Adquirir elementos y herramientas útiles para la identificación, valoración, aprovechamiento y diseño sostenible del capital gastronómico de Ciudad de Panamá como destino, para que en apoyo a las estrategias digitales logre el posicionamiento deseado; -Comprender los elementos y conceptos claves del turismo gastronómico en la era digital, así como el efecto dinamizador de la gastronomía en los destinos turísticos; -Adquirir conocimientos de procesos y herramientas necesarias para la comprensión de la situación actual del destino gastronómico Ciudad de Panamá;

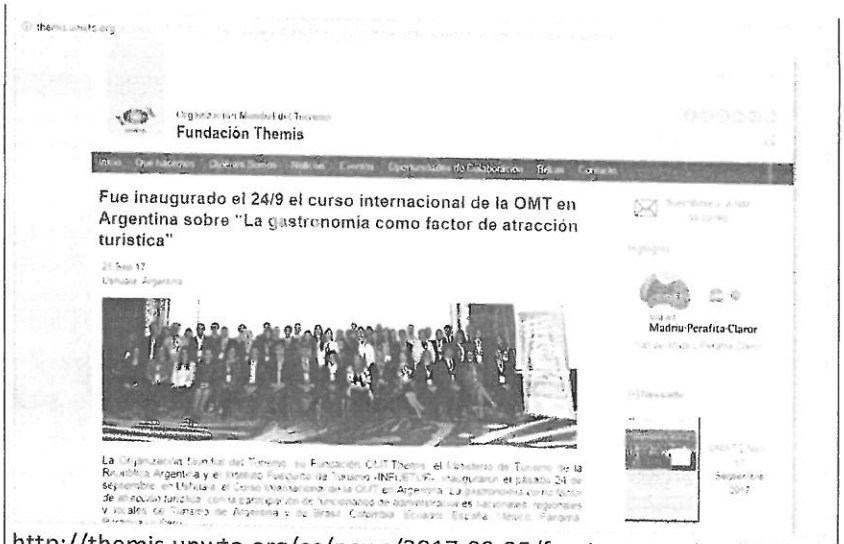
	- Diseñar estrategias para incrementar la atractividad de Ciudad de Panamá como destino, usando la gastronomía como eje en la construcción de marca y posicionamiento; -Estar en capacidad de implementar un marco conceptual de estrategia para Ciudad de Panamá como destino turístico gastronómico; -Adquirir conocimientos sobre la elaboración y monitoreo de planes de desarrollo y comunicación para el destino gastronómico Ciudad de Panamá.
2. Resultados (Valor Agregado en el desempeño de su cargo)	**Momentos clave, intervenciones, coordinaciones:** -Obtuvimos la certificación de culminación del curso, así como toda la documentación, herramientas, conocimiento, buenas prácticas y puntos de contacto de referencia, tanto de expositores/consultores como de los encargados de Turismo y/o Producto Gastronómico de otras ciudades que están en proceso o ya han elaborado sus planes de Turismo Gastronómico; con la finalidad de que la Estrategia de Marca Gastronómica de la Ciudad de Panamá, sea el resultado o entregable producto de esta capacitación. -Solicitamos a la Fundación Themis OMT, que nos suministren la información y procesos referentes a las oportunidades de cooperación existentes en materia de capacitación turística, tanto para Metropolitana de Turismo/Municipio de Panamá, como para el sector privado relacionado con la industria turística (incluyendo la posibilidad de ser ciudad sede de este tipo de cursos internacionales -hoy en día solamente México y Argentina acogen estos programas de capacitación. Esos gobiernos otorgan becas para estudiantes nacionales e internacionales-). -En reunión con la Directora de Formación en Turismo del MINTUR de la República de Argentina, logramos obtener acceso al Campus MINTUR (herramienta gratuita con cursos online sobre diversos temas de turismo) y al Repotur (banco informativo con más de 9K reportes, informes y publicaciones sobre turismo), que podremos compartir con los gremios turísticos en Ciudad de Panamá, así como con los diferentes prestadores de servicios del sector privado, instituciones públicas y ONGs relacionadas al sector. Igualmente, manifestó su disposición, si en algún momento lo requerimos, de enviar una delegación del MINTUR, para capacitarnos sin costo en Panamá, en temas de calidad turística u otros relacionados. (***ver Anexo con Resumen Fotográfico***).

Noticias Relacionadas:

http://www2.unwto.org/es/event/curso-internacional-de-la-omt-sobre-la-gastronomia-como-factor-de-atraccion-turistica-del-24-a

En Ushuaia: se realizó la conferencia de la OMT sobre gastronomía

http://www.turismo.gov.ar/noticias/2017/09/28/en-ushuaia-se-realizo-conferencia-omt-sobre-gastronomia



http://themis.unwto.org/es/news/2017-09-25/fue-inaugurado-el-249-el-curso-internacional-de-la-omt-en-argentina-sobre-la-gastron

http://www.hostnews.com.ar/index.php/news/19199/85/La-OMT-capacito-en-el-curso-La-gastronomia-como-factor-de-atraccion-turistica.htm

http://www.eldiariodelfindelmundo.com/noticias/2017/09/26/74022-la-organizacion-mundial-del-turismo-dicta-curso-gastronomico-en-ushuaia

3. Impacto en las funciones bajo su responsabilidad, será a:	Corto Plazo____X_ Mediano Plazo____X Largo Plazo_X___

Presentado Por: Efraín Tapage Mora Firma:_____

Fecha: 3 de octubre de 2017 Vo. Bo (Máxima Autoridad Institucional) _____

PARA USO DE LA OFICINA DE FISCALIZACIÓN

Fecha de Recibido_____ Cumple el término? Sí___ No____

Comentarios Sobre el Informe: **Firma del Fiscalizador**

Observación: Cuando la modalidad esté relacionada con una capacitación, debe adjuntar copia del certificado que otorga el organismo respectivo
Fundamento Legal: Artículo 264 de la Ley No 36 del 2 de Diciembre del 2014"Por la cual se dicta el Presupuesto General del Estado para la Vigencia Fiscal 2015"

2017 AÑO INTERNACIONAL DEL TURISMO SOSTENIBLE PARA EL DESARROLLO

UNWTO

THEMIS World Tourism Organization

Ministerio de Turismo Presidencia de la Nación

La Organización Mundial del Turismo (UNWTO), la Fundación OMT.Themis y el Ministerio de Turismo de la República Argentina

certifican que:

Efrain TAPAGE MORA

participó en el curso de capacitación internacional

La gastronomía como factor de atracción turística

del 24 al 29 de septiembre de 2017 en la ciudad de Ushuaia, provincia de Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur (Argentina)

capacity UNWTO.THEMIS

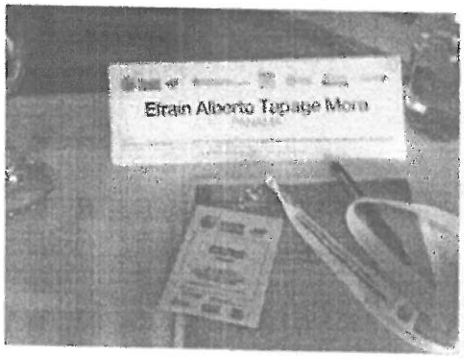
Taleb Rifai
Secretario General
Organización Mundial del Turismo

Omar Valdez
Director Ejecutivo
Fundación OMT.Themis

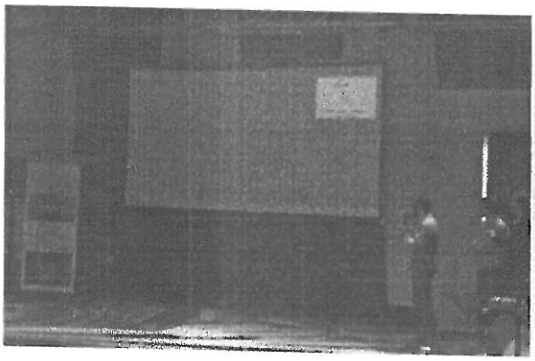
Gustavo Santos
Ministro
Ministerio de Turismo de la República Argen

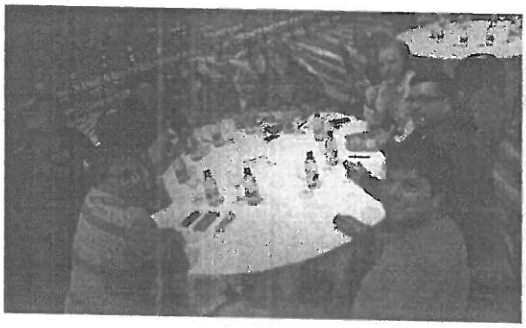
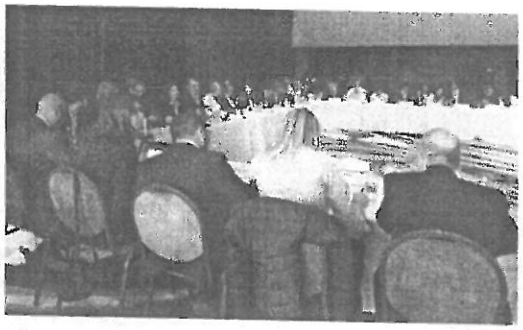
Resumen Fotográfico
Misión Oficial Ushuaia, Argentina
Curso de la OMT "La Gastronomía como factor de atracción turística"

Ceremonia de apertura

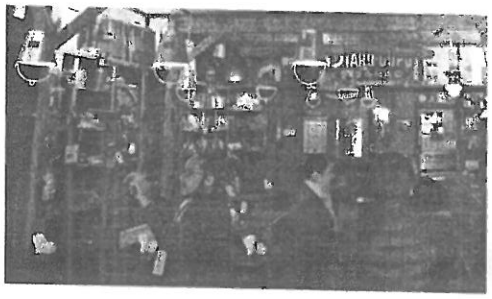


Conferencias y trabajo grupal



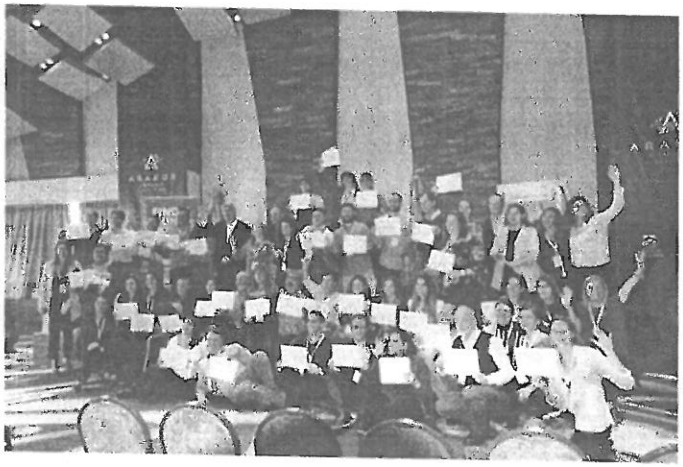
Trabajo de Campo (entrevistas, encuestas, observación)



Conferencia con el Ministro de Turismo de la Nación Argentina (Gustavo Santos); el vicegobernador de Tierra del Fuego (Juan Arcando); el director Ejecutivo de Relaciones con los Miembros y Director del Programa Regional para las Américas de la OMT (Carlos Vogeler); y el presidente del Instituto Fueguino de Turismo (Luis Castelli), en ocasión del Día Mundial del Turismo

Presentación de Trabajo Final

Entrega de Certificados y Clausura



UNWTO

THEMIS

Curso internacional y conferencia de la OMT en Argentina

"La gastronomía como factor de atracción turística"

Del 24 al 29 de septiembre de 2017 en Ushuaia, Tierra del Fuego

1 Introducción

La evolución del turismo actual es paradójica. Genera simultáneamente procesos de mundialización y de valorización de los recursos locales. En ese contexto, el diseño de experiencias turísticas integra elementos ligados a la emoción y la psicología, a la intuición, al compromiso social y a las interacciones sensoriales, que son determinantes en la competitividad del destino.

Los destinos turísticos, obligados a mantener una competitividad cada vez más intensa y una lucha incesante para conservar parte de su mercado, se enfrentan a un entorno cada vez más dinámico y sofisticado. El mundo es cada vez más abierto y sin embargo, los turistas buscan experiencias basadas en la cultura y la identidad local.

Por tanto, la gastronomía se ha convertido en una de las principales motivaciones de viaje a nivel mundial. La gastronomía es una de las manifestaciones culturales más importantes del ser humano y responde a valores clásicos que se asocian a las nuevas tendencias en el turismo: el territorio, el paisaje, el patrimonio cultural, la vida saludable, la autenticidad, la sostenibilidad, la producción y el consumo responsable y la creación de experiencias, entre otros.

Asimismo, la gastronomía representa una oportunidad para dinamizar, diversificar el turismo e impulsar un modelo de desarrollo sostenible y diferenciado. Ese modelo se basa en la singularidad de los diferentes destinos y permite incorporar al sector turístico a los diferentes agentes y actividades de la cadena de valor de la gastronomía (productores, artesanos, cocineros, sociedad local, etc.).

Este creciente protagonismo de la gastronomía en la elección del destino y en el consumo turístico se ha concretado en el crecimiento de una oferta gastronómica basada en productos de calidad autóctonos y en la consolidación de un mercado propio para el turismo gastronómico. De hecho, según la *World Food Travel Association*, el turismo gastronómico es en la actualidad una industria global de más de 150 billones de dólares.

Por todo ello, los destinos turísticos a nivel mundial están renovando sus estrategias de desarrollo y marketing, están promoviendo herramientas de investigación y conocimiento de los nuevos consumidores, están impulsando nuevos productos y experiencias basadas en la cadena de valor de la gastronomía y, finalmente, están redefiniendo su modelo de relación con sus públicos objetivo.

2 Metodología

Las iniciativas UNWTO.Capacity adoptan un enfoque basado en hechos concretos, presentando avanzadas aplicaciones teóricas, llevadas a la práctica mediante el análisis de estudios de casos reales, actividades presenciales y grupales. Todo ello adaptado al nivel de conocimiento y objetivos de los participantes. Inspirada en los marcos conceptuales y procesos reales necesarios en la labor profesional, la estructura modular adoptada contribuye a la consecución de una experiencia de aprendizaje altamente interactiva, que combina presentaciones, estudios de caso, discusiones, debates y actividades prácticas.

Cada módulo consta de una estructura similar que facilita el aprendizaje. Cada módulo comienza con una calibrada combinación de teoría y ejemplos prácticos que introducen el tema principal, seguidos de la presentación de ejemplos de casos reales que ilustran la aplicación empírica del marco teórico, y de una actividad práctica a través de la cual los participantes podrán poner en práctica dicho marco teórico, aplicándolo a su realidad. Las presentaciones son breves, conceptuales, altamente interactivas y comparten herramientas, y se combinan con discusiones y debates.

Este enfoque práctico incluye una visita técnica en un área relacionada con la temática de la formación. Durante la visita técnica, los participantes deben llevar a cabo un trabajo de campo, entrevistas, recopilar información e interactuar con la comunidad local y turística. La visita técnica debe tener relación con el tema de la formación y ser planificada en coordinación con los organismos / administraciones nacionales y locales de turismo y THMS.

Se espera que los participantes den, al menos, dos presentaciones: una sobre los resultados del trabajo de campo (si aplica) y otra sobre el trabajo final (que puede ser una propuesta de ruta, un plan, etc.).

Además, para hacer un buen uso de la formación, los participantes del curso recibirán (una vez seleccionados) un "librito" introductorio con publicaciones de la OMT, artículos y otros materiales de lectura, que introduce los elementos y conceptos clave para la formación. Cabe la posibilidad de que los participantes seleccionados preparen algún trabajo o alguna presentación sobre la materia.

La transmisión y el uso de diversas herramientas, así como el intercambio de conocimientos con los expertos y entre los participantes, los debates y las discusiones, los trabajos prácticos en grupo propician que los participantes comprendan plenamente los temas de la formación.

3 Objetivos

El objetivo de este curso es proporcionar a los participantes elementos y herramientas útiles para la identificación, valoración, aprovechamiento y diseño sostenible del capital gastronómico de un destino, para que en apoyo a las estrategias digitales logre el posicionamiento deseado.

Tras terminar el curso, los participantes serán capaces de:

- Comprender los elementos y conceptos claves del turismo gastronómico en la era digital, así como el efecto dinamizador de la gastronomía en los destinos turísticos.
- Adquirir conocimientos de procesos y herramientas necesarias para la comprensión de la situación actual del destino gastronómico.
- Diseñar estrategias para incrementar la atractividad de un destino usando la gastronomía como eje en la construcción de marca y posicionamiento.
- Implementar un marco conceptual de estrategia para un destino turístico gastronómico.
- Adquirir conocimientos sobre la elaboración y monitoreo de planes de desarrollo y comunicación para el destino gastronómico.

4 Contenidos del Curso

Módulo 1. Tendencias actuales del turismo gastronómico

1.1 Turismo y gastronomía
1.2 Fases de desarrollo de los destinos de turismo gastronómico
1.3 Los foodies: El nuevo consumidor turístico
1.4 Los nuevos canales *social media para* el turismo gastronómico
1.5 Claves de éxito y buenas prácticas de un destino de turismo gastronómico

Módulo 2. La situación actual del destino gastronómico

2.1 Marco conceptual SOSTAC para el plan estratégico
2.2 Análisis de la situación actual del destino: oferta y demanda
2.3 Análisis de competidores actuales, potenciales y referentes
2.4 Creando el DAFO del destino

Módulo 3. El posicionamiento deseado del destino gastronómico

3.1 Objetivos S.M.A.R.T.

3.2 Estrategia - de las 4 Ps a las 4 Cs

3.3 Gastronomía y *branding*: cómo se crea una marca, cuáles son sus valores

3.4 Tácticas para el turismo gastronómico – *Customer Journey* & *Content Marketing*

Módulo 4. Acciones para posicionar el destino como referente en turismo gastronómico

4.1 La creación de un plan de desarrollo del destino de turismo gastronómico

4.2 La creación de un plan de comunicación

4.3 Monitoreo del plan estratégico

5 Proyecto final del curso

Durante el último día del curso, los participantes deberán presentar, en grupos reducidos, un proyecto final que consiste en un plan de comunicación de turismo gastronómico sobre el territorio donde se realizó la visita técnica.