

EXPERIENCIAS INTERNACIONALES EN POLÍTICAS DE TURISMO SUSTENTABLE

1 junio 2015



- 1 Por qué una Política de Turismo**
- 2 Elementos de una Política de Turismo Sustentable**
- 3 Destinos de turismo sustentable**
- 4 La Política Regional de Turismo e Imagen
Región de Los Lagos**



Por qué una Política de Turismo

1. ¿Por Qué una Política de Turismo?

¿Qué es?

El turismo contribuye a*:

- La generación de empleo y el desarrollo regional
- El desarrollo sostenible
- La mejora del patrimonio natural y cultural
- La configuración de la identidad
- La promoción de la imagen del territorio en el mundo

La formulación de la Política Regional de Turismo consolida esos aspectos ordenando los objetivos y priorizando los recursos.

1. ¿Por Qué una Política de Turismo?

¿Qué es?

La OCDE establece una serie de **prioridades en las políticas de turismo**

1. Las políticas del turismo **deben contener las especificidades del territorio con una visión en el largo plazo**. Son políticas dinámicas y que se ajustan a los cambios en las tendencias de los mercados turísticos y a la evolución demográfica.
2. **Reforma de la gobernanza** del sector turístico para afrontar los retos de un sector transversal a otros sectores.
3. Integración del turismo en planes económicos nacionales dada su **capacidad para crear empleos y promover el desarrollo regional**.
4. Las políticas deben **centrarse** más en los mercados de origen, y en **las nuevas tecnologías y las redes sociales**.

LA NECESIDAD DE UNA POLITICA INTEGRADA PARA EL CONJUNTO DE:

- LOS TERRITORIOS**
- LOS INSTRUMENTOS**
- LOS ACTORES**



A word cloud of Spanish cities. The word 'Barcelona' is the largest and most prominent, written in a large, bold, red serif font. Below it, 'Madrid' is also large and prominent, in a dark red serif font. Other cities are smaller and arranged around them, including 'S. Compostela', 'Mallorca', 'Canarias', 'S. Nevada', 'Baleares', 'Granada', 'Tenerife', 'Sevilla', 'Borja', 'Pamplona', 'Murcia', 'Valencia', 'Málaga', 'Cádiz', 'Almería', and 'Barcelona'.

S. Compostela
Tenerife
Granada
Mallorca
Madrid
Canarias
Baleares
S. Nevada
Murcia
Cádiz
Almería

MARCAS TURÍSTICAS MÁS MENCIONADAS POR LOS ENCUESTADOS DE MANERA ESPONTÁNEA
AL HABLAR DE ESPAÑA

GOVERN
de les ILLES
BALEARS

MADRID
about you



Asturias
paraíso natural



(Galicia)



Reyno de
Navarra
Tierra de Diversidad



Fixeche.com

EUSKADI
con mucho gusto

Andalucía

Canarias



Castilla-La Mancha
Descubre y siente







CALIDAD TURISTICA



Watch sea creatures walking on land



It's a place that will forever keep
you under its spell



Your journey through Middle-earth begins here



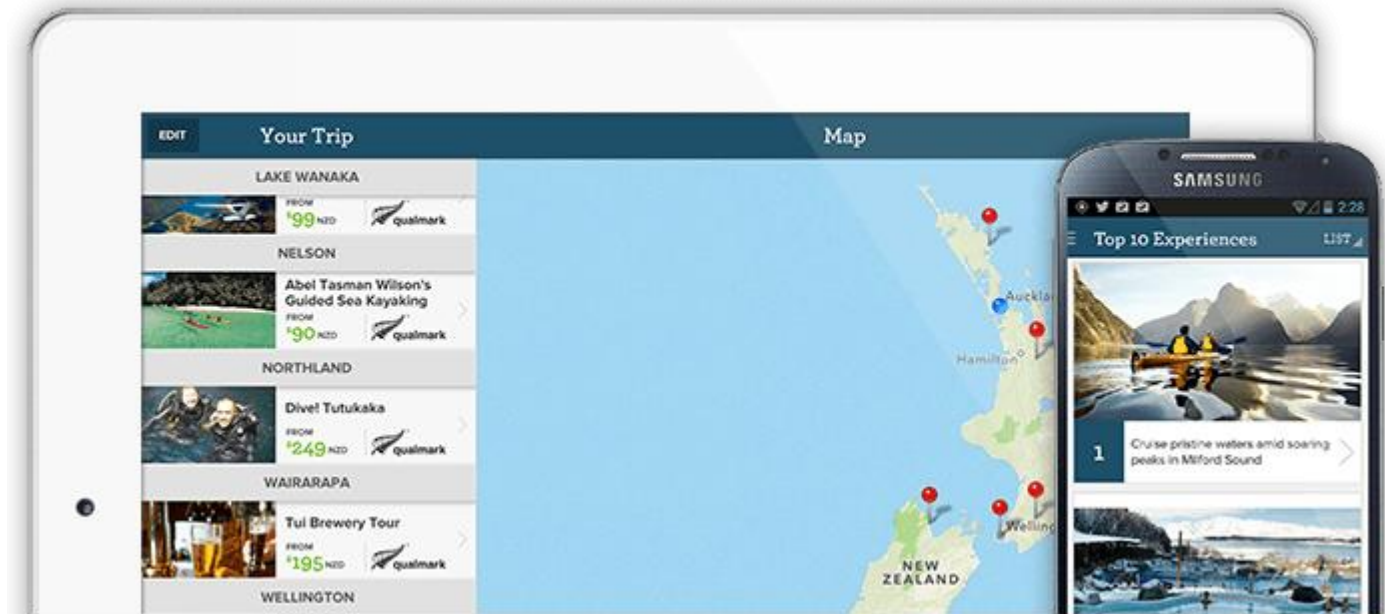
Nueva Zelanda Esencial



Una selección de las experiencias recomendadas para completar sus vacaciones Nueva Zelanda

1. Experimentar comida y vinos de calidad mundial en Auckland y Wellington
2. Explorar valles glaciares y lagos alpinos en la Costa Oeste
3. Descubrir paisajes volcánicos y geotérmicos en Rotorua y Ruapehu
4. Aventurarse a través de valles alpinos vírgenes en uno de los grandes senderos de Nueva Zelanda
5. Descubrir el sentido de la aventura con puenting o paracaidismo
6. Encontrar ballenas, delfines, aves raras y fauna única

Discover more **Essentials** in our free travel app for iPhone, iPad & Android devices



BRITISH COLUMBIA PUBLICIDAD



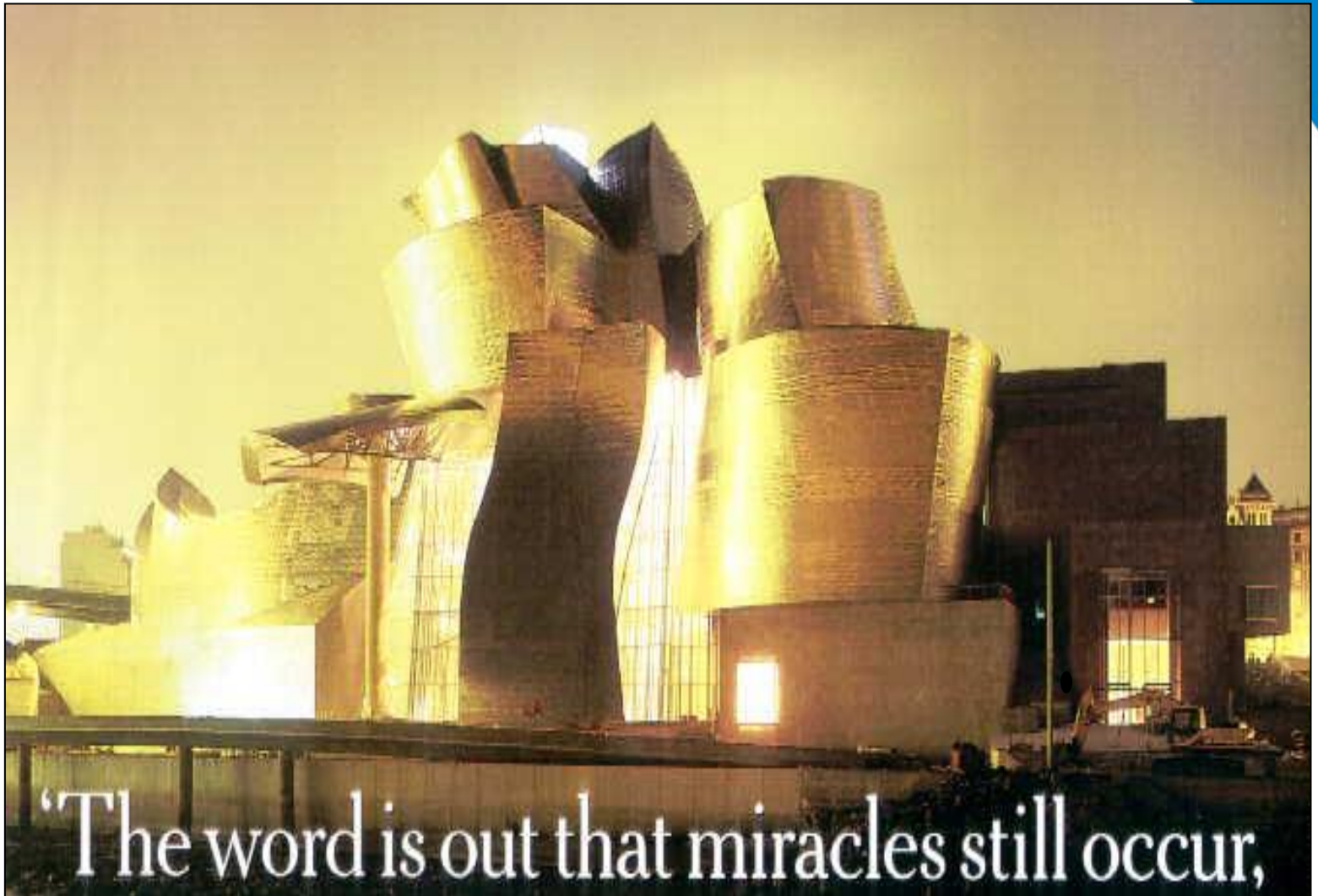
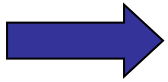
BRITISH COLUMBIA PUBLICIDAD



EL CASO DE BILBAO



EL CASO DE BILBAO



- Hoy Bilbao es una ciudad cambiada. Todo un conjunto de nuevos proyectos emblemáticos que inició un proceso de renovación único.

- Sistema Metro (ahora 3 líneas) por Norman Foster
- Nueva terminal del aeropuerto de Santiago Calatrava
- Ampliación del Puerto de Bilbao
- Plan Director de Abastecimiento de Agua y Purificación
- Ampliación del Museo de Bellas Artes
- Recuperación urbana generalizada
- Paso de la industria a los servicios

ABANDOIBARRA







LA VISION



BILBAO LA VIEJA



BILBAO LA VIEJA



2

Elementos de una Política de Turismo Sustentable

El turismo es una actividad en constante crecimiento. Se prevé para 2030 un flujo de 1.800 millones de viajeros (= + del 12% del PIB mundial).

Si bien el turismo es una fuente de empleo y generación de recursos, es también una actividad con un importante impacto en los territorios receptores tanto a nivel económico, como social, cultural y ambiental.

Estos impactos pueden poner en riesgo la continuidad de la propia actividad turística.

Turismo Sostenible surge de la necesidad de:

- paliar estos efectos negativos del turismo sobre el territorio
- generar un nuevo producto con creciente demanda

Definición de Turismo Sostenible - OMT

Turismo que tiene totalmente en cuenta los impactos económicos, sociales y medioambientales, actuales y futuros, satisfaciendo las necesidades de los visitantes, la industria, el medioambiente y las comunidades receptoras.

2. Elementos de una Política de Turismo Sustentable

El Turismo Sustentable

Para que se considere sostenible el turismo debe:

1

Hacer un uso óptimo de los recursos medioambientales que constituyen un elemento clave en el desarrollo turístico, manteniendo los procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar la herencia natural y la biodiversidad.

2

Respetar la autenticidad socio-cultural de las comunidades receptoras, conservar su herencia cultural de vida y construcción y valores tradicionales y contribuir a la tolerancia y el entendimiento inter-cultural.

3

Asegurar operaciones viables a largo plazo, proporcionando beneficios socioeconómicos a todos los participantes distribuidos de manera justa, incluyendo empleo estable y oportunidades de ingresos y servicios sociales para las comunidades receptoras y contribuyendo al alivio de la pobreza.

Organización Mundial del Turismo <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>

2. Elementos de una Política de Turismo Sustentable

El Turismo Sustentable

- La **estacionalidad y el tipo de turismo** son dos de los principales retos que debe afrontar el turismo para ser sostenible.
- El **turismo sostenible busca proteger** el medioambiente y la diversidad cultural, a la vez que se desarrolla la actividad turística.
- El turismo sostenible **implica a todos los agentes** públicos y privados establecidos en el territorio, incluyendo al propio turista




Organización Mundial del Turismo

“El turismo sustentable debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas acordes con ese principio”.

2. Elementos de una Política de Turismo Sustentable

El Turismo Sustentable

 El turismo sostenible se dirige a*:

-  Mejorar la calidad de vida de la comunidad entendiendo el beneficio que la preservación del medio ambiente tiene en relación al turismo
-  Proteger el medio ambiente como base de los recursos naturales y culturales de un territorio. Además, esta protección ambiental garantiza la actividad turística a largo plazo.
-  Mantener un producto turístico competitivo que no afecte al medio natural y cultural del destino.

El Turismo Sustentable



Conflictos del turismo con el medioambiente, la cultura y la comunidad*



Consumo excesivo de energía, especialmente a través del transporte



Mayor consumo de agua y recursos naturales



Incremento en la producción de residuos y gestión no adecuada



Incremento en el uso del suelo



Desplazamiento de la población local








Abandono de tradiciones y cultura propia

2. Elementos de una Política de Turismo Sustentable

El Turismo Sustentable

Actuaciones para desarrollar un turismo sostenible*

-  Definición de una Política Turística de carácter sostenible que incluya proyectos demostrativos y desarrollo de programas
-  Desarrollar instrumentos y medidas orientadas a incrementar el uso de energías renovables, fomentando el reciclaje y la minimización de residuos derivadas de las actividades turísticas.
-  Priorizar zonas vulnerables y zonas degradadas por modelos turísticos de alto impacto, a través de cooperación técnica y financiamiento
-  Diversificación de los productos turísticos y desarrollo de formas alternativas de turismo. Para ello es necesario fortalecer la cooperación regional entre los diferentes actores implicados públicos y privados
-  Impulsar la creación de redes de investigación, difusión, información y transferencia de conocimientos en materia de turismo y tecnologías turísticas como las tecnologías verdes.

3

Destinos de turismo sustentable

3. Destinos de turismo sustentable

Argentina - Bariloche

▶ Argentina – Bariloche



A nivel de país, **Argentina es el principal competidor de Chile**. En el ranking de los principales países de América en llegadas de turistas de la OMT, Argentina se sitúa en el puesto 5º con un total de 5.571 millones de visitantes (3,3% del total del continente y el 20% de Sudamérica)

Buenos Aires es el principal destino con algo más del 50% de los turistas del país. La ciudad acoge sobre todo, un **turismo urbano y cultural** basado en sus atractivos históricos y patrimoniales.

Productos Turísticos

- Turismo cultural
- Turismo deportivo
- Turismo activo
- Turismo de intereses especiales
- Turismo de salud

Fuente: Ministerio de Turismo .

El país destaca por su **turismo de naturaleza** con lugares como las Cataratas de Iguazú patrimonio de la Humanidad; parques y espacios naturales incluidos en la lista de Patrimonio Natural Mundial de la UNESCO (Ischigualasto y Talampaya, el parque nacional de los Glaciares, la península)

3. Destinos de turismo sustentable

Argentina - Bariloche

Argentina – Bariloche



San Carlos de Bariloche es el destino más visitado de la Patagonia con unos 100.000 turistas extranjeros anuales principalmente chilenos y brasileños. Es un turismo de naturaleza (senderismo por los bosques y montes de los alrededores), deporte (esquí, golf, pesca) gastronomía, Bariloche es conocida como la ciudad del chocolate y con una serie de productos locales como los ahumados, los frutos rojos o la rosa mosqueta utilizada en la cocina patagónica.

Bariloche ha conseguido **romper la estacionalidad**. Del total de turistas que ingresan en Bariloche anualmente, el 22% lo hace durante los meses de enero y febrero (verano), mientras que el 25% llega en los meses de julio y agosto.

Esto se debe a la amplia oferta de actividades y productos turísticos con los que cuenta Bariloche. La oferta de Bariloche se concentra principalmente alrededor de actividades al aire libre:

TURISMO	ACTIVIDADES
Nieve	Aventura
Golf	Excursiones lacustres
Gastronomía	Refugios de montaña
Alta gama	Fiesta de la nieve
Escapadas	Excursiones terrestres
Pesca	Paseos
Reuniones	Museos
Joven	Fiesta del Chocolate

3. Destinos de turismo sustentable

Argentina - Bariloche

▶ Argentina – Bariloche



Creciente importancia del turismo en la base productiva de Argentina ha llevado al Gobierno a crear un **Ministerio de Turismo**, dando el máximo rango administrativo al sector.

El turismo se equipara en la República Argentina con una actividad industrial por lo que goza de los mismos beneficios en los ámbitos de fiscalización, créditos, impuestos, etc., que se otorguen a nivel nacional

Principales elementos del sector:

- Colaboración público-privada: INPROTUR (Instituto Nacional de Promoción Turística)
- Introducción de elementos innovadores en los productos turísticos
- Personas cualificadas: Plan Federal de Capacitación

3. Destinos de turismo sustentable

Argentina - Bariloche

► Argentina – Bariloche



INPROTUR: entidad encargada de la difusión de la marca argentina en el exterior

5 Ejes de Comunicación:
Argentina

Activa
Auténtica
Natural
Reuniones
Gourmet

En el caso de Bariloche existe un ente mixto de Promoción Turística que reúne al municipio con los privados del sector. El **EMPROTUR** tiene como principal función la **promoción de Bariloche en todos los lugares donde un potencial turista busca información**

Actuaciones EMPROTUR

- Presentación a eventos internacionales
- Establecer estrategias de promoción
- Prepara acciones adelantándose a las siguientes temporadas
- Puesta en marcha de una campaña masiva a través de redes sociales con la página de Bariloche ¡Quiero estar ahí!
- Organización de capacitaciones especiales para agentes y operadores
- Recibe FAM tours y FAM press.

El resultado es una creciente demanda de información del destino.

3. Destinos de turismo sustentable




British Columbia - Vancouver



► British Columbia – Vancouver

Es uno de los principales destinos en América del Norte, que cuenta no sólo con un turismo urbano sino especialmente con turismo de naturaleza y deportivo en el que destacan los parques y espacios naturales alrededor de la ciudad donde se pueden practicar actividades como senderismo, ciclismo, o esquí durante los meses de invierno.

La **Estrategia de Turismo** de British Columbia **se focaliza** en aquellos mercados que le proporcionan mayores beneficios. En 2013 el turismo contribuyó a:

-  Generar un total de 14 mil millones de dólares, lo que supuso un crecimiento del 3,6% con respecto al año anterior
-  Dar empleo a 132.200 personas, la mayoría de las cuales trabajó en PYMES.
-  Generar un valor añadido de 7,3 mil millones de dólares en la economía de British Columbia en 2013, un 2,1% más que en 2012 y creció por encima del sector forestal y primario (agricultura y pesca) .

3. Destinos de turismo sustentable

British Columbia - Vancouver



British Columbia – Vancouver

British Columbia Gouvernement

La ventaja competitiva de British Columbia es ofrecer una diversidad de experiencias en un marco de imponente belleza natural”



Modelo muy colaborativo en el que participan todos los actores involucrados

LIDERAZGO A TRAVÉS DE LA COOPERACIÓN Y LA COORDINACIÓN

La colaboración en la comercialización a nivel federal, provincial, regional y de comunidad es necesaria para que el turismo consiga un completo crecimiento económico y tenga potencial para la creación de empleo. Maximizar el impacto requiere que todos los esfuerzos están coordinados e integrados.

El Gobierno provincial, juega además un papel fundamental representando al conjunto de comunidades, experiencias y empresas en aquellos mercados en los que no tienen recursos individuales para sostener su presencia.

Un partenariado multifacético para el marketing turístico que incluya organizaciones a nivel provincial, regional y local, con funciones claras y medibles, es la manera de asegurar la máxima eficiencia de la estrategia.

Productos Turísticos

- Tours vacacionales
- Experiencias en la ciudad
- Esquí/snowboard
- Turismo indígena
- Turismo de convenciones y eventos
- Turismo de aventura
- Eco-turismo

Fuente: British Columbia Tourism Strategy 2012-2016.

3. Destinos de turismo sustentable

British Columbia - Vancouver



British Columbia – Vancouver

El Gobierno de British Columbia considera el **marketing estratégico** una **herramienta esencial para atraer nuevos turistas** a la provincia de cara a asegurar la sostenibilidad del sector en el largo plazo

Estrategia de turismo refuerza el ámbito de la comercialización a través de las siguientes medidas:

1. Construcción de la **marca “British Columbia Super Natural”** como motivador de viaje.
2. Despliegue, por mercado de destino, de una **combinación de relaciones con los medios**, redes sociales, agencias de viajes, y, en su caso, comercialización directa con el consumidor.
3. **Renovar y actualizar** la red HelloBC.com y lanzar nuevos sitios y aplicaciones móviles.
4. **Promover el turismo en las zonas rurales** de BC a través de herramientas como los programas online.
5. **Trabajar con regiones, comunidades, ciudades y productos del sector** en marketing para los destinos más cercanos (población de BC, la provincia de Alberta en Canadá y el Estado de Washington)

3. Destinos de turismo sustentable

Nueva Zelanda

▶ Nueva Zelanda



Es un país conformado por varias islas (norte, sur y un conjunto de islas más pequeñas) con grandes contrastes y diversidad en la que se pueden encontrar volcanes activos, cuevas, lagos, glaciares, fiordos.

El turismo es también una fuente importante de ingresos y cuenta con dos ciudades entre las 100 principales ciudades receptoras de turismo a nivel mundial: Auckland y Christchurch. En 2014 llegaron al país casi tres millones de turistas (5,4% más que en 2013).

La industria turística neozelandesa emplea, de manera directa, al 4,7% de la mano de obra del país, convirtiéndola en la **segunda industria exportadora** y con un importante potencial de desarrollo de la economía local.

3. Destinos de turismo sustentable

Nueva Zelanda



► Nueva Zelanda

Nueva Zelanda ha experimentado un importante crecimiento turístico en los últimos años. El número de llegadas internacionales a Nueva Zelanda se ha incrementado en un 2,2% anual. Este incremento se debe, en parte, a la **marca 100% Pure New Zealand** que ha **posicionado al país como un destino en los mercados clave**.



Para los turistas ***esta marca simboliza la “historia de cómo el paisaje, las personas y las actividades se combinan para dar al visitante una experiencia única***

3. Destinos de turismo sustentable

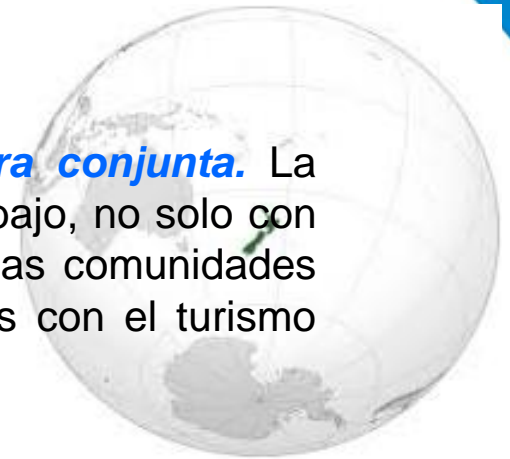
El turismo es

Nueva Zelanda



► Nueva Zelanda

Ser un **destino sustentable debe conseguirse de manera conjunta**. La Estrategia de Turismo 2015 de Nueva Zelanda enfatiza el trabajo, no solo con las entidades relacionadas con el turismo sino también con las comunidades locales y con todos los sectores económicos interconectados con el turismo (transporte, energías renovables, TIC, etc.)



Nueva Zelanda se orienta hacia un **turismo** muy **ligado a la conservación de la naturaleza y la cultura** de las islas, **buscando que el turista viva experiencias únicas, pero también protegiendo sus recursos.**

Productos Turísticos

- Turismo de aventura
- Turismo cultural (arte, cultura, cultura maorí)
- Turismo deportivo (ciclismo, esquí, golf)
- Turismo de eventos y convenciones
- Turismo de naturaleza y vida silvestre
- Turismo gastronómico y enológico

Fuente: www.newzealand.com

Nueva Zelanda



► Nueva Zelanda

A pesar del buen posicionamiento internacional de Nueva Zelanda como destino turístico y del crecimiento en el número de visitantes, el sector está desarrollando instrumentos para **la mejora de su posición competitiva**



- Los **recursos naturales** y los lugares considerados patrimonio natural de la humanidad
- La **regulación y normativa turística**
- Medioambiente natural pristino
- **Entorno seguro**
- **Infraestructura** de transporte aéreo
- **Recursos Humanos altamente cualificados**
- **Sectores conexos** que facilitan el desarrollo del turismo sostenible: TIC, eficiencia energética, bioseguridad, transporte, agua y residuos

3. Destinos de turismo sustentable

Conclusiones

Factores para el crecimiento del turismo

Vivir la Experiencia, vivir la identidad local

Nuevos Segmentos de Mercado y el Turismo de Naturaleza

1 *Competitividad y promoción*

2 *Una estrategia*

3 *Gobernanza*

La tendencia en turismo de *vivir la experiencia* pasa por un contacto con **la cultural local** que es la que marca la diferencia

Nuevos segmentos como el turismo deportivo, de aventura, gastronómico, etc., preferiblemente en contacto con la naturaleza.

Conclusiones

QUÉ TIENEN EN COMÚN

ARGENTINA - BARILOCHE
BC- VANCOUVER
NEW ZEALAND

- 1 Importante **coordinación institucional** y un **trabajo público-privado** que ha posibilitado crecimiento del sector y su posicionamiento.
- 2 **Oferta variada e innovadora** que además, han conseguido incrementar el gasto por turista.
- 3 La **promoción importancia de la marca** y portales online que ofrecen una amplia información sobre el destino
- 4 **Puesta en valor de la identidad local** y la recuperación de la cultura indígena
- 5 **Preservación del recurso natural**: naturaleza y el medioambiente son los principales recursos para la atracción de turismo en los tres destinos competidores analizados.

4

La Política Regional de Turismo e Imagen Región de Los Lagos

¿Qué es?

Objetivo general

“impulsar un diálogo regional e institucional con el propósito de formular una Política Regional de Turismo e Imagen Región que oriente la inversión y los diversos esfuerzos públicos y privados en torno al desarrollo turístico de la región de Los Lagos”

Este objetivo tiene en cuenta:

- La importancia del turismo como **constructor de la imagen de marca de la región** a nivel nacional e internacional.
- La promoción del turismo como vía para promover el **equilibrio territorial**.
- La orientación del turismo a **preservar los valores y el patrimonio** arqueológico, histórico y cultural como medio para salvaguardar la riqueza regional
- La preservación del **medio ambiente y la biodiversidad** de Los Lagos como **elemento diferenciador** respecto a otros destinos turísticos.

¿Qué es?

La Política Regional de Turismo e Imagen Región e Imagen Región de Los Lagos, inicia un proceso de participación y consenso para **posicionar a la región como referente turístico a nivel internacional** y contar con criterios para la asignación de la inversión pública en turismo en la región. .

La Política está siendo liderada por el Gobierno Regional de Los Lagos.

Pero en su elaboración han participado y están participando el conjunto de las instituciones nacionales, regionales y locales, así como los distintos actores privados y universitarios relacionados de una forma u otra con la actividad turística

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

CONTRASTAR Y TRABAJAR CONJUNTAMENTE

El Posicionamiento Nacional e Internacional de la Región en Turismo:

¿Qué vende la Región en Turismo?

La Coherencia de la Política Regional de Turismo

¿Qué Visión queremos?

La Operativa de la Política Regional de Turismo

¿Cómo lo vamos a instrumentar?

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

Caracterización del Turismo en la Región de Los Lagos

Región productora de alimentos Y turismo sustentable

En la **Estrategia Regional de Desarrollo**, el turismo es uno de los sectores clave y en donde se potencia un turismo sostenible a través del **desarrollo local pertinente con identidad regional, respetando su forma de vida y sus expresiones culturales; incorporando los criterios de gestión sustentable y cuidado del medio ambiente**

Sistema de Áreas Silvestres Protegidas

- 6 Parques Nacionales (4 son Reserva de la Biósfera)
- 3 Reservas Nacionales (2 son Reserva de la Biósfera)
- 2 Monumentos Naturales Lahuen Ñadi
Islotes Puñihuil

Región de Los Lagos	% respecto al total del País
Superficie	6,7%
Población	4,7%
Bosque Nativo	20%
PIB	2,5%

Fuente: <http://www.intendencialoslagos.gov.cl/geografia.html>, INE, Banco Central, extraído de Observatorio Regional de Los Lagos. SUBDERE

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

Caracterización del Turismo en la Región de Los Lagos

En el **ámbito ambiental** la región de Los Lagos cuenta con una amplia biodiversidad y con recursos naturales como los volcanes, los lagos, los ríos, los glaciares, los canales y fiordos, que marcan la diferencia con respecto a otros destinos.

Sistema de Áreas Silvestres Protegidas

- 6** Parques Nacionales (4 son Reserva de la Biósfera)
- 3** Reservas Nacionales (2 son Reserva de la Biósfera)
- 2** Monumentos Naturales
 - Lahuen Ñadi
 - Islotes Puñihuil

Región de Los Lagos	% respecto al total del País
Superficie	6,7%
Población	4,7%
Bosque Nativo	20%
PIB	2,5%

Fuente: <http://www.intendencialoslagos.gov.cl/geografia.html>, INE, Banco Central, extraído de Observatorio Regional de Los Lagos. SUBDERE

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

Caracterización del Turismo en la Región de Los Lagos

En el **ámbito cultural y patrimonial** la región tiene atractivos relevantes para consolidar un turismo sustentable

- Iglesias de Chiloé Patrimonio de la Humanidad
- Fortalezas españolas
- Fiestas costumbristas
- Monte Verde y Pilauco
- Ruta Vuriloche
- Monumentos históricos (zona típica de Puerto Octay, Parque Pumalín, Chacao, conchales arqueológicos, cementerio indígena, etc.)
- Arquitectura germano-chilota
- Bosque fósil de punta peluco

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

Caracterización del Turismo en la Región de Los Lagos

El principal atractivo de la región es su naturaleza y su paisaje. La gran diversidad es lo que marca la diferencia de la Región de Los Lagos con respecto a otros destinos.

SIN EMBARGO con la naturaleza no es suficiente

Para poner en valor este patrimonio ambiental, cultural y patrimonial,

Es necesario preservar el recurso y dar respuesta a los problemas identificados

4. La PRT e Imagen de Los Lagos

Caracterización del Turismo en la Región de Los Lagos



Es necesario actuar y avanzar... ya!!!

" No preguntemos si estamos plenamente de acuerdo, sino tan sólo si
marchamos por el mismo camino. "

Johann Wolfgang Goethe (1749-1832)

Poeta y dramaturgo alemán.

