

# 05

---

**Turismo In-house:  
Nuevas formas de hacer  
turismo. Una perspectiva  
desde el diseño social**

María José Vives, Hermann  
Pfizenmaier, Sebastián  
Alfonso



En muchos países se han instaurado medidas de aislamiento social siguiendo las recomendaciones de la Organización Mundial de la Salud (OMS). Estas medidas de aislamiento han propiciado el surgimiento de alternativas al turismo convencional para que las personas sigan haciendo turismo de una manera diferente. Algunos ejemplos se ven en los recorridos virtuales que se pueden hacer desde casa de espacios como el Museo del Prado o el MoMA, incluso en otros lugares no tan convencionales como la Estación Espacial Internacional y las pirámides de Egipto. Tomando como referencia estos ejemplos llegamos al concepto de Turismo in house, donde por medio de diferentes estrategias se busca que las personas se acerquen al turismo desde sus hogares.

## Metodología

Nuestro método base para plantear la solución al problema aquí expuesto fue la observación y la vivencia en nuestro entorno familiar. De este modo, nos dimos cuenta de que podíamos usar el aislamiento social como una oportunidad para incentivar el turismo a través de diferentes alternativas. A partir de esto decidimos establecer unos lineamientos sobre los que nos inspiramos para formular diferentes propuestas de turismo in house. Los lineamientos que establecimos son: (1) La propuesta debe combinar tanto lo análogo como lo digital; (2) la temática principal es el manejo y la planeación del tiempo; (3) debe ser una actividad dinámica y (4) no se debe limitar solo al tiempo de cuarentena.

Con base en estos lineamientos se desarrollan tres propuestas. La primera la llamamos turismo in house cards que trata de un juego con cartas donde los participantes deben poner en sus cartas los lugares, actividades y las personas con las que se desea hacer las actividades. Luego deben armar combinaciones al azar de actividades. La idea con esta propuesta es que las personas salgan de su zona de confort y conozcan más de su entorno desde casa a través de

---

María José  
Vives, Hermann  
Pfitzenmaier,  
Sebastián  
Alfonso

Turismo  
In-house:  
Nuevas formas  
de hacer  
turismo. Una  
perspectiva  
desde el diseño  
social

# 73

diferentes actividades. La segunda propuesta llamada Recorrido por lugares del mundo busca, por medio de una ruleta y del azar, que se escoja un lugar del mundo para que las personas puedan conocerlo y familiarizarse con él a través de la herramienta Google 360°. El objetivo final de dicha dinámica es incentivar a los participantes a planear una posible visita a estos lugares a corto, mediano y largo plazo. La tercera propuesta llamada Diario de viaje en casa consiste en la construcción de un diario de viaje interactivo e ilustrado. En este se encuentra una guía o itinerario de viaje donde el participante hace distintas actividades solo y en compañía. Hace recorridos por distintas partes del mundo, dentro de la casa misma, viaja al futuro, entre otros. Lo que se busca con este diario es fomentar la organización del tiempo para establecer un equilibrio entre las actividades y tareas realizadas en el hogar.

Después de crear estas tres actividades decidimos unir las y formular unas directrices base que articularan estas primeras entre sí, sin perder los lineamientos establecidos en un principio. El concepto que encontramos para unir las actividades lo llamamos pre-viaje. Dicho concepto inspira la propuesta de Diario de turismo in house. En esta, los participantes arman ocho combinaciones de viaje con las cartas divididas en las tres siguientes categorías: ¿Dónde? (destino), ¿quién? (acompañantes) y ¿qué? (actividades). Después de tener armadas las ocho posibilidades, se pasa a una ruleta y por medio del azar se escoge la combinación de cartas para armar el viaje. Luego de tener el destino definido, se le brinda al usuario un formulario para conocer información acerca de su perfil. Con base en este, iniciamos una investigación del lugar para proponer una guía inicial que vaya acorde con sus intereses.

Con esta guía inicial se busca establecer un proceso de co-creación donde el usuario pueda participar, preguntar y proponer junto al diseñador los lugares y las actividades que le gustaría probar en su viaje. Luego se procede a entregarle la guía definida a partir del estudio previo de todos los lugares y sus respectivas recomendaciones. Este se entrega antes del viaje para crear

expectativa en el usuario, quien puede realizar distintas actividades pre-viaje. Asimismo, el viajero tiene a su disposición la información acerca de los lugares de hospedaje y los contactos de las personas encargadas de las actividades. Esto le da al usuario la posibilidad de formar vínculos personales y tener una mejor idea de qué esperar al llegar al lugar.

---

María José  
Vives, Hermann  
Pfizenmaier,  
Sebastián  
Alfonso

## Conclusión

Nuestra propuesta está centrada en personas interesadas en conocer lugares diferentes a los habituales, nuevas culturas y paisajes naturales. Es decir, optamos por ofrecer y promocionar destinos que no son muy visitados, pero que poseen un gran atractivo por su fauna, su flora y las culturas que lo habitan. Asimismo, la presente propuesta espera fomentar la conservación de recursos y entornos naturales, el turismo ambientalmente responsable. Del mismo modo, En ese sentido, Turismo in-house no es únicamente un servicio que guía a los turistas, ya que para nosotros es importante establecer una relación cercana con nuestros usuarios en donde se pueda crear un vínculo a largo plazo. Esto con el fin de que las personas al continuar viajando con nosotros puedan acercarse a nuevas culturas y adquirir un producto coleccionable.

Turismo  
In-house:  
Nuevas formas  
de hacer  
turismo. Una  
perspectiva  
desde el diseño  
social

Así, a partir de esta dinámica lúdica y para la planeación de viajes, fomentar la preservación de lugares naturales mostrando la importancia de la conservación y la promoción de ambientes sustentables que podrían reducir sus impactos negativos al territorio, al contribuir con el desarrollo de estrategias que esta propuesta propone. Se hace fundamental la consolidación de relaciones de empatía del territorio y un acercamiento hacia los pobladores, permitiendo que los turistas puedan no solo disfrutar los lugares, sino crear un impacto positivo en las comunidades locales.

## Referencias bibliográficas

- IMF. (2020). Las consecuencias del coronavirus en el sector del Turismo. Recuperado de: <https://blogs.imf-formacion.com/blog/mba/consecuencias-coronavirus-en-sector-turismo/>
- Martínez, D. (2020). Cómo hacer de la cuarentena una aventura. Recuperado de: [https://poblete.es/ARCHIVO/documentos/covid19/CONVIERTELO\\_EN\\_AVENTURA.pdf](https://poblete.es/ARCHIVO/documentos/covid19/CONVIERTELO_EN_AVENTURA.pdf)
- Petrizzo, M. (2020). El impacto de la COVID-19 en el sector turismo. Apuntes para su esbozo. Observador de conocimiento, 5(3), 93-101.
- OMS. (2020). Brote de enfermedad por coronavirus (COVID-19): orientaciones para el público. Recuperado de: <https://www.who.int/es/emergencias/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public> Servicio Nacional de Turismo