



Sustento del uso justo
de Materiales Protegidos
derechos de autor para
fines educativos



UCI

Universidad para la
Cooperación Internacional

UCI
Sustento del uso justo de materiales protegidos por
derechos de autor para fines educativos

El siguiente material ha sido reproducido, con fines estrictamente didácticos e ilustrativos de los temas en cuestión, se utilizan en el campus virtual de la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI – para ser usados exclusivamente para la función docente y el estudio privado de los estudiantes pertenecientes a los programas académicos.

La UCI desea dejar constancia de su estricto respeto a las legislaciones relacionadas con la propiedad intelectual. Todo material digital disponible para un curso y sus estudiantes tiene fines educativos y de investigación. No media en el uso de estos materiales fines de lucro, se entiende como casos especiales para fines educativos a distancia y en lugares donde no atenta contra la normal explotación de la obra y no afecta los intereses legítimos de ningún actor.

La UCI hace un USO JUSTO del material, sustentado en las excepciones a las leyes de derechos de autor establecidas en las siguientes normativas:

a- Legislación costarricense: Ley sobre Derechos de Autor y Derechos Conexos, No.6683 de 14 de octubre de 1982 - artículo 73, la Ley sobre Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039 – artículo 58, permiten el copiado parcial de obras para la ilustración educativa.

b- Legislación Mexicana; Ley Federal de Derechos de Autor; artículo 147.

c- Legislación de Estados Unidos de América: En referencia al uso justo, menciona: "está consagrado en el artículo 106 de la ley de derecho de autor de los Estados Unidos (U.S, Copyright - Act) y establece un uso libre y gratuito de las obras para fines de crítica, comentarios y noticias, reportajes y docencia (lo que incluye la realización de copias para su uso en clase)."

d- Legislación Canadiense: Ley de derechos de autor C-11– Referidos a Excepciones para Educación a Distancia.

e- OMPI: En el marco de la legislación internacional, según la Organización Mundial de Propiedad Intelectual lo previsto por los tratados internacionales sobre esta materia. El artículo 10(2) del Convenio de Berna, permite a los países miembros establecer limitaciones o excepciones respecto a la posibilidad de utilizar lícitamente las obras literarias o artísticas a título de ilustración de la enseñanza, por medio de publicaciones, emisiones de radio o grabaciones sonoras o visuales.

Además y por indicación de la UCI, los estudiantes del campus virtual tienen el deber de cumplir con lo que establezca la legislación correspondiente en materia de derechos de autor, en su país de residencia.

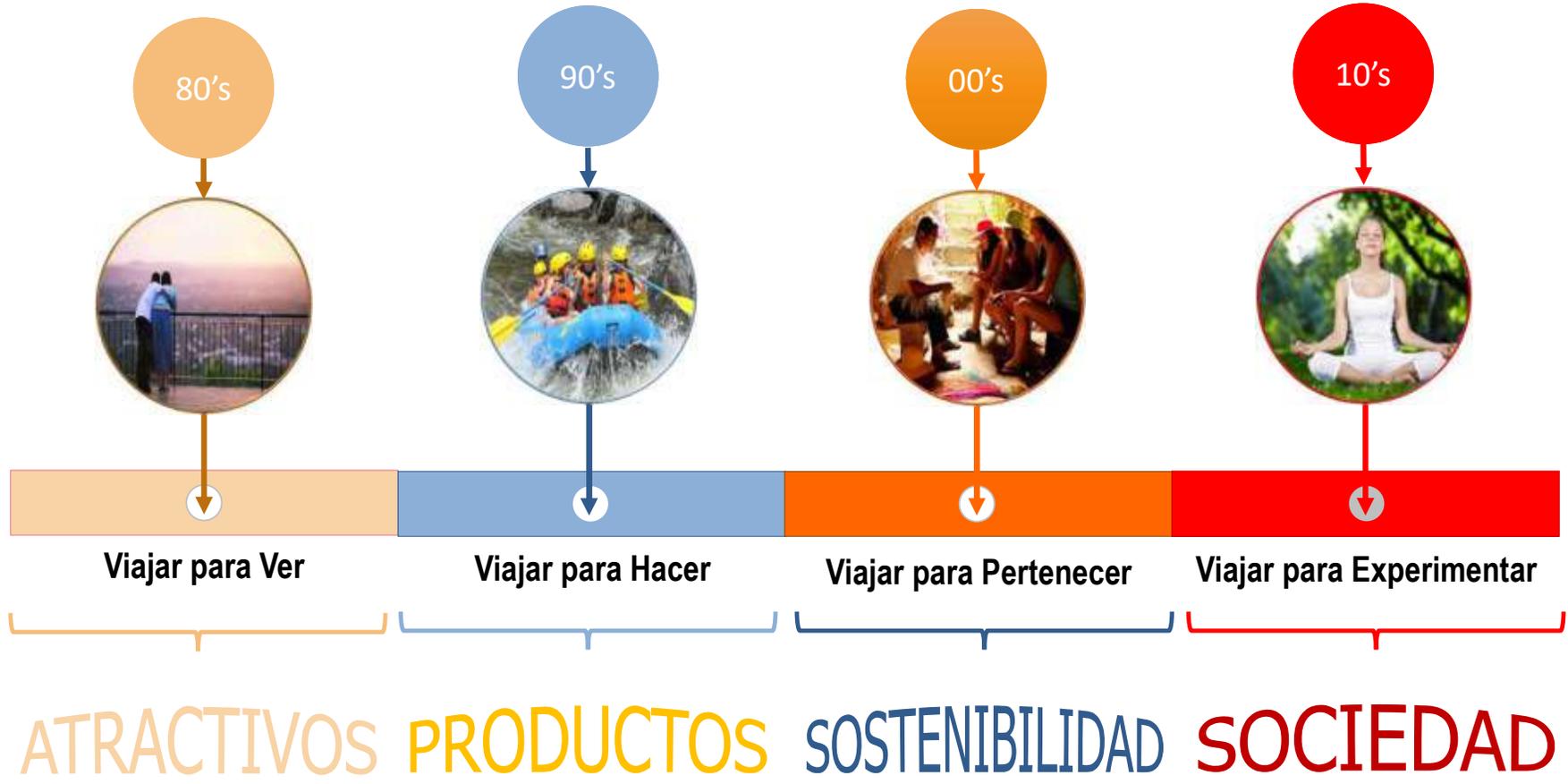
Finalmente, reiteramos que en UCI no lucramos con las obras de terceros, somos estrictos con respecto al plagio, y no restringimos de ninguna manera el que nuestros estudiantes, académicos e investigadores accedan comercialmente o adquieran los documentos disponibles en el mercado editorial, sea directamente los documentos, o por medio de bases de datos científicas, pagando ellos mismos los costos asociados a dichos accesos.



Diseño de productos y servicios turísticos vivenciales

Ing. Mario A. Socatelli P.
Profesor de la Facultad de Ambiente y Desarrollo
Universidad para la Cooperación Internacional - U.C.I.
Director General de Fundación REImagine
Especialista en Planeación Estratégica y Desarrollo Turístico

Evolución de la demanda turística



El turista postmoderno y la regeneración

Los nuevos turistas buscan autenticidad, ser participantes activos de su vacación. Son sumamente sensibles a los aspectos de índole social, cultural y ambiental de los lugares que visitan. Sus viajes deben tener un sentido profundo, que les den una implicación emocional y una oportunidad para reinventarse a sí mismos y al mundo.



El Turista Postmoderno

- Genuino
- Holístico
- Interactivo
- Espontáneo
- Consiente Social
- Sofisticado
- Conocedor
- Moderado

Cualidades del enfoque regenerativo en el turismo

El enfoque regenerativo aplicado al turismo, busca trascender la emoción de la anécdota y los aspectos “sistémicos-estructurales” del turismo (calidad del servicio – eficiencia – capacidad – utilidad – logística - organización), para transformar los productos y servicios turísticos en “vivencias *sensibles-relacionales*”, que reconecten al ser humano consigo mismo y el ecosistema para de esta manera activar la conciencia del visitante, renovar su cosmovisión y moldear agentes de cambio que propicien la regeneración.

Enfoque Regenerativo en Turismo	El Turismo Sostenible
Sensible y relacional	Sistémico y estructural
Desarrolla el destino integralmente	Desarrolla el atractivo o la actividad específica
Crea y estimula los vínculos e identidad	Optimiza el manejo de los aspectos logísticos
Propulsa condiciones que propicien la vida	Minimiza o netea los impactos negativos
Los anfitriones actúan como facilitadores	Los anfitriones fungen como interpretes
Genera vivencias regenerativas	Produce recuerdos memorables

Vivencias...oportunidad de regeneración

Experiencias. Las realidades y circunstancias de vida de las personas que de alguna manera entran a formar parte de su carácter, estilo conductual y que contribuyen a formar la personalidad del sujeto.

Calidad y sofisticación. Atributos inherentes a productos y servicios, que establecen el valor de estos con respecto a otros de la misma naturaleza, cuya apreciación esta limitada al momento de consumir o disfrutar estos.

Experiencias Turísticas. Nuevo concepto de los servicios turísticos, orientadas a generar una percepción de valor basado en el disfrute como como algo: -emocionante-, -excitante-, - extraordinario-.

Experiencia vs. sofisticación. Un servicio de calidad o altamente sofisticado, no es una experiencia a menos que lo que se ofrece implique emocional y sensorialmente al consumidor.

Vivencias. Lo que una persona experimenta en la conciencia o en el ser físico como hecho actual, revestida de una gran intensidad emocional, que como consecuencia de deja una huella en la vida del sujeto. Transformándola.



Dinámica & arquetipos del producto turístico



DINAMICA

ARQUETIPOS

Productos & Servicios Turísticos

Turismo Convencional

*eficacia – calidad – valor
fluidez – logística*

Experiencias Turísticas-

Turismo Sostenible

*emoción – originalidad
extraordinario
sofisticación*

Productos & Servicios Turísticos Vivenciales

Enfoque Regenerativo

*vivencias de carácter
regenerativo*

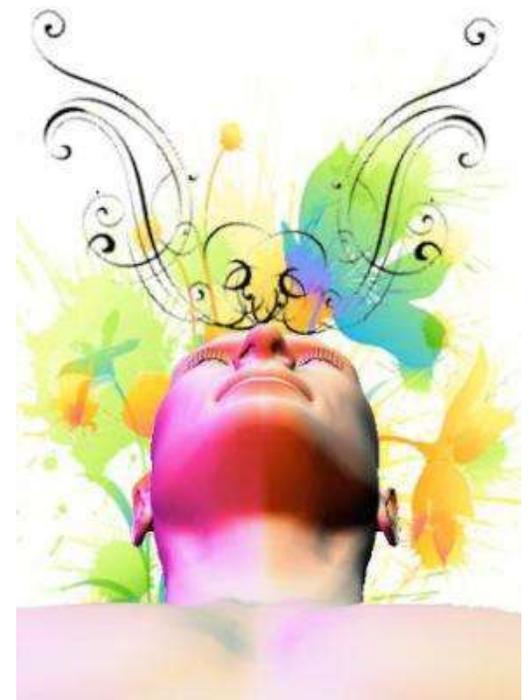
El diseño regenerativo y las vivencias

El diseño regenerativo es un enfoque basado en la teoría de sistemas orientado a la creación de soluciones que incorporen las necesidades de la sociedad a la integridad de la naturaleza, imitando el funcionamiento de esta.

Es una nueva forma de abordar la manera en que se construye y se crea el mundo a nuestro alrededor, mediante procesos que restauran, renuevan o revitalizan sus propias fuentes de energía y materiales.

Conceptualizar productos y servicios turísticos utilizando el diseño regenerativo como metodología permite una planificación integral y evolutiva en la creación de "VIVENCIAS DE CARÁCTER REGENERATIVO", que propicien una conexión del viajero con el lugar para que se sumerja en el ambiente natural y cultural, generando un cambio profundo en la persona.

El turismo regenerativo trabaja a partir del modelo de Ecología Profunda (*Deep Ecology*), donde la idea central es poder generar profundos cuestionamientos o reflexiones las cuales se pueden traducir en significativos cambios de comportamiento, por convicción propia más no por obligación.

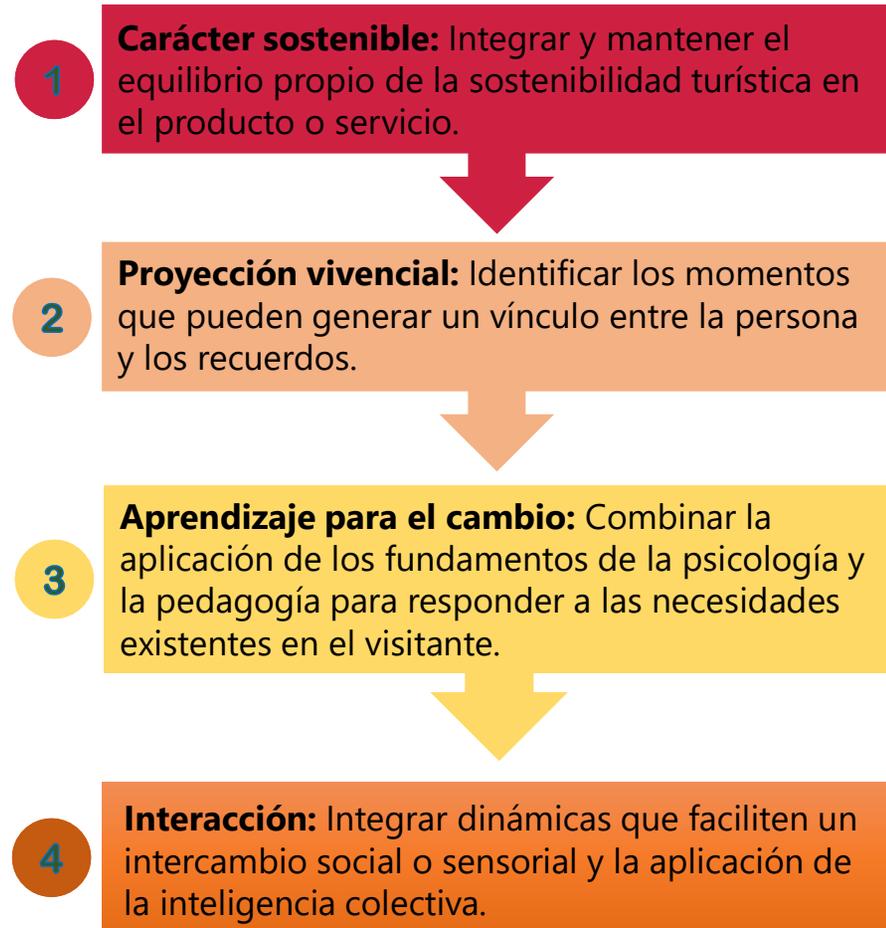


Aprendizaje transformativo

La creación de “vivencias de carácter regenerativo”, requiere de la aplicación de una metodología de aprendizaje transformativo que consiste en definir cómo los adultos integrarán la nueva información, perspectivas, o práctica en sus visiones del mundo al comprometerse en el aprendizaje, a partir de reflexionar sobre el significado de lo que están aprendiendo y evaluar sus valores familiares, creencias y supuestos. (*Espejo Leupin & González-Suarez, 2015*).

Cuando el ser humano integra visiones de aprendizaje se compromete a reflexionar y actuar sobre lo que está aprendiendo, basado en la relación consigo mismo, con el otro y con la tierra.

La idea es darle al turista una ventana de oportunidad para reconectar consigo mismo, con el lugar que visita y con su gente, desde un punto de vista holístico para la realización de cambios significativos, incidiendo en la percepción de una cultura de la vida y con reciprocidad para el fortalecimiento de la identidad local.



Componentes de los productos y servicios turísticos vivenciales

El cambio de la cosmovisión del viajero debe emerger como una convicción consecuencia de recibir una experiencia vigorizante, de conexión, tranquilidad, disfrute, silencio, paz interna y sonrisa compartida, etc.

- 1 Ética y estética.** Estudiar la esencia y la percepción de la belleza, para lograr un diseño coevolutivo. Genuinidad, armonía y sencillez.
- 2 Sentido del lugar.** Descubrir la identidad del lugar, su esencia y potencial; para generar pertenencia, conexión y el cuidado del "lugar".
- 3 Relación con la regeneración.** Propiciar la reconexión del ser humano consigo mismo, con los demás y con la naturaleza.
- 4 Globalidad & localidad. (GLOCAL).** Enfocar del panorama general de la humanidad para presentar soluciones locales. Pensar globalmente, actuar localmente.
- 5 Narrativa viva.** Conciliar educación y entretenimiento. Estimular un cambio de cosmovisión no debe ser algo aburrido, o un regaño. Implica un equilibrio entre educación y entretenimiento.



Criterios de diseño de productos y servicios turísticos vivenciales

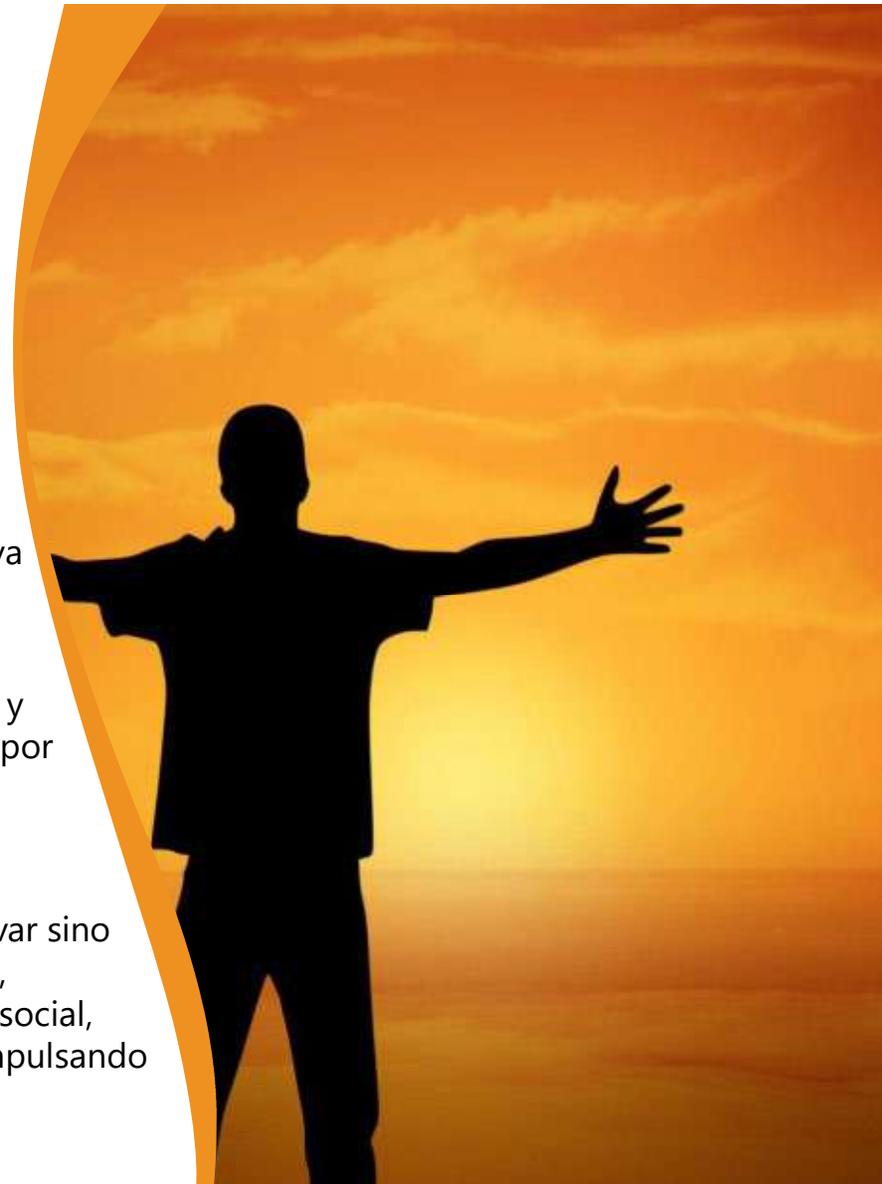
Lo esencial del diseño de los productos y servicios turísticos vivenciales, es que las emociones y sensaciones que se generen no permanezcan como anécdotas y que trasciendan más allá del tiempo y espacio del viaje.

Criterios de Diseño

- **Motivador.** ¿Cuál es la motivación del turista que se debe satisfacer?
- **Expectativa.** ¿Cuál será el optimo esperado por el turista para ese producto o servicio turístico?
- **Percepción.** ¿Cómo será que el turista verá, tocará, sentirá, escuchará u olerá, el producto o servicio que se la ofrecerá?
- **Habilidades.** ¿Cómo será que el turista va a interactuar con el producto o servicio?
- **Fluidez.** ¿El proceso de entrega del producto o servicio, sea ha dispuesto para que sea consistente?
- **Cultura.** ¿Están adecuados los productos o servicios, para que respondan al trasfondo cultural del proveedor y sus clientes?

Conclusiones

- ❑ Las vivencias de carácter regenerativo se sustentan en colaboración e interacción para promover la reconexión del ser, para moldear agentes de cambio que propicien la regeneración.
- ❑ La población local, sus costumbres, sus productos, y sus atractivos son el centro del diseño de los productos y servicios turísticos vivenciales.
- ❑ El uso del diseño regenerativo permite crear condiciones que propicien la vida en lugar de buscar y apoyar aquellos aspectos de regeneración que ya existen para hacer turismo con ellas.
- ❑ Las vivencias de carácter regenerativo deben ser percibidas de forma viva y como algo cercano, desde la fase misma de búsqueda de la información por parte del consumidor. Si no producen identidad, tampoco generaran transformación.
- ❑ Cuando las acciones que adelantamos están enfocadas no solo en conservar sino en recuperar el equilibrio y la interacción hombre naturaleza y la sociedad, mediante la implementación de los enfoques del desarrollo regenerativo (social, político, económico, espiritual, ambiental, espiritual y cultural), estamos impulsando una auténtica regeneración en el turismo. *(Claudia Obando, 2021)*





Diseño de productos y servicios turísticos vivenciales

Ing. Mario A. Socatelli P.
Profesor de la Facultad de Ambiente y Desarrollo
Universidad para la Cooperación Internacional - U.C.I.
Director General de Fundación REImagine
Especialista en Planeación Estratégica y Desarrollo Turístico

Ing. Mario A. Socatelli P.
Profesor de la Facultad de Ambiente y Desarrollo
Universidad para la Cooperación Internacional – U.C.I.
Director General de Fundación REImagine
Especialista en Planeación Estratégica y Desarrollo Turístico



Empresario Turístico. Consultor y conferencista internacional especialista en planificación y desarrollo turístico, turismo sostenible y desarrollo regenerativo.

Ingeniero en Sistemas Informáticos graduado en el Stratford Career Institute de New Jersey, con estudios al nivel de Bachillerato en Administración de Empresas y graduado del California Aircraft Institute, en California, USA, como Técnico en Operaciones aéreas. Además, ha cursado programas de Postrado en los campos de Mercadeo Turístico, Planeación Estratégica y Ecoturismo, en las Universidades de Cornell, en New York, USA, y Banff, en Alberta, Canadá. Además, de ser diplomado en Desarrollo Sostenible por la Universidad de Costa Rica. Certificado en Educación a Distancia y Entornos Virtuales por la Universidad para la Cooperación Internacional – UCI y diplomado en Pensamiento de Diseño para la Innovación, por la Universidad de Virginia, USA.

Profesor Adjunto de la Facultad de Ambiente y Desarrollo de la Universidad para la Cooperación Internacional – U.C.I. Reconocido como uno de los profesionales en turismo más experimentado e influyente en la actividad turística en Latinoamérica. Actualmente, es Presidente de la Fundación REImagine, institución dedicada a divulgar y promover los conceptos del desarrollo regenerativo y los fundamentos del turismo regenerativo, fomentando su adopción como modelo de gestión en comunidades, instituciones estatales, organizaciones gremiales, empresas turísticas.

Cuenta con más de 35 años de experiencia en el campo turístico, en los cuales ha dirigido líneas aéreas, empresas hoteleras, agencias viajes y operadoras de turismo. Autor de 4 libros sobre Mercadeo Turístico, Turismo Naturalista y Formulación de Proyectos Turísticos, ha escrito numerosos documentos y artículos sobre los temas mencionados, publicados en toda Latinoamérica.

Tel. +506-2520-1723 - +506-8841-4552 - msocatelli@intermarksa.com - www.fundacionreimagine.org - P.O. Box. 180-10017 – San José, Costa Rica



Quienes Somos: La Fundación REImagine es una organización (sin fines de lucro – no confesional – apolítica y autónoma), dedicada a promover los principios de desarrollo regenerativo y los valores del turismo regenerativo, fomentando su adopción como marco y modelo de gestión para rediseñar las empresas, economías y comunidades para apoyar la vida y convertirse en ciudadanos globales responsables que trabajan por nuestro futuro común.

Fundada por un grupo de reconocidos profesionales, internacionalmente, y líderes en sus propias áreas de especialización provenientes de una amplia variedad de orígenes, comprometidos con compartir sus habilidades y experiencias para aumentar la influencia y el impacto del desarrollo regenerativo.

Nuestro equipo de trabajo y afiliados están conformado por un extraordinario grupo de jóvenes profesionales dispuestos a inspirar a otros en la promoción e implementación de los principios de desarrollo regenerativo y los valores del turismo regenerativo.

- **Misión:** Fomentar la adopción de los preceptos del desarrollo regenerativo como modelo de gestión en comunidades, instituciones estatales, organizaciones gremiales, micro, pequeñas y medianas empresas, para generar prosperidad siendo miembros responsables de la comunidad de la vida.
- **Visión:** Ser una organización catalizadora de agentes de cambio comprometidos con materializar los preceptos del desarrollo regenerativo para enfrentar la complejidad de los retos de la humanidad y propulsar progreso para el planeta y su gente.
- **Valores:** Regenerar – Evolucionar – Inspirar

Tel. +506-2520-1723 - +506-8841-4552 - msocatelli@intermarksa.com - www.fundacionreimagine.org - P.O. Box. 180-10017 – San José, Costa Rica