

The STC Challenge

Scaling-up Innovation
in Sustainable Tourism





The **STC** Challenge

Scaling-up Innovation in Sustainable Tourism

A History Of Innovation

The Latin American and Caribbean Region represent one of the most diverse natural and cultural showcases of the planet. However, this diversity has not been fully taken advantage to develop the local communities related to these numerous attractions.

In order to promote and support regional development, the reduction of poverty and other Millenium Development Goals, FOMIN created the "Cluster concept", defined as a family of projects that enables key players to support and strengthen one another around common goals. The Sustainable Tourism Cluster (STC) became a member of the MIF "Cluster family" in 2003 with the objective of turning sustainability into a competitive factor through the strengthening of SME entrepreneurship in the tourism market.

Within this framework, the STC priority throughout its first four years of implementation strived for creative solutions and the development of precise work methodologies. The search was based on the analysis of a representative critical mass in 25 projects, co-financed by STC, through which we identified thematic and methodological gaps that, almost systematically, repeated themselves in development processes at sector level. These gaps affect the sustainability and competitiveness of the product and services supply, generated by small and medium entrepreneurs, that significantly limit positive impact on the tourism sector chain where the socio-economic need is the highest.

Taking these core observations into consideration, STC has reviewed, in-depth, sector needs and the institutional *modus operandi* that support the sector. We worked at SME level to propose a new model that promotes more participation in order to guarantee precise and democratic answers to the needs expressed by the beneficiaries; and the generation of scalable and innovative solutions at all sector levels.



Una Historia de Innovación

La región de América Latina y el Caribe representa uno de los mosaicos naturales y culturales más diversos del planeta. Sin embargo, esta diversidad no ha sido aprovechada en su justo valor para apoyar un desarrollo equitativo y sostenible de las poblaciones locales relacionadas con estos innumerables atractivos.

A fin de promover y apoyar el desarrollo regional, la reducción de la pobreza y otras Metas de Desarrollo del Milenio, el FOMIN creó el "concepto Cluster", el cual se define como una familia de proyectos que permite a los actores clave apoyar y fortalecerse entre ellos, en torno a objetivos comunes. El Cluster de Turismo Sostenible (CTS) ingresó a la familia de clusters del FOMIN en 2003 con el objetivo de hacer de la sostenibilidad un factor competitivo, mediante el fortalecimiento de las MiPyMEs que actúan en el sector turismo.

En este contexto la prioridad del CTS durante sus primeros cuatro años de funcionamiento ha sido la búsqueda de soluciones creativas y de procesos metodológicos precisos. La misma se basó en el análisis de una representativa masa crítica de 25 proyectos co-financiados por el CTS mediante la cual se identificaron vacíos temáticos y fallas metodológicas que se repiten de forma casi sistematizada en los procesos de desarrollo sectorial. Estos vacíos afectan la competitividad y sostenibilidad de

las ofertas generadas por pequeños y medianos productores lo cual limita significativamente los impactos positivos del turismo en los niveles socio-económicos de mayor necesidad.

Tomando en consideración estas observaciones clave, el CTS ha revisado a fondo las necesidades sectoriales y el *modus operandi* de las instituciones que apoyan el sector. Se trabajó a nivel de MiPyMEs, a efectos de proponer una nueva forma de actuar, la cual busca una mayor pro-actividad que garantice respuestas más precisas y democráticas a las necesidades de los beneficiarios; así como la generación de soluciones innovadoras escalables a todos los niveles del sector turismo.



25 projects
4 years
19 countries
47MUS\$
Investment
6500 SME
35 executing
agencies

Why Sustainable Tourism?

In 2003 we identified the tourism industry as an ideal strategic means of reaching our sustainable development goals in the Region. The STC was created, based on the following premises:

- Tourism represents approximately 11% of the world gross domestic product and 7% of total job opportunities in Latin American countries.
- Sector market trends are oriented towards social-based participation.
- It represents a labor-intensive activity that allows youth and gender participation and equity.
- Tourism employs natural and cultural resources as a working capital.
- Tourism is a hands-on opportunity for SME and executing agencies to become regional change agents.
- Tourism represents a tool for poverty reduction in areas where no other alternatives for economic activity exist.
- Tourism is an export sector that generates important revenues. An added value is the fact that its products and services are consumed at the place of destination, without technical barriers present in other sectors.



¿Por qué un Turismo Sostenible?

En el 2003 identificamos al sector turismo como un punto de apoyo estratégico para alcanzar nuestras metas de desarrollo sostenible en la Región. A tal fin, la creación del CTS se basó en las siguientes premisas:

- El turismo representa 11% del producto doméstico bruto mundial, y 7% de las oportunidades de empleo en los países Latinoamericanos.
- Las tendencias del mercado se orientan hacia una participación de base social.
- Representa una actividad que promueve la participación de los jóvenes y la equidad de género.
- El turismo valora la calidad y conservación de los recursos naturales y culturales como un capital de trabajo.
- El turismo es una oportunidad excepcional que permite a las MiPyMEs y a las agencias ejecutoras convertirse en agentes de cambio regionales.
- El turismo representa una herramienta importante en la reducción de la pobreza en áreas donde no existen otras alternativas de actividad económica.
- El turismo es un sector de exportación que genera importantes divisas con la ventaja de que sus productos y servicios se consumen en el lugar de destino, no existiendo las barreras técnicas de acceso a mercados existentes en otros sectores.

First Generation STC 2003-2007: Creating critical mass

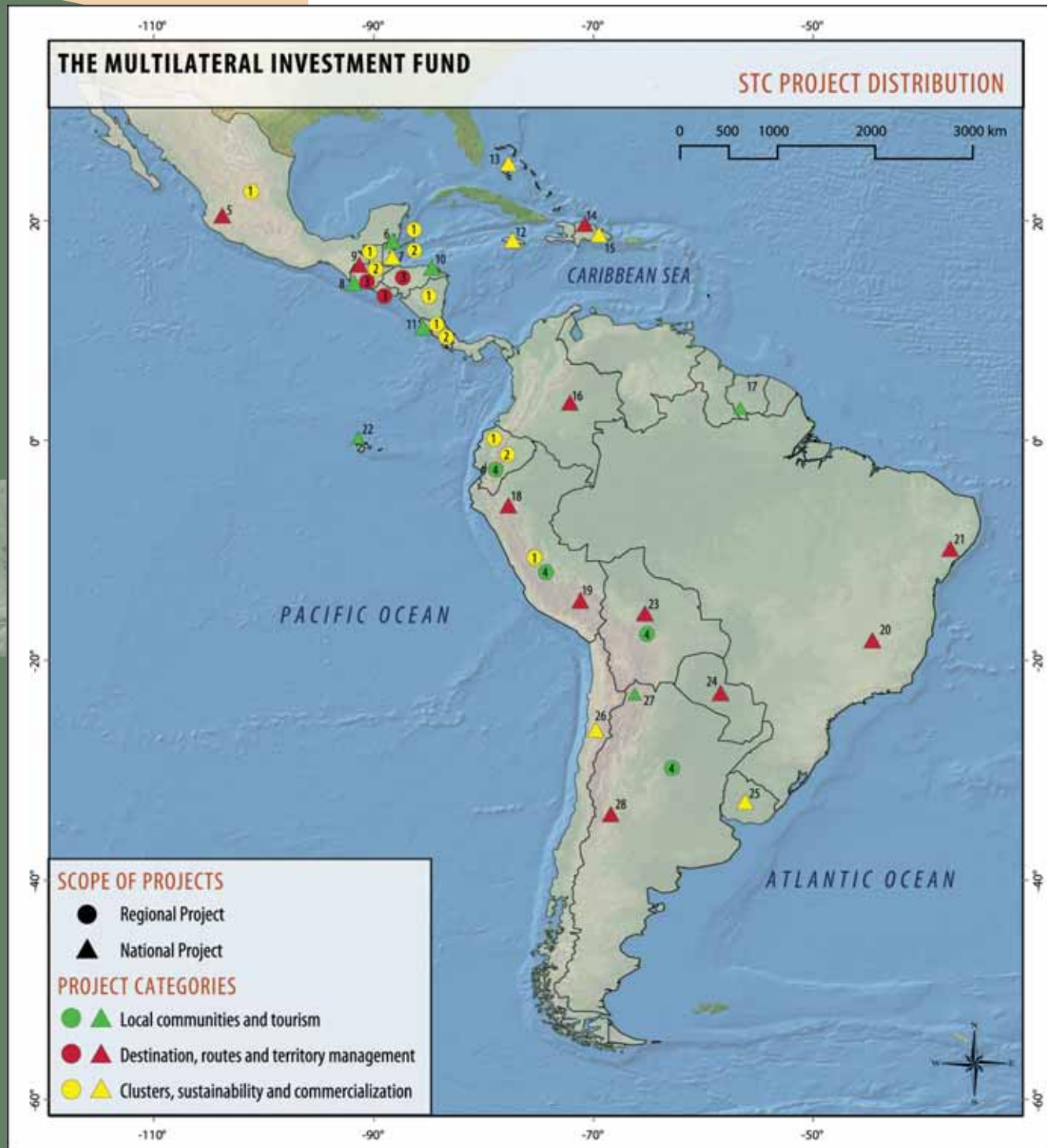
The search for new strategies and focus enabled us to re-dimension the traditional "project cycle", incrementing its original concept and definition in order to include execution, evaluation, knowledge generation and scalability to sector level potential.



WATERFALL, BIRIBIRI, ESTRADA REAL, BRAZIL

Primera Generación CTS 2003-2007: creando masa crítica

La búsqueda de nuevas estrategias y enfoques ha permitido redimensionar el "ciclo de proyecto" tradicional, ampliando su alcance original de concepto y definición de un proyecto hasta incluir su ejecución, evaluación, generación del conocimiento y potencialidad de escalabilidad a nivel sector.



STC Project Distribution

CLUSTERS, SUSTAINABILITY AND COMMERCIALIZATION

Regional Project

- 1 International Partnership to Market Sustainable Tourism Services (RG-M1103)
Belize, Costa Rica, Ecuador, Guatemala, Mexico, Nicaragua, Peru.
- 2 International Accreditation & Consolidation Sustainable Tourism (TC0303024)
Guatemala, Belize, Ecuador, Costa Rica.

National Project

- 6 Improving Small Business Competitiveness in the Tourism Industry (BL-M1001)
Belize
- 12 Competitiveness of Small Hotels (JA-M1008)
Jamaica
- 13 Sustainable Tourism Network for SMEs (BH-M1001)
Bahamas
- 15 Model for Sustainable Tourism Management in Bayahibe (DR-M1005)
Dominican Republic
- 25 Support for Integration and Development of Cluster Tourism in Salto (UR-M1009)
Uruguay
- 26 Support Thermal Product Club Creation (CH-M1022)
Chile

LOCAL COMMUNITIES AND TOURISM

Regional Project

- 4 Competitiveness Development of Rural Tourism in the Andean Region (RG-M1044)
Argentina, Bolivia, Peru, Ecuador

National Project

- 7 Agro-Eco-Cultural Tourism Destination Development in Southern Belize (BL-M1003)
Belize
- 8 Competitive Development of Cultural Tourism with Indigenous Communities (GU-M1005)
Guatemala
- 11 Rural Community Tourism in Costa Rica and Replication in Central America (CR-M1006)
Costa Rica
- 17 Sustainable Tourism Development (TC0209005)
Suriname
- 22 Sustainable Productive Sector Development in Galapagos (EC-M1010)
Galapagos, Ecuador
- 27 Support for the Creation of Sustainable Tourism-Oriented Indigenous Community Enterprises (ARM-1016)
Argentina

DESTINATION, ROUTES AND TERRITORY MANAGEMENT

Regional Project

- 3 Organization of Sustainable Tourism in the Trifinio Region (RG-M1118)
Distribution: Guatemala, El Salvador, Honduras

National Project

- 5 Tourism Development for SMEs in the Tequila Region (ME-M1016)
Guadalajara, Mexico
- 9 Definition and Management of Tourism Destination in the Cuatro Balam Area in Peten (GU-M1024)
Peten, Guatemala
- 10 Local Ethnotourism Business Networks (HO-M1011)
Honduras
- 14 Tourism Management based on Cultural Resources - Puerto Plata (DR-M1021)
Puerto Plata, Dominican Republic
- 16 Rural Tourism Development in Territorio Paraiso (CO-M1012)
Colombia
- 18 Developing the Northeastern Tourist Circuit to Enhance SMEs Competitiveness (PE-M1009)
Peru
- 19 Sustainable Tourism Promotion in Peru's Southern Macroregion (PE-M1048)
Peru
- 20 Estrada Real - Network of Tourism SMEs in Minas Gerais State (BR-M10249)
Brazil
- 21 Tourism and Environmental Sustainability in San Francisco River (BR-M1074)
Brazil
- 23 Jesuit Missions in the Chiquitania (BO-M1022)
Bolivia
- 24 Promotion of Tourism to the Missions in the Guaraní World (PR-M1008)
Paraguay
- 25 Consolidation of Wine Tourism (AR-M1018)
Mendoza, Argentina

What we discovered at SME level...

- No understanding of the tourism value chain.
- Sector development efforts are made from a supply perspective that ignores the reality and needs of the market.
- No understanding of geographical and institutional scale of work in the development of products and tourism destinations.
- Lack of tools and financial opportunities available to SMEs.
- Confusion in management of concepts and criteria relative to the development of sustainable tourism.
- Individualized micro-offers competing among themselves at poorly defined tourism destinations.
- Lack of work methodology accessible to key actors.
- Lack of information systematization and knowledge management.
- Limited creativity and innovation at field-level due to lack of internal and external sector integration.

This led us to the identification of barriers...

Through field level experience and evaluation we identified 3 main barriers that limit Cluster impact and efficiency. Identified at SME level, these barriers were also common to sector key players involved in sustainable tourism activities.

First barrier

Limited access to information and support opportunities for field-level creativity and innovation presented by executing agencies and SMEs with scarce institutional capacity.

Second barrier

Limited access to co-financing and support opportunities for field-level initiatives that lack sufficient working capital or fund-raising abilities.

Third barrier

Limited interaction with related productive, institutional and corporate sectors due to lack of information and an efficient network of strategic alliances.

Lo que descubrimos a nivel de MiPyMEs...

- No existe una comprensión clara sobre el funcionamiento de la cadena de valor en turismo.
- Los esfuerzos de desarrollo del sector se hacen desde una perspectiva de la oferta desconociendo la realidad y las necesidades del mercado.
- No existe una comprensión de las escalas geográficas e institucionales de trabajo en el desarrollo de productos y destinos turísticos.
- Carencia de herramientas y facilidades financieras accesibles a MiPyMEs.
- Confusión en el manejo de conceptos y criterios relativos al desarrollo del turismo sostenible.
- Micro-ofertas individualizadas compitiendo entre ellas en destinos turísticos pobremente definidos.
- Inexistencia de una metodología de trabajo sistematizada y accesible a los actores clave.
- Falta de información sistematizada y manejo del conocimiento.
- Creatividad e innovación, a nivel campo, limitadas por falta de una integración sectorial interna y externa.

Esto nos llevó a la identificación de barreras...

Mediante la experiencia y evaluación a nivel campo, identificamos 3 barreras principales que limitan e impactan la eficiencia del Cluster. Identificadas a nivel de las MiPyMEs, estas barreras también son comunes a los actores clave involucrados en el desarrollo sectorial.

Primera barrera

Limitado flujo de información y oportunidades de apoyo entre el CTS y las iniciativas presentadas, a nivel de campo, por las agencias ejecutoras y las MiPyMEs con menos acceso institucional.

Segunda barrera

Limitado acceso a fondos de co-financiamiento y oportunidad de apoyo para las iniciativas que, a nivel de campo, carecen de suficiente capital de trabajo o habilidades en recaudación de fondos.

Tercera barrera

Limitada interacción con otros sectores productivos, instituciones y empresas debido a la falta de información y la carencia de una red eficiente de alianzas estratégicas.



First Generation

Designing a work methodology...

Analysis of the tourism product process pointed to the urgent need of creating a work methodology. The design of this tool enabled us to establish a cross-reference matrix that could detect the gaps in the process and implement the necessary gap-fillers.

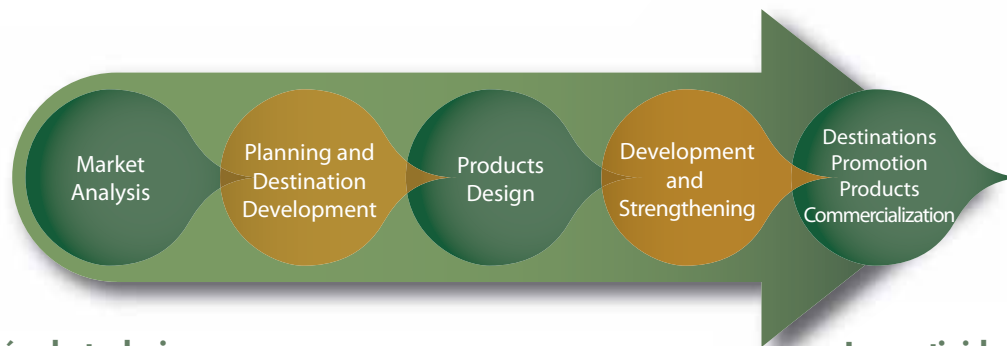
An experience based on outcomes

The 25 projects in execution were classified under 3 main areas of action. All of them benefited from activities that complied with the following premises and goals:

- Local and sector development potential.
- Expected goals and outcomes that respond to the demands and trends of the tourism market.
- Development of activities that promote a better life quality for local communities.
- Awareness and proactive participation of communities in the conservation of environmental and cultural heritage.

The following activities were programmed in order to achieve our goals :

- Strengthening of local communities through capacity-building workshops designed to satisfy the learning needs of individual projects.
- The design and promotion of tourism entrepreneurship through the creation of interacting networks at local and sector levels.
- Capacity-building in the promotion, production and commercialization of products and tourism packages that respond to local and sector market requirements.
- Promotion of community integration that guarantees large numbers of direct and indirect beneficiaries during project execution.
- Community awareness and capacity-building for the promotion of good practices and lessons learned during project execution.
- Co-financing funds for SME pilot groups that promote their competitiveness in local and international markets.



Diseñando una metodología de trabajo...

El análisis del ciclo del producto turístico apuntó hacia la urgente necesidad de crear una metodología de trabajo manejada de forma integral y sistematizada por todos los actores involucrados en la identificación y diseño de los proyectos seleccionados. El diseño de esta herramienta nos permitió establecer una matriz de referencias cruzadas que detectara los vacíos metodológicos y técnicos existentes en los diseños, a fin de implementar oportunamente las medidas correctivas necesarias.

Una experiencia basada en logros

Los 25 proyectos en ejecución fueron clasificados bajo tres grandes áreas de acción, tomando en cuenta las siguientes premisas y metas:

- El potencial de desarrollo local y sectorial.
- Metas y logros esperados que respondieran a la demanda y tendencias del mercado de turismo.
- El desarrollo de actividades que promocionaran una mejora en la calidad de vida de las comunidades locales.
- La sensibilización y acción pro-activa de las comunidades hacia la conservación del ambiente y los legados culturales.

Las actividades planificadas para desarrollar las metas fueron las siguientes:

- El fortalecimiento de las comunidades locales mediante talleres de capacitación diseñados para satisfacer las necesidades de aprendizaje propias de cada proyecto.
- El diseño y organización de empresas turísticas mediante la creación de redes con interacción local y sectorial.
- La capacitación en la promoción, producción y comercialización de productos y paquetes turísticos que responden a los requerimientos locales y sectoriales del mercado.
- La promoción de una incorporación integral de las comunidades a fin de asegurar el mayor número de beneficiarios directos e indirectos en la ejecución de los proyectos.
- La sensibilización y capacitación de las comunidades en la actividad de difusión de las buenas prácticas y lecciones aprendidas durante la ejecución de los proyectos.
- La adjudicación de fondos de co-financiamiento a grupos pilotos de MIPyMEs a fin de promover la competitividad de las mismas en los mercados nacional e internacional.

Group No. 1 Case Study

STRENGTHENING OF DESTINATIONS, ROUTES AND TERRITORIES

(Fortalecimiento de destinos, rutas y territorios)

Estrada Real, Network of Tourism SMEs in Minas Gerais State

Brazil

BRM10249

Instituto Estrada Real (IER) y la Federação das Industrias do Estado de Minas Gerais (FIEMG)

Beneficiaries:	Beneficiarios:
150 Network associates	150 empresas asociadas a la Red
300 companies that count with diagnosis of needs required for management improvement	300 empresas que cuentan con diagnóstico de necesidades de mejora de la gestión
250 companies that receive co-financing	250 empresas que reciben co-financiamiento
450 professionals that participate capacity-building workshops	450 profesionales que participan en talleres de capacitación





Bueno do Prado Filho
Brazil

"The Project promotes tourism in the "diamond circuit". Through the Regional "Instituto Estrada Real" IER it mobilized not only the Diamantina entrepreneurs but the whole Region, and created awareness of the importance of creating a Network to increase their business and promoting tourism growth. The Project helped me make a difficult decision: leaving the stability of a 9 year employment to invest in the Tourism field, not present at the time in Diamantina."

"El Proyecto Red de Micro y Pequeñas Empresas de Estrada Real fue una base impulsora del turismo en el circuito de los diamantes. A través del Núcleo Regional del IER, movilizó, no sólo a los empresarios de Diamantina, sino a los de toda la Región, sensibilizándolos sobre la importancia de la formación de una Red para el incremento de sus negocios y crecimiento del Turismo. El proyecto me ayudó a tomar una decisión difícil: salir de la estabilidad de un empleo de más de 9 años para invertir en el campo del Turismo Receptivo, el cual aún no tenía presencia en Diamantina."



CLUSTER AND COMMERCIALIZATION (Clusters y comercialización)

Model for Sustainable Tourism Management in Bayahibe

Dominican Republic
DRM1005

Asociación De Hoteles de La Romana y Bayahibe (AHB)

Beneficiaries:

450 hotel workers trained in labour hygiene and environmental conservation

600 local actors trained in the design of products and services associated with the value chain

180 SMEs executing the Joint commercialization model

Beneficiarios:

450 trabajadores de los hoteles capacitados en higiene laboral y conservación ambiental

600 actores locales capacitados en el diseño de productos y servicios asociados a la cadena productiva

180 MIPyMEs ejecutando el modelo de comercialización conjunta



Freddy Berroa "Guava"
Dominican Republic

"I was born in Bayahibe where I've dedicated many years to fishing activities and piloting small boats for third parties. My craftsmanship vocation led me to create replicas of my locality's typical boats. The Project has allowed me to professionalize my vocation and create a company together with 3 of my children and another 8 craftsmen. Now I have a well-stocked shop where I give classes in wood craftsmanship with innovative criteria, good finish and packaging. We've created a craftsmen association that offers an entrepreneurial vision to our community."

"Nací en Bayahibe donde he dedicado muchos años a la actividad de pesca y capitanear barcos de terceros. Mi vocación artesanal me llevó a crear réplicas de las barcas típicas de mi localidad. El proyecto me ha permitido profesionalizar mi vocación y crear una empresa junto a tres de mis hijos y otros 8 artesanos. Ahora cuento con un taller equipado donde imparto clases de artesanía en madera con criterios de innovación, y buenos acabados y empaque. Hemos creado una asociación de artesanos que aporta una visión empresarial a nuestra comunidad".





Group No. 3 Case Study

COMMUNITIES AND TOURISM

(Fortalecimiento de destinos, rutas y territorios)

Support for Creation of ST-Oriented Indigenous Community Enterprises

Argentina
ARM1016

Asociación de Mujeres Warmi Sayajsunqo (Warmi)

Beneficiaries:	Beneficiarios:
The families of 50 kollas communities that manage the Project	Las familias de 50 comunidades que manejan el proyecto

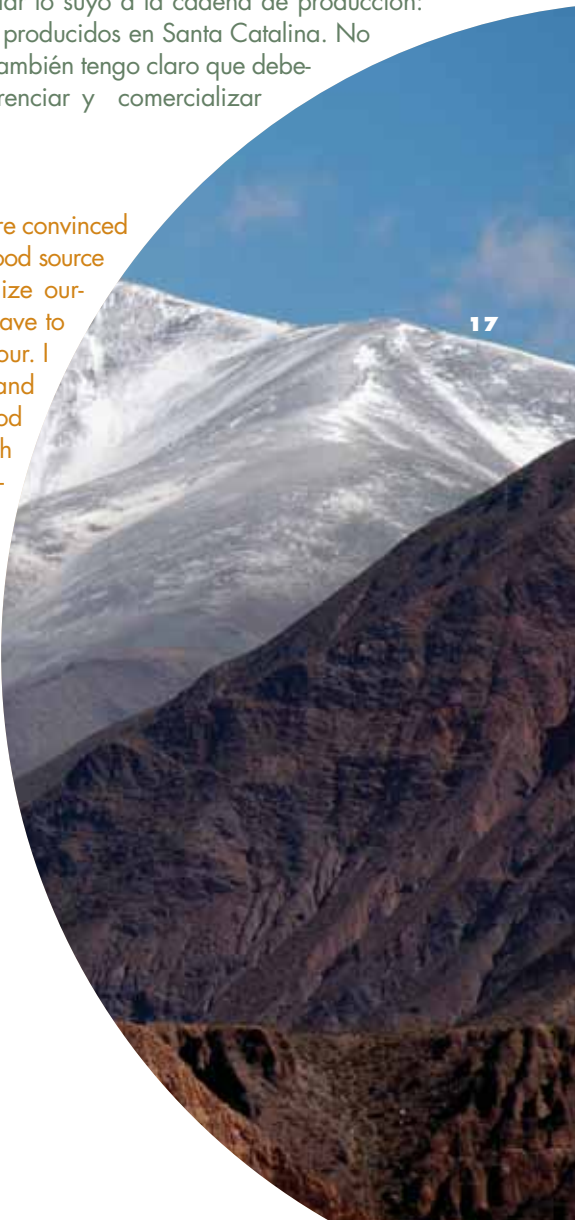




Eugenio Trejo
Argentina

“El proyecto va en el buen sentido y hemos avanzado mucho. El turismo es una buena fuente de trabajo y presenta excelentes oportunidades. Debemos organizarnos, trabajar más, aprender a correr riesgos. Empecemos de a poco. Con constancia lo podemos lograr. Ahora tengo más claro cosas del proyecto y me doy cuenta de que el sueño de Rosario (Quispe) es posible. Si trabajamos todos juntos saldremos adelante. Cada comunidad debe aportar lo suyo a la cadena de producción: por ejemplo, los vasos y platos de cerámica producidos en Santa Catalina. No es necesario que todos tengamos posadas. También tengo claro que debemos fortalecer nuestra capacidad para gerenciar y comercializar nuestros propios paquetes turísticos.”

“The project is on the good path and we are convinced of the progress we have made. Tourism is a good source of work and opportunities. We must organize ourselves, Work more, learn to take risks. We have to begin slowly but be tenacious in our endeavour. I have a better understanding of our project and realize that Rosario’s dream is possible. Good things will happen if we work together. Each community must enrich the chain of production: for example, the ceramic glasses and plates produced in Santa Catalina. Not all of us need to have inns. I am also certain that we must strengthen our capacity to manage and commercialize our own tourism packages”.



Second Generation

STC 2008-2011:

Targeting the challenge

Based on the outcomes obtained, the next STC phase will focus on the consolidation of the First Generation projects and the expansion towards new opportunities in the sustainable tourism sector.

We have created and executed an initiative that must now continue onward with a renewed commitment that offers our present and future partners and beneficiaries the opportunity of growing with us. Together we will turn sustainable tourism into a social and economic alternative in response to an ever-increasing market demand and regional development requirements.

This means we must continue to follow this new path that transcends the traditional way of selecting and executing projects. The innovation consists not only in the contribution of new funds, but also in the active and timely participation of our allies. This

will generate the knowledge, experience and new technologies required for the success of the Second Generation STC.

Shifting from project scale to sector scale

Improving STC sector leadership:

- MIF prepared to invest first 10M\$ in technical assistance over the next 3 years.
- Over 35 donor countries aligned with the STC Initiative.
- Scaling-up innovation at sector level through the creation of strategic alliances.

Scalable solutions for common barriers

First barrier solution

- Democratization of information that will guarantee a wider geographical, thematic and institutional scope; and access to primary field-level creativity and innovation.

18

Segunda Generación

CTS 2008-2011:

Apuntando al reto de la consolidación y crecimiento

Basada en los sólidos logros obtenidos, la próxima fase CTS abarcará la consolidación de los proyectos pertenecientes a la Primera Generación y la expansión hacia nuevas oportunidades en el campo del turismo sostenible.

Hemos logrado la concepción y ejecución de una iniciativa pionera que ahora debe proyectarse a futuro con un compromiso renovado y continuo, ofreciendo a nuestros beneficiarios y socios actuales y potenciales la oportunidad de crecer con nosotros. Juntos convertiremos el turismo sostenible en una alternativa económica y social alimentada por una creciente demanda y ajustada a los requerimientos del desarrollo regional.

Esto implica seguir por el camino trazado que trasciende la forma tradicional de seleccionar y ejecutar proyectos. La innovación consiste no sólo en el aporte de nuevos fondos, sino en la participación activa y oportuna de nuestros aliados, lo que per-

mitirá enriquecer nuestro bagaje de conocimiento, experiencia y nuevas tecnologías requeridos para el éxito de la Segunda Generación CTS.

Cambiando la escala: de proyecto a sector

Mejorando el liderazgo del sector CTS:

- FOMIN dispuesto a invertir 10MUS\$ a lo largo de los próximos 3 años.
- Más de 35 países donantes alineados con la Iniciativa CTS.
- Escalabilidad de la innovación a nivel sector mediante la creación de alianzas estratégicas.

Soluciones escalables para barreras comunes

Solución a la primera barrera

- La democratización de la información para garantizar un mayor alcance geográfico, temático e institucional; y acceso a la creatividad e innovación a nivel de campo.
- La concertación de una alianza estratégica con NatGeo para promover metas comunes en Geoturismo y turismo sostenible.
- La concertación de una alianza estratégica con Ashoka para implementar la

- Strategic alliance with NatGeo will promote common sustainable tourism and Geotourism goals.
- Strategic alliance with Ashoka for the implementation of the Changemakers competition-based call-for-proposal system.

Second barrier solution

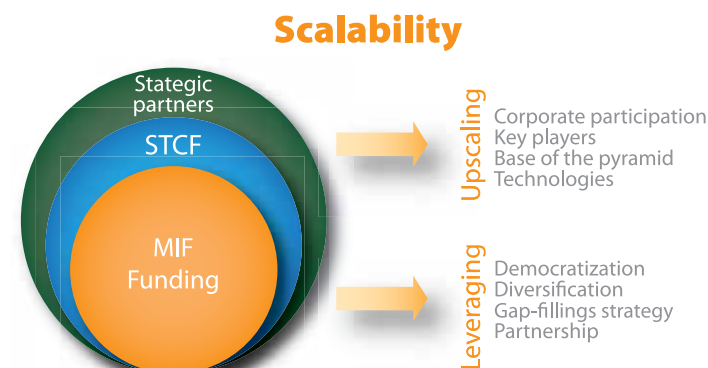
- Creation of the first regional Sustainable Tourism and Geotourism Co-Financing Fund (STGCF) will democratize co-financing opportunities for creative field-level proposals, through an innovative and participative co-financing mechanism.



Third barrier solution

Incorporation of new institutional and corporate strategic alliances will create a powerful network of partners that will:

- Enable input from other sectors and key players.
- Contribute to project and sector sustainability, competitiveness and knowledge management.
- Promote scalability potential through the sharing of technological innovations and management of market trends with executing agencies and beneficiaries.



metodología Changemakers, un sistema de llamado-a-propuestas basado en concursos.

Solución a la segunda barrera

- La creación del primer Fondo de Co-financiamiento de Turismo Sostenible y Geoturismo regional (FCTSG) con el fin de democratizar las oportunidades de financiamiento para propuestas creativas a nivel de campo, mediante un mecanismo innovador y participativo.

Solución a la tercera barrera

La concertación de nuevas alianzas estratégicas institucionales y corporativas creará una poderosa red de socios que:

- Facilitará la incorporación de aportes provenientes de otros sectores y actores clave.
- Contribuirá a la sostenibilidad, la competitividad y manejo del conocimiento a niveles de proyecto y sector.
- Propiciará la escalabilidad al compartir con los ejecutores y beneficiarios las innovaciones tecnológicas y manejo de las tendencias del mercado.

STC priorities

Project selection will respond to the following priorities:

- Projects that develop and promote innovative market methods and strategies for sustainable tourism products and services, presented by SME and community businesses.
- Projects that contribute to the development and use of geographical tools applied to the sustainable management of tourism destinations.
- Projects that contribute to the development and application of financial tools and strategies, accessible to SME and community businesses.
- Projects that generate new organizational models of productive networks in sustainable tourism.
- Projects that incorporate, or are based on, technological information and virtual communities that promote access to sustainable tourism market demands.

Join the STC Challenge

The STC family and its strategic allies extend and open invitation to all corporations, institutions and organizations that wish to contribute their talent and resources to the STC Initiative and join our challenge of turning innovative ideas into realities, and experiences into knowledge, aimed at promoting regional economic and social development.

20

Crterios de seleccin de proyectos CTS

Las orientaciones metodolgicas y tecnolgicas que regirn la seleccin de nuevos proyectos representan un amplio espectro de oportunidades de participacin para instituciones y empresas cuyos servicios y productos pueden ser aprovechados para innovar en el sector del turismo.

- Proyectos que ayuden a desarrollar y promover innovadores mtodos y estrategias de mercadeo para productos y servicios en turismo sostenible ofertados por MiPyMEs y negocios comunitarios.
- Proyectos que contribuyan al desarrollo y aplicacin de herramientas de geografa aplicada a la gestin sostenible de destinos tursticos.
- Proyectos que contribuyan al desarrollo y aplicacin de herramientas y estrategias financieras accesibles a las MiPyMEs y negocios comunitarios.
- Proyectos que generen nuevos modelos de organizacin de redes productivas en turismo sostenible.
- Proyectos que incorporen o se basen en tecnologas de informacin y comunidades virtuales para facilitar el acceso a mercado de ofertas en turismo sostenible.

Unase al reto del STC

La familia del CTS y sus aliados estratgicos le extiende una invitacin abierta a todas aquellas corporaciones, instituciones y organizaciones que quieran contribuir con su talento y recursos a la Iniciativa CTS. Nuestro reto es el de convertir las ideas innovadoras en realidades y las experiencias en un conocimiento dirigido a la promocin del desarrollo econmico y social de la Regin.

Contact information

Santiago J. Soler
Inter-American Development Bank
1300 New York Avenue, N.W.
Washington, DC 20577
Tel + 1 202 623 1000
santiagos@iadb.org
MIF-TURISMO@iadb.org
www.iadb.org/mif

STC Coordination

Santiago Soler

Editorial Coordination

Luisa Himiob C.

Technical Assistance

Yves Lesenfants

Graphic Design

Temática Artes Gráficas
Jennifer Huizi

Photographs

Yves Lesenfants

Testimonial Photographs

Project Sources

Mapping

PAT/InfoGeo
María Alejandra Sampson

© FOMIN

