CONCEPTOS, MÉTODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA PROMOCIÓN TURÍSTICA RURAL Y LOCAL

CUANDO CREEMOS, CREAMOS



Servicio Nacional de Aprendizaje
SENA
Dirección General
Bogotá D.C., Colombia

Director General SENA
Carlos Mario Estrada Molina
Director de Empleo y Trabajo
Hernán Darío Fuentes Saldarriaga
Coordinador Nacional de Emprendimiento
Carlos Arturo Gamba Castillo

AUTORES

Piedad Constanza Gomez Duran
Instructor CEDRUM – SENA-CUCUTA - NORTE DE SANTANDER

German Arias Gonzalez
Instructor CEGAFE - SENA-TUNJA BOYACÁ

Diseño y diagramación
Sebastián Parra Serrato

© Servicio Nacional de Aprendizaje SENA.

Hecho depósito que exige la ley.
Esta publicación surge como un producto de aprendizaje de la Estrategia Comunidades de Aprendizaje, desarrollada por la Coordinación Nacional de Emprendimiento y promovido por la Dirección de Empleo y Trabajo. El resultado de esta obra no compromete a la institución.

Bogotá, Colombia. 2022.
Primera edición.

ÍNDICE

1. Introducción 3
2. Resultado esperado 4
3. Desarrollo temático 4
4. Fundamentación 5
5. Bienvenida 5
6. Generalidades del diseño de productos turísticos 6
7. Reconociendo mis aprendizajes previos 8
8. Conceptos claves 10
9. Capítulo 1. Diseño de programas turísticos 12
    - 9.1. Elementos para el diseño de programas turísticos 12
    - 9.2. Caracterización de los productos y servicios de una región 15
    - 9.3. Elaboración de programas e itinerarios turísticos 17
    - 9.4. Test de conocimientos del capítulo 19
10. Capítulo 2. Costos y gastos de producción del programa turístico 20
    - 10.1. Clasificación de los costos, gastos e ingresos 21
    - 10.2 Cómo determinar el precio del paquete turístico 24
    - 10.3 Test de conocimientos del capítulo 25
11. Capítulo 3. Elementos de Marketing mix 28
    - 11.1 Elementos Marketing Mix 29
    - 11.2 Pasos para realizar un Marketing Mix 30
    - 11.3 Estrategias de Marketing Mix 31
    - 11.4 Test de conocimiento del capitulo 32

ÍNDICE

12. Capítulo 4. Procesos de negociación con clientes y proveedores 35

12.1. Ventajas de segmentar el mercado 36

12.2 Segmentación de la población 37

12.3 Promoción y comercialización turística 38

12.4 Test de conocimiento del capitulo 39

13. Capítulo 5. Elementos claves para la formulación de proyectos comunitarios 41

13.1. Conceptos claves 42

13.2. Generalidades 43

13.3 Etapas de un proyecto comunitario 46

13.4 Requisitos para un proyecto comunitario 47

13.5 Test de conocimiento del capitulo 61

14. Bibliografía 71

(enlaces, referencias y demás elementos bibliográficos de apoyo)

15. . Anexos 79

1. INTRODUCCIÓN

Colombia es potencia mundial en el área de turismo, pero debe capacitar el recurso humano y potencializar la infraestructura, para ofrecer una experiencia memorable
Ser emprendedor promotor de programas turísticos rurales locales, contribuye al Desarrollo económico social y ambiental de su entorno y del país.

Son varias las razones por las cuales la demanda ha cambiado, cada vez es mas fuerte el turismo que tenga contacto con la comunidad, el turista busca nuevas experiencias en el área de gastronomía, alojamiento, artesanías y actividades a realizar en sitios rurales, hay una gran motivación de regresar al inicio de todo, el campo.

2. Resultado esperado

- Transferir bases prácticas a los emprendedores y empresarios, para que logren definir estrategias de digitalización, promoción y comercialización de sus productos y servicios, aportando al desarrollo de la comunidad y el cuidado del medio ambiente.
- Identificar la importancia de la contabilidad de costos y aplicarla en cuidado del media ambiente, e ingresos para mejorar la calidad de vida de la comunidad
- Conocer las diferentes actividades turísticas recreativas, y determinar los precios de los productos ofrecidos.
- Aprovechar los conocimientos de la formación para la implementación de turismo donde la comunidad sea la gran beneficiada de los ingresos que se generan, cuidando la identidad cultural y el cuidado del medio ambiente de la región.

3. Desarrollo temático

- ✔ Diseño de programas turísticos
- ✔ Costos y gastos de producción del programa turístico
- ✔ Elementos de marketing mix
- ✔ Procesos de negociación con clientes y proveedores
- ✔ Generalidades para la formulación de proyectos comunitarios



4. Fundamentación

Esta cartilla nos enseña un turismo rural local, manejado eficientemente, que nos permita la toma de buenas decisiones y de los promotores emprendedores responsables, directa e indirectamente de sus actividades disminuyendo al mínimo, el impacto negativo social y ambiental, para el buen uso de los recursos y como propuesta de mejora de la sostenibilidad y sustentabilidad ambiental, económica y social de cada región, donde se desarrolle el programa de acuerdo a sus características locales

5. Bienvenida

Bienvenido, la presente cartilla combina los diferentes aspectos técnicos para diseñar programas turísticos y recreativos, donde se combinaran diferentes aspectos que le permitirá obtener un aprendizaje diseñado para el análisis y reflexión sobre la toma de decisiones de un emprendedor comprometido con el desarrollo de las regiones, aportando a las comunidades la cooperación entre los diferentes campos para generar resultados positivos para la economía de la región.

Esta actividad, servirá para abrir nuevos horizontes y favorecer al crecimiento del espíritu emprendedor d los participantes y la cooperación en la comunidad para el progreso de la región.

6. Generalidades

La cartilla del programa emprendedor promotor de programas turísticos rurales locales pretende brindar al sector del Turismo, la posibilidad de incorporar personal con altas calidades laborales y profesionales que contribuyan al desarrollo económico, social y ambiental de su entorno y del país, así mismo ofrece a los aprendices la formación profesional integral para el desarrollo de las competencias técnicas, axiológicas y empresariales.

El país cuenta con potencial en Turismo y su fortalecimiento y crecimiento socio-económico tanto a nivel regional como nacional, dependen en gran medida de un recurso humano cualificado y calificado, capaz de responder integralmente a la dinámica del sector.

SABIAS QUE...

El **turismo rural** es una fuente de relaciones con una identidad local con grupos externos, representados en este caso por los turistas, por lo que los proyectos de desarrollo en este tipo de turísmo, deben partir de la base del respeto por lo que se tiene y se hace en un territorio, destacando la identidad local

El **promotor** turístico es quien promueve los servicios y productos turísticos a las personas que los desean adquirir.

Del mismo modo tiene la función de informar y asesorar al **turista** sobre las actividades a realizar en el destino a visitar.



Vista del Centro Ecoturístico y Arqueológico ‘El Carlos’. Crédito: COOTUCAR

7. Reconociendo mis aprendizajes previos

Apropiar conceptos para la creación de productos turísticos y recreativos, para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores en un contexto local.

Apreciado aprendiz,

En una hoja de tareas responda de manera clara las siguientes preguntas, las cuales no deben ser consultadas, deben ser respondidas de acuerdo a sus conocimientos adquiridos en formaciones anteriores o su práctica. (Tiempo 20 Minutos)

objetivo: El presente autodiagnóstico permite descubrir aspectos conceptuales, actitudinales y aptitudinales de los alumnos y de esta manera poder tener una aproximación pertinente sobre la intervención docente.

Preguntas para resolver:

1. ¿Qué significa ser una persona competente?
2. ¿Qué es turismo rural?
3. ¿Por qué es importante un promotor turístico para un municipio?
4. ¿Qué es un análisis DOFA?
5. ¿Qué elementos se deben tener en cuenta para el diseño de un programa turístico?
6. ¿cuales son los elementos del marketing mix de un programa turístico?
7. ¿Cuáles son los costos básicos de un programa turístico?
8. Enuncie 2 técnicas de venta de productos o servicios turísticos?
9. Enuncie 2 elementos se deben tener en cuenta para la formulación de proyectos de turismo comunitario
10. ¿Para qué considera que le puede servir la formación de emprendedor promotor de programas turísticos en su vida personal y profesional?

Realice un análisis DOFA de tu municipio como destino turístico y elabore una conclusión general

Debilidades

Oportunidades

Fortalezas

Amenazas

Explore en sitios web y desarrolle las siguientes preguntas

Cuando busca definiciones de emprendedor en promoción turística local, ¿Qué respuestas encuentra y cómo lo puede definir según su análisis?

Cuando busca definiciones de diseño de paquetes turísticos en youtube ¿Que respuestas encuentra y como lo puede definir según su análisis?

¿Qué buscadores web recomendaría usted para consultas de temas de turismo rural?

¿Cuáles redes sociales considera usted que son más efectivas para la promoción de programas turísticos?

Hoja de tareas



8. Conceptos Claves

Apropiar conceptos técnicos para la elaboración de productos turísticos y recreativos, fortaleciendo la idea de negocio de nuestros promotores y emprendedores para el desarrollo local en comunidad.

8. Conceptos Claves

Actividad turística
Actos o acciones que realizan las personas físicas o jurídicas con un fin relativo al turismo.

Atractivo Turístico
Bienes tangibles o intangibles que posee un destino, y que constituyen la principal atracción del turista.

Análisis de la competencia
Proceso de determinación de la posición competitiva de un destino frente a su competencia inmediata. Suele consistir en definir las atracciones centrales del destino y medir su funcionamiento en lo que respecta a la oferta efectiva del producto y a la percepción del público frente a cada una de esas atracciones centrales en el contexto de la competencia.

Capacidad de carga turística
Número máximo de visitantes que puede soportar un destino turístico, por encima del cual su explotación es insostenible.

Destino Turístico
área geográfica donde se localiza el atractivo turístico.

Itinerario
Descripción de una ruta que indica los lugares por donde se va a realizar el recorrido

Paquete Turístico
Conjunto se servicios turísticos y complementarios, que se ofrecen al turista.

Producto Turístico
Combinación de unos atractivos con unas facilidades, entendidas estas como aeropuertos, vías, servicios públicos, hoteles, guías, etc., ubicados en un destino turístico, donde predomina un tipo de oferta y su correspondiente tipo de cliente.

Servicios turísticos
Acciones y actividades que ejecutadas coordinadamente, por la industria turística, permiten satisfacer al turista, hacer uso óptimo de las facilidades, y darles un valor económico a los atractivos y recursos turísticos. El servicio turístico incluye su producción, distribución, comercialización, venta y prestación.

Sistema de información turística
En turismo, conjunto estructurado, dinámico y accesible de contenidos de interés turístico que se crea con el fin de satisfacer las necesidades de información turística de un destino.

Sostenibilidad
Característica de un proceso que puede mantenerse a futuro, fundamentándose en el equilibrio dinámico, entre aspectos sociales, económicos y ambientales.

Turismo Sostenible
Toma en cuenta las necesidades de los turismos actuales y las comunidades receptoras, mientras protege y promueve oportunidades para el futuro. Su propósito es liderar el manejo de todos los recursos, de tal manera que las necesidades económicas y sociales se puedan cumplir, mientras se mantiene la identidad cultural, la protección de los procesos ecológicos, la diversidad biológica y soporta los niveles de vida



La Experiencia no es lo que te sucede, sino lo que haces con lo que te sucede.” Aldous Huxley

9. CAPÍTULO 1. CONSIDERACIONES BÁSICAS PARA EL DISEÑO DE PROGRAMAS TURÍSTICOS:

La elaboración de productos turísticos, constituye una parte de las actividades de marketing operativo, y tiene como finalidad aprovechar los recursos y potencialidades del territorio, para satisfacer los requerimientos de la demanda, generando así las condiciones para un desarrollo sostenido del sector. Para ello es necesario definir una metodología que desde el punto de vista del marketing, lo que es un destino, su estructura y el comportamiento de la demanda, para con esos elementos poder formular la mezcla de marketing, como factor clave para lograr el desarrollo del destino

9.1 Caracterización de los productos y servicios turísticos

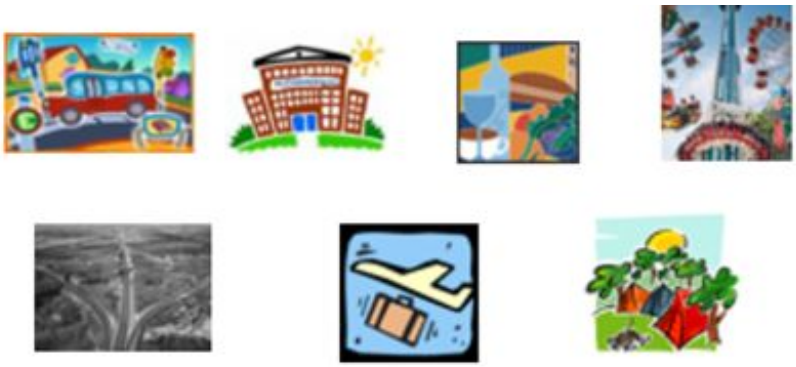
1. **Etapa previa:**
2. Investigación de Mercado: Interés del Viajero, Perfil del pasajero (datos precisos)
3. Investigación del Producto o servicio a ofrecer
4. Investigación de los atractivos, recursos, la ruta turística, tiempos, actividades, vías de acceso, entre otros.

2. Etapa de estructuración del programa:

1. Esquema de programación: por producto o por rango
2. Definir itinerario
3. Definir proveedores (solicitar cotizaciones)
4. Variaciones de la programación (por número de noches, cantidad de visitantes, descuentos, otros)
5. Precio de venta al público (comisiones)
6. Elaboración del programa o producto final
7. Capacitación al personal sobre el producto final

3. ELEMENTOS DEL DESTINO Y LA OFERTA TURÍSTICA



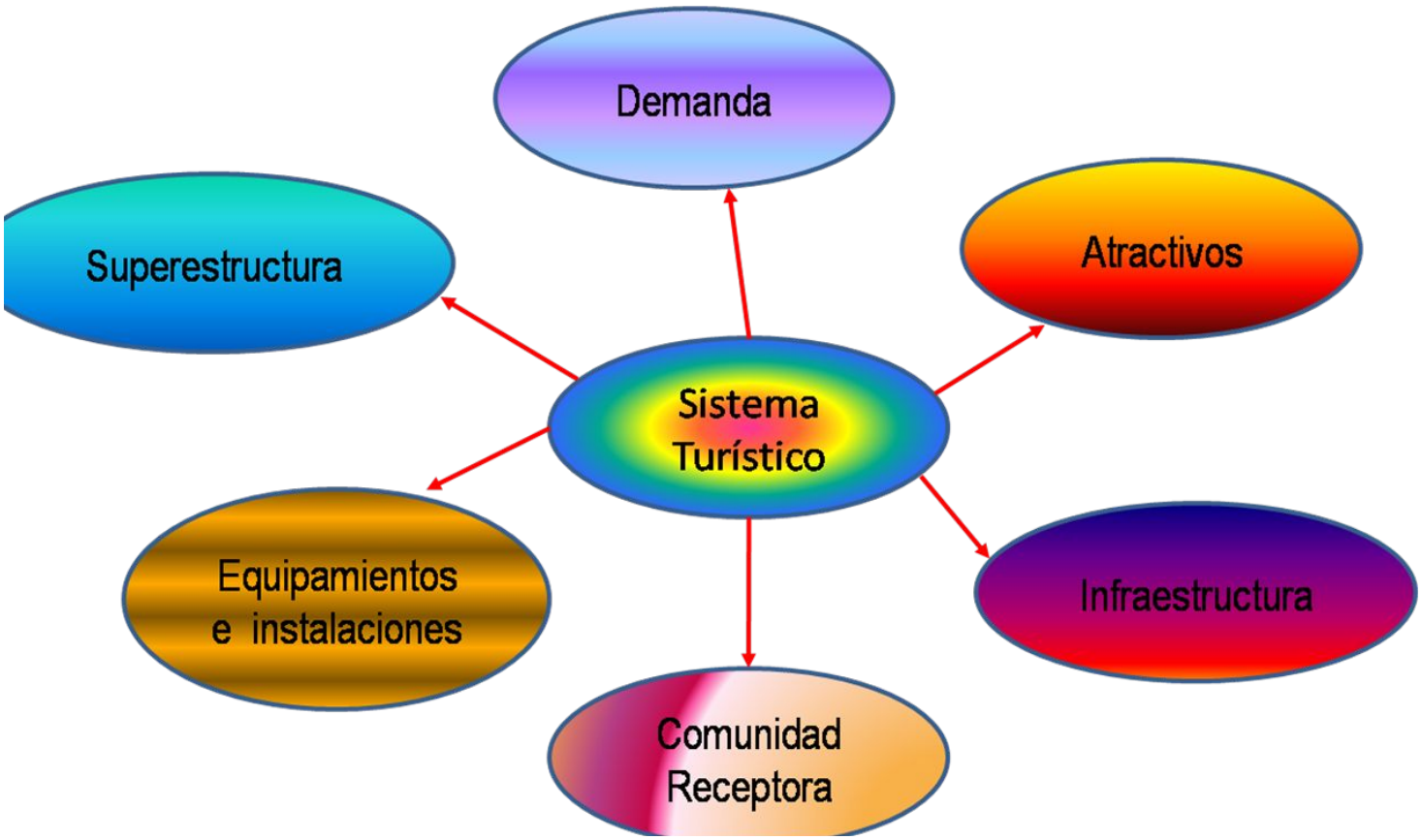


4. INFRAESTRUCTURA TURÍSTICA

1. Vías de acceso (aéreas, marítimas, terrestres, fluviales, férreas) desde y hacia la comunidad
2. Vías terrestres en la comunidad
3. Playas de estacionamiento
4. Señalización
5. Servicios básicos (agua, luz, teléfono)
6. Tratamiento de desperdicios y basura
7. Baños
8. Seguridad pública (policía, bomberos)
9. Salud pública



VER VIDEO DE APOYO: https://youtu.be/WZyGQHwy9K8



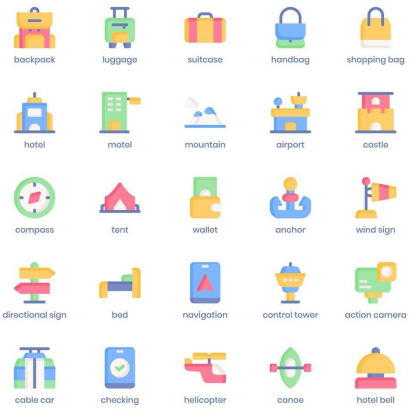
9.2 Elementos básicos para el diseño de programas turísticos

1. Diseñar un nombre (fácil de mencionar, recordar y que motive)
2. Definir los atractivos o recursos a visitar
3. Describir la duración y las actividades (itinerario)
4. Describir los servicios y productos que incluye y que no incluye
5. Definir los costos, gastos, precio y comisiones
6. Definir recomendaciones, plan de acción y contingencia
7. Definir target y estrategias de promoción y publicidad

Concéntrate en esto:

- ✔ Recursos y atractivos (materia prima)
- ✔ Infraestructura y equipamientos (Planta)
- ✔ Servicios complementarios (city tours, etc)
- ✔ Actividades (Al aire libre y cerrados)
- ✔ Duración y precio
- ✔ Imagen y valores percibidos

VER VIDEO DE APOYO:
https://youtu.be/aLEKJpqWdYM



Tips para diseñar un paquete

- ✔ Planear cuidadosamente el recorrido (mapeo)
- ✔ Incluir gancho generador de demanda
- ✔ Ofrecer ventajas comparativas
- ✔ Determinar precios competitivos
- ✔ Coordinar detalles
- ✔ Garantizar compatibilidad entre clientes
- ✔ Ofrecer toda la información posible
- ✔ Definir una política justa de crédito y reembolso
- ✔ Incluir componentes únicos
- ✔ Asegurarse que el paquete es rentable

PRODUCTO TURÍSTICO (ELEMENTOS TANGIBLES)

1. **MATERIA PRIMA DEL PRODUCTO**
   a. Bienes Materiales (Alimentos, Bebidas, Aviones, Barcos.....)
   b. Recursos Humanos Empresa





2. **RECURSOS TURÍSTICOS DEL ENTORNO**
   a. Naturales, Culturales
   b. Otros (Actividades recreativas, acontecimientos especiales)

3. **INFRAESTRUCTURAS BÁSICAS DELTERRITORIO**
   a. Públicas (Agua, Redes Comunicaciones, Hospitales.....)
   b. Privadas (Hospitales, Terminales de transporte)





4. **ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS (OFERTA EXTRA DEL DESTINO)**
   a. Bares, Tabernas, Plantas Comerciales
   b. Instalaciones deportivas

VER VIDEO DE APOYO: https://youtu.be/S5__Fcvo3u8

PRODUCTO TURÍSTICO (ELEMENTOS INTANGIBLES)



1. **SERVICIOS**
   a. Básicos
   b. De Apoyo



2. **GESTIÓN RECURSOS DE LA EMPRESA**
   a. Procesos Producción Producto Turístico
   b. Recursos Humanos
   c. Elementos físicos



3. **IMAGEN DE LA MARCA**
   a. Percepción del Cliente Turístico
   b. Producto Global + Acciones Comunicativas

9.3 Elaboración de programas e itinerarios

La idea	Debe ser auténtica, innovadora, responsable con el medio ambiente y protección a la comunidad
Análisis de la demanda	Identificar tipología de clientes que serán afines a la demanda
Los atractivos turísticos de la región.	Realizar un inventario de atractivos, sitios, zonas y actividades turísticas, junto con las facilidades y servicios complementarios, que ofrece la comunidad en sinergia con el medio ambiente.
Que me hace diferente de los demás….	La identidad cultural es aquello que nos hace diferente a los otros destinos, es por eso, que se debe proteger todas las expresiones culturales y el cuidado al medio ambiente tratando que el impacto sea lo menos negativo para la región.

9.3 Elaboración de programas e itinerarios

El guía turístico	Son el corazón de la experiencia, deben estar capacitados en hospitalidad, primeros auxilios, sostenibilidad ambiental, protección a la identidad cultural, íntegro, responsable, competente
El paquete a ofrecer	Se debe crear un itinerario que integre las actividades turísticas y recreativas, la cantidad de días y que incluya cada uno, la infraestructura, si es propia o en alianza con la comunidad, personal de apoyo, el guía, y el equipo necesario.
Relación costos, ganancia, promoción.	Establecer el costo del producto o servicio, establecer el precio de venta, revisar la ganancia por cada paquete ofertado, establecer las propuestas de marketing y promoción.





Evaluación del capítulo 1 -Actividad Práctica

Apropiar conceptos básicos de Turismo, para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado.

9.4 Test de conocimientos capítulo 1



1.Responda falso (F) o verdadero (V) frente a cada afirmación:

( ) Un atractivo turístico es un recurso turístico que se ha adecuado para ser visitado y que motiva un viaje para conocerlo.

( ) Se considera patrimonio cultural aquel conformado por los monumentos naturales, formaciones geológicas, lugares y paisajes naturales, por su valor relevante desde el punto de vista estético, científico y medioambiental.

( ) Un producto turístico es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer necesidades, movimientos o deseos de los turistas.

( ) Un inventario turístico es el resultado de todas las decisiones de las demandas individuales de los turistas.

( ) Un prestador de servicios turísticos es una persona natural o jurídica que habitualmente proporcione, intermedie o contrate directa o indirectamente con el turista.

( ) La calidad no es un factor determinante del éxito de un producto turístico.



2. En el siguiente enlace encontrará un crucigrama para resolver para evaluar lo aprendido, también puedes llegar a él por el siguiente QR
https://es.educaplay.com/recursos-educativos/12541280-producto_turistico.html



10. Capitulo 02 COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA TURÍSTICO

10. CAPÍTULO 2. COSTOS DE PRODUCCIÓN DEL PROGRAMA TURÍSTICO

10.1 Clasificación de los costos, gastos e ingresos



10.1.1 Elementos que generan costos: se refiere al valor del consumo de los recursos necesarios para producir el producto o servicio y pueden ser directos o indirectos, según planeación del itinerario

1. Personal (Adm, Guias, otros)
2. Transporte
3. Alimentos y bebidas
4. Alojamiento
5. Actividades, atracciones y otros
6. Recordatorio
7. Kit de senderismo u otro

10.1.2 Elementos que generan gastos: Son los desembolsos de la empresa para llevar a cabo las actividades y que pueden ser gastos fijos, directos e indirectos

1. Servicios públicos: agua, luz, telf
2. Seguros (viaje y hotelero)
3. Propinas
4. Contingencias
5. Material publicitario
6. Entradas a atractivos
7. imprevistos u otros

10.1 Clasificacion de los costos, gastos e ingresos



10.1.3 Elementos que generan ingresos: son los incrementos o recuperación de la inversión directa o por comisiones

1. Transporte
2. Alimentos y bebidas
3. Alojamiento
4. Actividades, atracciones y otros
5. Margen de utilidad
6. Porcentaje de comisión
7. Otros

Recomendaciones para determinar el precio del programa turístico:

1. Calcule los costos variables por persona
2. Calcule los costos fijos por persona
3. .Calcule los costos total del paquete por persona
4. Calcule y sume el margen de utilidad
5. Calcule y sume el porcentaje de comisión
6. Determine el precio de venta al público
7. Diseñe una estrategia promocional
8. Planee, ejecute, coordine, controle y evalúe

10.2 Cómo determinar el precio del paquete turístico

VER VIDEO DE APOYO: https://youtu.be/Micz1mX4P3Y

Ruta 1 – EXPLORA GUICAN SIN LIMITES	
CONCEPTOS RUTA 1	**VALOR UNITARIO**
Material publicitario	1.000
Desayuno tipico (1)	8.000
Taller ordeño y cuajada	5.000
Baño termal	14.000
Almuerzos (1)	20.000
Taller juegos chiriposos	5.000
Refrigerios (1)	5.000
Seguro de viaje	3.000
Souvenir	5.000
Gasto de personal	7.000
kit para senderismo (pend$10)	
Trasporte	
Taller artesanal /museo/cabalgata	
Alojamiento	
seguro hotelero	
Total	**73.000**
imprevistos (10%)	7.300
ganancia (10%)	8.030
PRECIO DE VENTA POR PERSOI	**88.330**
Comision por comercializacion (10%)	8.833

Actividad práctica: Teniendo en cuenta el video de apoyo, determine el precio por personas para un city tour de 10 personas que incluye:

1. Servicio de 1 guia $80.000
2. Transporte $300.000
3. Un refrigerio $10.000 por persona
4. Un almuerzo $20.000 por persona
5. Ingreso a museo $5.000
6. Taller artesanal $10.000
7. Seguro $5.000
8. Recordatorio $5.000
9. Margen de ganancia 10%
10. Porcentaje de comisión 10%

VER VIDEO DE APOYO: Costeo de un paquete turístico:
ttps://youtube.com/watch?v=93V0IHiugyA&feature=share



Tener en cuenta que para hallar el precio del programa debes:

1. Verificar los productos y servicios de acuerdo al itinerario y actividades
2. Verificar que incluye y que no incluye el programa .
3. Plantear un porcentaje de comisión, de ganancia y de imprevistos que sea justo justo



10.3 Evaluación del capítulo 2

Actividad Práctica

Apropiar conceptos básicos de Elementos de Marketing Mix para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado.

10.3 Test de conocimientos del capitulo

Desafíe sus conocimientos y habilidades respecto al tema, resolviendo las siguientes preguntas en la hoja de tareas de la siguiente página:

Preguntas para hacer:

1. ¿Por qué es importante determinar un precio competitivo para el programa turístico?
2. ¿Qué elementos determinan el precio de un programa turístico?
3. ¿Cómo influyen los costos directos e indirectos en la determinación del precio?
4. ¿Qué es un margen de ganancia?
5. ¿Que es una comisión?



Resuelva el crucigrama de conceptos para determinar el precio de un producto o servicio:

https://es.educaplay.com/juego/12611807-concepto_de_costos.html

Hoja de tareas



11. Capítulo 03 . ELEMENTOS DEL MARKETING MIX

Apropiar conceptos básicos de Marketing Mix para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado.

11.1 ELEMENTOS DEL MARKETING MIX

Los elementos de marketing mix son un conjunto de acciones que permite desarrollar una estrategia de mercadeo.
Esta estrategia inicialmente se basó en un ***modelo 4P*** y ahora ha cambiado al ***modelo 4C***, dadas las tendencias del mercado y el desarrollo tecnológico.
MODELO 4C. Consumidor – costos – conveniencia – comunicación.



Consumidor	Costos	Conveniencia	Comunicación
			
Es una persona u organización que consume bienes y servicios que están dispuestos en el mercado. Debemos estar siempre en permanente contacto objetivo de las variaciones que presente el mercado respecto a nuestro producto ofrecidos	**El costo determina el precio que se fijará para un producto turístico en particular Es el consumidor finalmente quien decide el paquete comprar y lo que tendrá que asumir también que no esté incluido en el paquete, como compras de artesanías, souvenirs, transporte no incluido en el paquete ect.**	**Se debe ofrecer un proceso de compra sencillo, bien organizado y que ahorre tiempo al turista, Debemos pensar en las ubicaciones donde se va a distribuir, también en aspectos como la compra en línea o en oficina u otro canal de venta, El objetivo es disminuir la fricción y hacer que toda la experiencia sea lo más cómoda posible**	**El objetivo es establecer relaciones cercanas, la comunicación bidireccional y personalizada con su público objetivo a través de sus canales favoritos, entre los cuales, las redes sociales juegan un papel fundamental. La comunicación integral pretende establecer una relación permanente entre el turista y el operador**

11.2 PASOS PARA REALIZAR UN PLAN DEL MARKETING MIX

- estudio de la situación tanto de la empresa como del sector turístico en el que nos encontramos, utilizando fuentes tanto internas como externas.

1. INVESTIGACION Y PLANEACION



- Se fijarán objetivos en relación a la información encontrada. Los objetivos deben ser medibles, concretos, específicos y deben tener un rango de tiempo a ejecutar, de lo contrario nuestros esfuerzos en establecer los objetivos habrán sido en vano.

2. FIJACION DE OBJETIVOS



- Son las campañas para promocionar los diferentes paquetes turísticos, se debe tener cuenta que todo ello va estar dentro de una hoja de tiempo (timing) que hay que cumplir y donde se va a especificar a quién va dirigida cada acción, su público objetivo

3. PLANEAR ACCIONES DE MARKETING



- Cada acción asignada a una estrategia en concreto deberá de tener su propio presupuesto
- Es muy importante conocer el precio que va a suponer cada acción para realizar en cada paquete turístico que se cree.

PRESUPUESTO



- Evaluación, Control y Ajuste del Análisis. Estos tres pasos se pueden incluir en uno genérico o de forma individual.

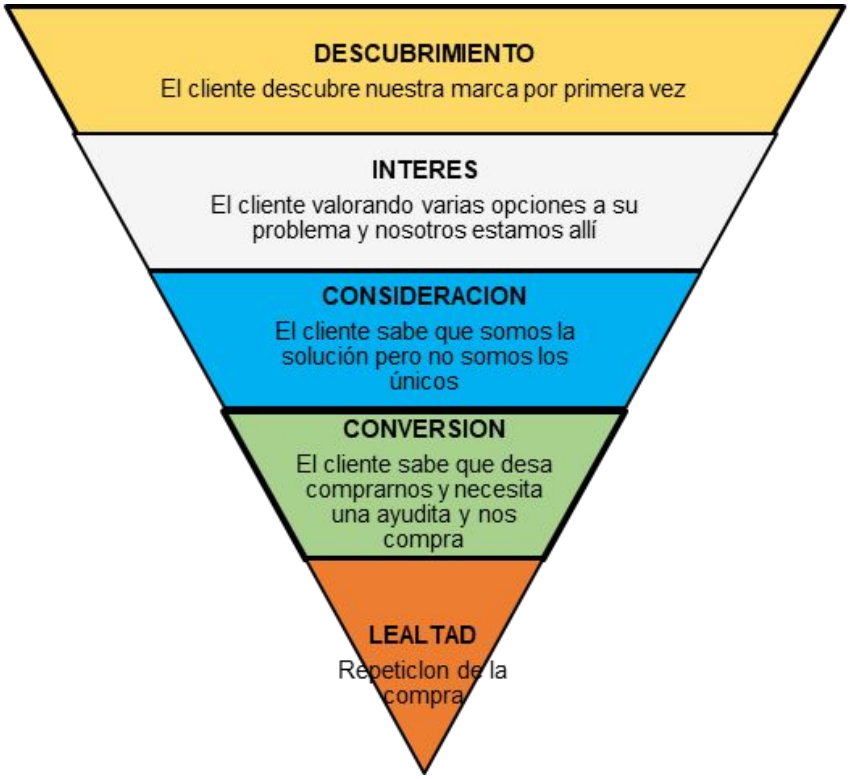
SEGUIMIENTO Y MONITORIZACION



11.3 ESTRATEGIAS DEL MARKETING MIX

¿Qué es una estrategia de marketing mix?

Es aquella hoja de ruta o modelo que nos sirve para alcanzar los objetivos propuestos que contribuyen al crecimiento de la empresa





Hay muchos planes de márketing tanto estrategias como productos hay en el mercado. Cada acción sobre el mercado a conquistar requerirá de unas determinadas características, tanto si se trata de un plan de márketing turístico como si no.

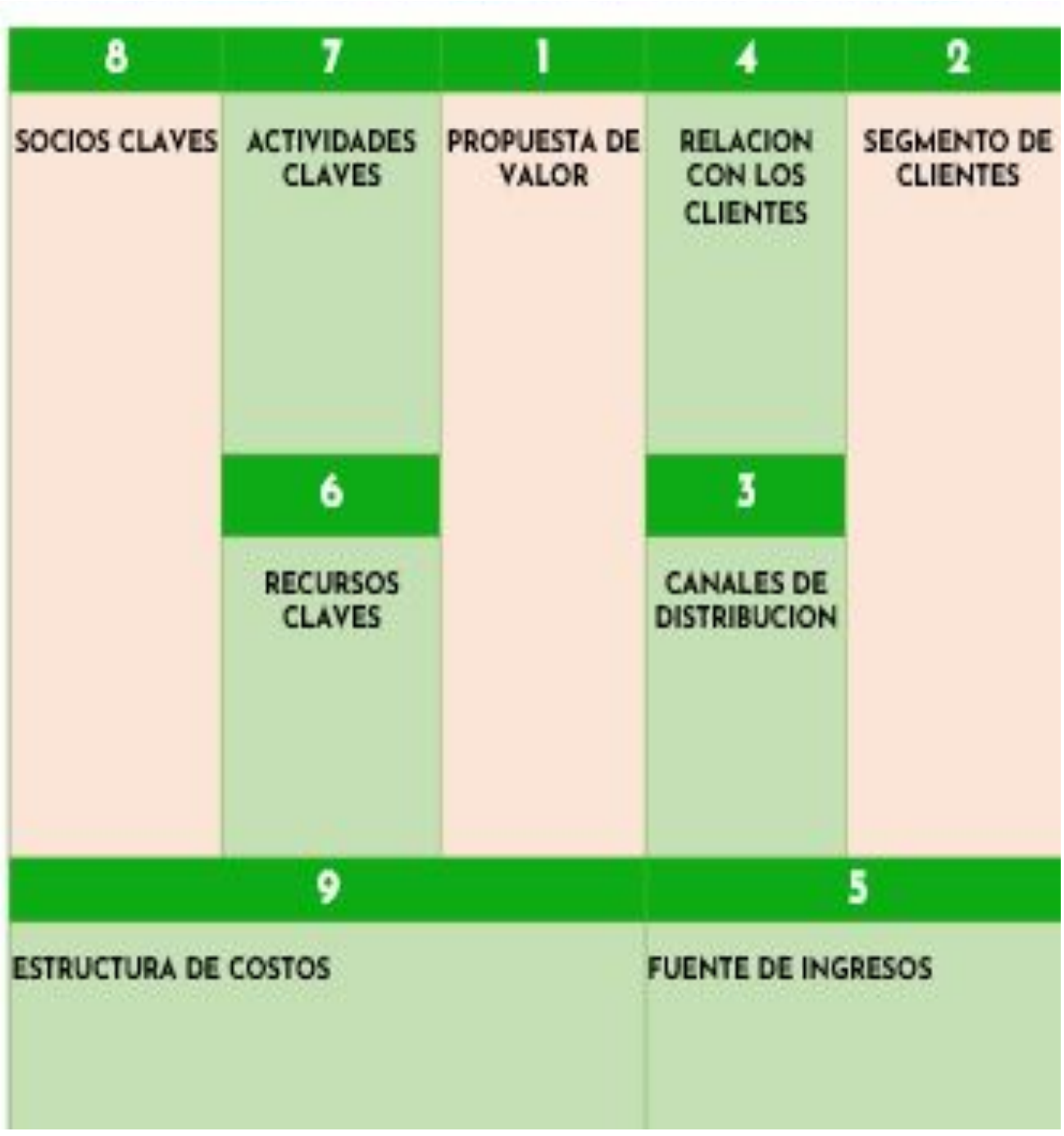


11.4 Evaluación del capítulo 3 -Actividad Práctica

Apropiar conceptos básicos de Elementos de Marketing Mix para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado.

11.4 Actividad Práctica

1. Responde en la siguiente tabla, según la numeración de cada celda, asociando con la pregunta en el número que corresponde



1. *¿Cuáles necesidades de nuestros clientes vamos a satisfacer?*
2. *¿Quiénes son nuestros clientes y dónde se encuentran?*
3. *¿Cómo hacemos llegar nuestro producto al cliente?*
4. *¿Cómo atraer a nuevos clientes y cómo mantenerlos?*
5. *¿Cómo transformar en dinero nuestros productos o servicios?*
6. *¿Qué recursos humanos, tecnológicos y financieros necesitamos?*
7. *¿Qué es lo más importante que ofrece nuestra empresa?*
8. *¿Cuáles son nuestros socios y proveedores más importantes?*
9. *¿Cuál es nuestra inversión inicial? ¿Cuáles van a ser nuestros costos fijos, costos variables, impuestos?.*

2. De acuerdo a los resultados del ejercicio anterior analice las siguientes preguntas y responda según su punto de vista

a.*¿Qué tengo único en mi producto?*

_____
_____
_____

b. *¿Qué me diferencia de los demás competidores?*

_____
_____
_____

c.*¿Cómo creo yo se sentirá el turista al disfrutar mi producto?*
(describa emociones, sentimientos, que sentirán los turistas)

_____
_____
_____

d. *¿Imaginemos que comentaran los turistas a sus amigos, después de experimentar los paquetes que se ofrecen? Utilice tres adjetivos solamente*

_____
_____
_____



12. CAPÍTULO 4 Procesos de Negociación con clientes y proveedores

Apropiar conceptos básicos de Marketing Digital para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado.

12. Segmentación de mercados

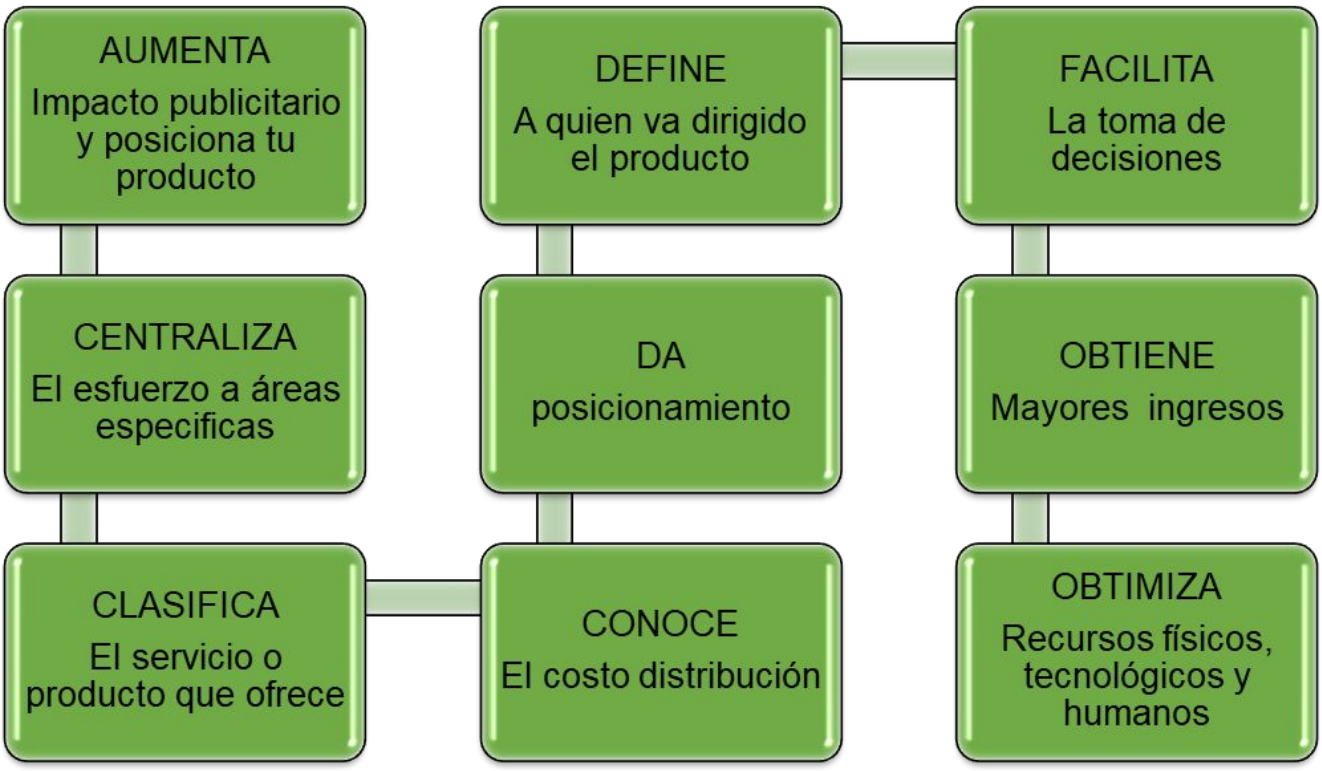
La palabra ***mercado*** se puede definir como el conjunto de personas o empresas que han comprado su producto o estarían dispuestos a comprarlo. Estas personas o empresas tienen una necesidad o deseo que usted podría satisfacer, tienen dinero para pagar por su producto y el deseo de gastarlo.



12.1 Ventajas de segmentar el mercado

Cuando hacemos la segmentación de mercado obtenemos ventajas muy importantes como son el aumento del rendimiento comercial, mejoras en la expansión del negocio e incremento del índice de fidelización.

En el siguiente Smart art encontramos las ventajas mas representativas.



12.2 . Segmentación de la población

Es importante tener definido a quién o qué grupo de segmentación está dirigido nuestro producto, por eso se debe clasificar la clase de turista que deseamos que adquiera nuestro producto



TIPOS DE GRUPOS
Grupos grandes organizados
Grupos pequeños
Parejas
Solos



TIPOS DE VIAJES
Viaje organizado (paquete)
Viaje independiente
Ecoturismo
Aventura
Salud
Cultura
Educación



TIPOS POR EDAD
Escolares
Universitarios
Jóvenes adultos
Parejas
Familias con hijos pequeños
Familias con hijos grandes o adultos
Tercera edad

12.3 Promoción y Comercialización turística

La promoción y la comercialización turística está integrada por un grupo de acciones y herramientas que estimulan a turistas e intermediarios a visitar el destino y contratar sus servicios.
Es indispensable para la promoción y comercialización disponer de un material de apoyo o material de mercadeo que aporte a que los clientes "identifiquen y recuerden" su empresa y su producto turístico

Para tener en cuenta.... nadie puede consumir o recomendar algo que no conoce... razón por la cual se debe conocer nuestro producto y dar a conocer los atractivos turísticos del territorio, la oferta completa de sus servicios



"La cadena de valor del turismo es una forma de organización del sector turístico que integra a los proveedores de todos los productos y servicios que forman parte de la experiencia del turista, desde la planificación de su viaje, la permanencia en el destino turístico, hasta el regreso a su lugar de residencia" (MinCIT, 2011).



Evaluación del capítulo 4

Apropiar conceptos básicos de Procesos de Negociación con clientes y proveedores para fortalecer la idea de negocio de nuestros emprendedores y empresarios en un contexto globalizado..

12.4 Actividades propuestas de evaluación

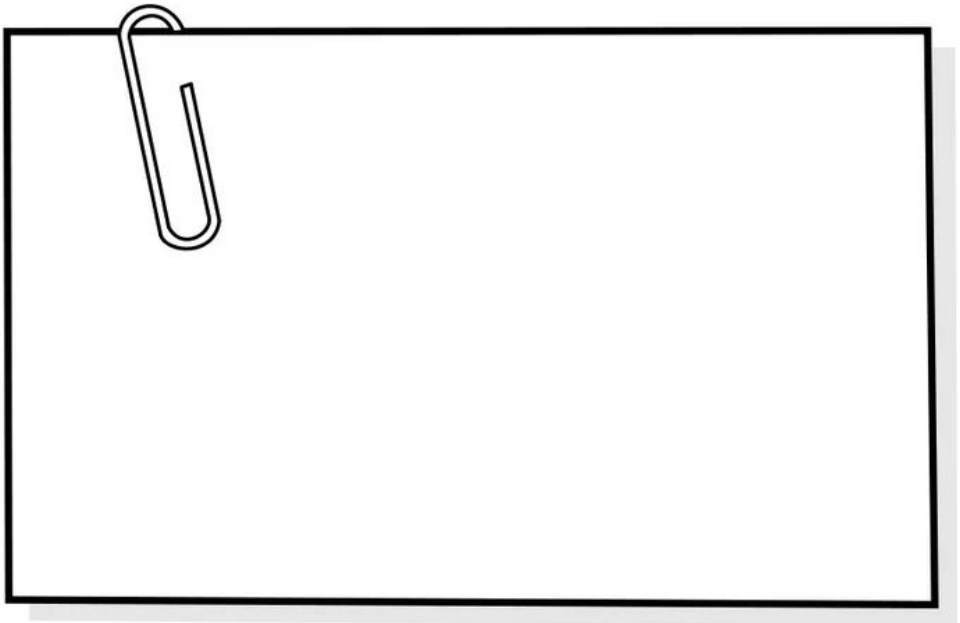
1. Aplique lo aprendido en la siguiente tabla, respondiendo las preferencias de cada tipo de grupo





Segmentación de población.	Motivaciones que le gusta	Motivaciones que no le gusta	Destino preferido
Hombres			
Mujeres			
Casados sin hijos			
Universitarios			
Tercera edad			
Casados con hijos			
compra en paquete			

2. Elabore el logotipo de su empresa asociándolo a su atributo más importante de acuerdo a lo aprendido





13. Capítulo 05. Elementos claves para la formulación de proyectos comunitarios

En este capítulo se ilustran algunos conceptos, generalidades, características, etapas y requisitos para la formulación de proyectos turísticos comunitarios que se espera que sean de gran utilidad para quienes consulten esta cartilla

13.1 Conceptos Claves

Proyecto turístico: Son aquellas iniciativas que permiten el desarrollo turístico y económico de los atractivos presentes en un determinado territorio, generando cambios positivos y significativos para la zona en materia de crecimiento económico, generación de empleo, demanda de bienes y servicios. (GLOSARIO, FONTUR, Abril,2022).	**Formulación de proyectos:** "Es el conjunto organizado de acciones, realizadas ordenadamente durante un período de tiempo determinado, que responden a una demanda o problema, con el propósito de ofrecer una solución." (Véliz, 2009, p. 21).
Objetivo: Son los resultados deseados que se esperan alcanzar con la ejecución de las actividades que integran un proyecto. COHEN, E Y MARTÍNEZ, R. (2004). Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales. CEPAL	**Turísmo temático::** Es la oferta turística vinculada al tema o motivación de viaje, en donde adquiere una importancia primordial la especialización en una actividad. Algunos ejemplos de turismo temático son: el ecoturismo, turismo cultural,etc. (GLOSARIO, FONTUR, Abril,2021)
Turismo comunitario: "La oferta de servicios turísticos, por parte de una comunidad organizada, que participa, se beneficia e involucra en los diferentes eslabones de la cadena productiva del turismo, en busca de mayor bienestar, desarrollo y crecimiento económico, valorando las características naturales y culturales de su entorno, que les permite prestar servicios competitivos, sostenibles y de calidad" (MinCIT, 2012, p. 16).	**Proyecto turístico comunitario:** Alternativa para salvar las disparidades sociales y económicas que adolecen las comunidades rurales, además de una vía que pueden utilizar las comunidades que buscan generar otros ingresos dentro de sus actividades económicas cotidianas, utilizando los recursos culturales, naturales y locales en una región en particular. MSc JUAN SARAUZ (2011) Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales. Herramienta básica
Turismo rural: Actividad turística en la que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales. (OMT, Sept,2020)	**Ecoturismo:** Gira en torno a la naturaleza y la principal motivación de los turistas es la observación y la apreciación del entorno natural, así como de las culturas tradicionales prevalecientes en las zonas naturales. Incluye aspectos pedagógicos y de interpretación de la naturaleza. (GLOSARIO, FONTUR, Abril,2021)
Turismo Sostenible: Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas.» (GLOSARIO, FONTUR, Abril,2021)	**Impacto:** Es la evaluación por impacto identifica los resultados no esperados que surgen luego de la implementación del proyecto, COHEN, E Y MARTÍNEZ, R. (2004). Manual de Formulación y Evaluación de Proyectos Sociales. CEPAL

13.2. Generalidades VER VIDEO DE APOYO: https://youtu.be/mSZ3x4w2zsM

Tener en cuenta:

Un proyecto turístico comunitario, es la opción más viable para la solución de un problema o necesidad que esté ocurriendo en una comunidad.

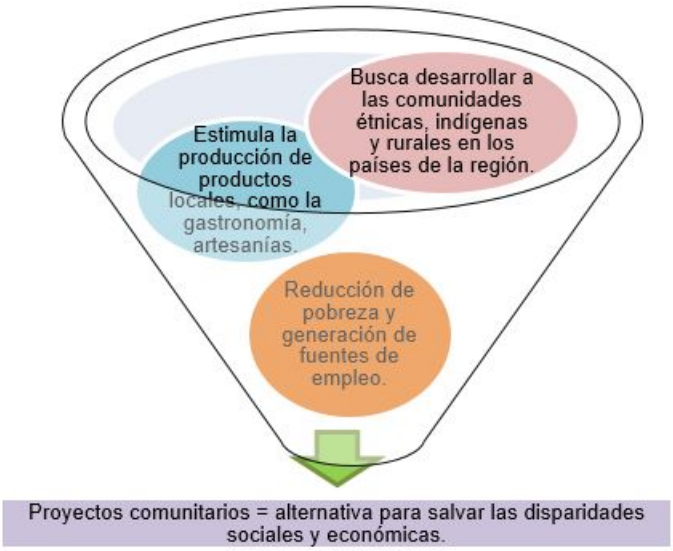
De acuerdo con la Organización Mundial del Turismo, la ejecución de proyectos que se desarrollan en conjunto con empresas, estado, comunidad y academia, se centra en beneficios económicos y debe contribuir a los ámbitos social, cultural y medio ambiental favoreciendo el desarrollo sostenible. En consonancia con esta iniciativa y como estrategia para la formación del talento humano que requiere la industria del turismo, resulta fundamental abordar, desde la formación profesional integral, la formulación y diseño de proyectos turísticos como una actividad estratégica, que ayude con la identificación, análisis y definición de nuevas iniciativas empresariales, económicas y sociales que fortalezcan el desarrollo de los contextos locales, departamentales o regionales.Revista Universidad y Sociedad.versión On-line ISSN 2218-3620. Universidad y Sociedad vol.12 no.3 Cienfuegos mayo.-jun. 2020 Epub 02-Jun-2020

Tabla 1 - Conceptos entorno al turismo comunitario, sostenible y desarrollo rural.

Concepto	Descripción	Autor
Turismo comunitario	La propia definición de turismo comunitario subraya una forma de gestión diferente -comunitaria- sobre una actividad y recursos, lo que significa en algún grado la existencia de un espacio de organización autónoma, desde el que vincularse al Mercado y a otros actores (ONGs, organizaciones, Estado).	Ruiz, et al. (2008)
Turismo sostenible	Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus necesidades propias.	Blasco (2005)
Proyecto comunitario	Los proyectos sociales comunitarios tienen como propósito resolver un problema o satisfacer una necesidad importante de un determinado sector de la población, para lo cual se pueden aplicar diferentes enfoques, el más utilizado de los cuales es el denominado Marco Lógico.	Crespo (2009)
Desarrollo rural	El concepto de desarrollo, sea aplicado al medio rural andino o a cualquier otro medio, tiene dos connotaciones. La primera de estas se deriva de un imaginario de un proceso de mejora del bienestar social, mientras que la segunda connotación refiere a los cambios concretos en la vida de sociedad y a las inversiones y actividades productivas que en términos amplios, determinan estos cambios.	Field (2000).

Reyes Vargas, Machado Chaviano & Ortega Ocaña (2015), refieren que *"el turismo comunitario se desarrolla a partir de la necesidad de las comunidades de solventar la crisis económica, el desempleo y los bajos ingresos de sus habitantes, a partir de atraer visitantes que entren en contacto con sus culturas, formas de vida y recursos".*

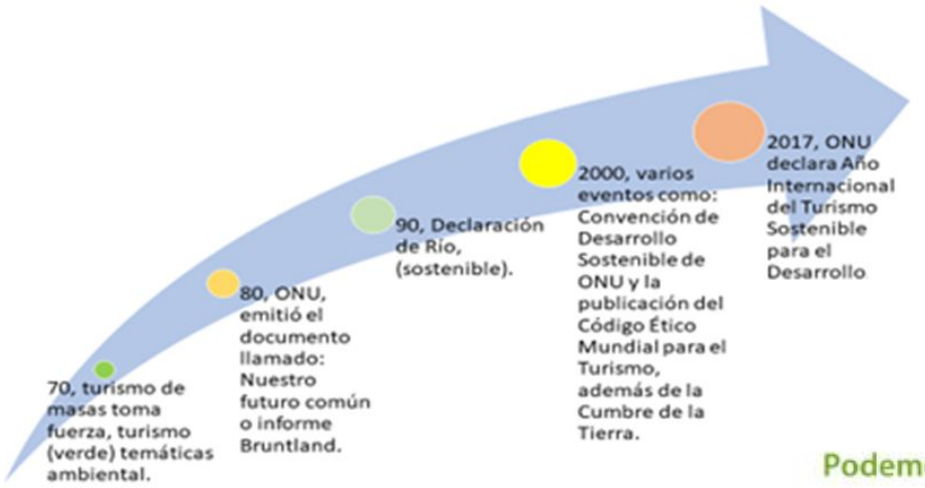
Beneficios de un proyecto turístico comunitario

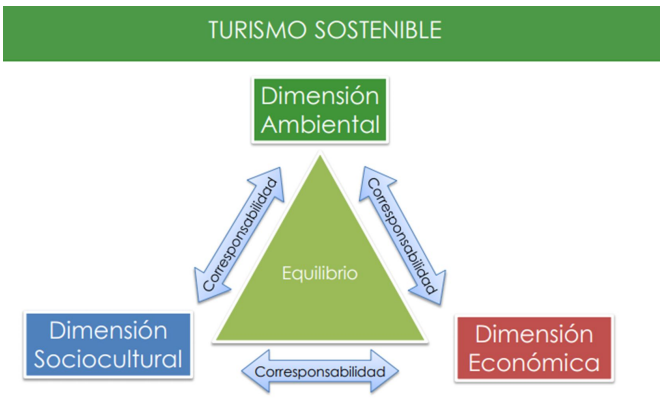


Los proyectos pueden ser:



El Turismo Comunitario en América Latina es una actividad que surge hace más de dos décadas, aunque, al inicio se le considera como una herramienta capaz de generar beneficios económicos a la comunidad protagonista en esta actividad. En la idea de lo comunitario se permite "actuar en interés y beneficio del bien colectivo antes de actuar solo en beneficio del interés particular". (Entorno Turístico, 2017a, p. 2).





Podemos clasificarlos en:

- **Proyectos materiales:**
  Se refieren en general a la construcción, adquisición, mantenimiento y reparación de bienes materiales.
- **Proyectos no materiales:**
  Se refieren a cambios no materiales pero importantes para la comunidad, como un cambio en las leyes, los derechos humanos o la defensa de alguna causa.

Para la formulación de proyectos existen cuatro grandes pasos que nos permiten su diseño y ejecución:



Para que la organización comunitaria resulte exitosa, es necesario formular principios que constituyan el eje por medio del cual se articulen los proyectos turísticos, acorde con la figura 2, a saber:

- Una amplia convocatoria

  Que incluya a actores, líderes vinculados directa e indirectamente con el sector turístico dentro de la propia comunidad.
- Formulación participativa

  Con el propósito de recopilar información de cada uno de los miembros, agruparlos para mantener una mejor organización hay tomar en cuenta sus aportes y experiencias para *"tomar las decisiones más adecuadas sobre qué, cómo, dónde, cuándo y por qué implementar una actividad, un servicio o una instalación turística"*. (Entorno Turístico, 2017c, p. 5)
- Proyectos con visión

  Un proyecto debe ser ambicioso, para ello deberá tomar en cuenta el contexto local, nacional e internacional, tendencias turísticas, deberá contener recursos y potencialidades del territorio sin descuidar los aspectos: social, económico, ambiental, cultural.
- Respeto a la diversidad y equidad de género

  El proyecto debe adecuarse a la diversidad de los actores, donde se promueva siempre el respeto a la cultura, religión, ámbito generacional, costumbres y tradiciones ancestrales.

  Pastor Jaime, Casas Jurado & Soler Domingo (2011), piensan que *"el turismo comunitario también es un medio eficaz para promover la igualdad de género dado que las actividades turísticas requieren una mayor participación del empleo femenino sobre el masculino"*.
- Sostenibilidad del proyecto turístico

  Un proyecto turístico es sostenible cuando:
  - Preserva sus recursos para las generaciones presentes y futuras.
  - Protege el patrimonio cultural e histórico de su territorio.
  - Se preocupa de conservar el agua y adopta prácticas para usar de manera más eficiente la energía eléctrica.
  - Brinda información completa, veraz a los visitantes
  - Promueve vínculos o alianzas estratégicas con actores tales como: organizaciones públicas, privadas, estatales, municipales, parroquiales, barriales, gremios, pequeñas, medianas, grandes empresas, agencias de cooperación internacional, instituciones educativas, etc.

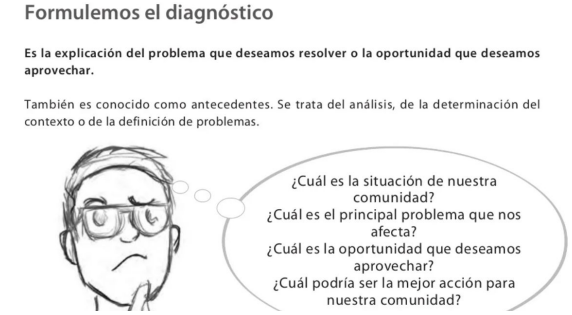


De igual manera, es oportuno propiciar la integración entre las comunidades y las instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo, con el fin de facilitar procesos de comprensión y generar alianzas estratégicas que permitan mejorar los servicios ofrecidos a los turistas.

Por su parte, el estado juega un papel fundamental en el desarrollo local, por lo que resulta conveniente, obtener mayor atención por parte de las autoridades, para que apoyen la creación de nuevos proyectos a pequeña escala que propicien el desarrollo turístico en las comunidades rurales.

13.3 Etapas de un proyecto comunitario

1. **Reflexión antes que la acción:** Antes de hacer un proyecto los involucrados en el proceso deben hacer una amplia convocatoria y garantizar la participación de la mayoría de los líderes y actores turísticos locales buscando 2 aspectos importantes: el pasado de la comunidad y el futuro ideal.
2. **Diagnóstico comunitario:** identificar el perfil del proyecto y de la comunidad, es una forma de organizar la información sobre qué problemas tiene una determinada realidad de una comunidad y sus características; se debe evidenciar el proceso mediante fotografías del antes, durante y después del proyecto
3. **Planeación del proyecto:** se debe comenzar por los principios del diseño de programas, para lo cual es clave responder las siguientes preguntas:
    - ¿Qué deseamos?
    - ¿Qué poseemos?
    - ¿Cómo puedo usar los recursos que tengo para alcanzar los objetivos?
    - ¿Qué ocurrirá cuando lo realicé?
    - ¿Quién es mi comunidad objetivo?
    - ¿Quienes y donde se puede obtener la información necesaria?
    - ¿Cuál es la necesidad/problema a resolver?
    - ¿Cómo puedo solucionar ese problema/necesidad?
4. **Ejecución:** una vez resuelva las preguntas debe organizar y ejecutar los recursos cumpliendo los pasos
5. **Evaluación:** Al finalizar el proceso se debe hacer una evaluación en general de todos los aspectos y en especial de las inquietudes e intereses de quienes conforman el proyecto; la finalidad de esta evaluación es replantear aspectos negativos y positivos del mismo; formulando planes de mejora.



13.4 Requisitos para un proyecto comunitario

1. Nombre del proyecto y localización
2. Presentar una visión global de las características del proyecto
3. Fecha de elaboración del documento
4. Nombre de la entidad/empresa responsable del proyecto
5. Datos de los participantes del proyecto
6. Nombre de la entidad/empresa a la que se presenta el proyecto
7. Duración estimada del proyecto
8. Resumen del estudio financiero (presupuesto), técnico, administrativo y operativo

Ciclo del proyecto



Para cada paso es necesario responder preguntas claves con quienes participan.

Preguntas claves para la formulación y evaluación del proyecto.

Etapas	También conocido como:	Preguntas que debemos responder
1 Definición del Problema	-Diagnóstico -Análisis	¿Cuál es el problema? ¿Cuáles son sus causas y efectos? ¿Cuáles son las personas o poblaciones afectadas? ¿Cuál es la solución que tomaremos?
2 Diseño del proyecto	-Programación -Formulación	¿Qué vamos hacer? ¿Por qué lo vamos hacer? ¿Para qué lo vamos hacer? ¿Dónde lo vamos hacer? ¿Cómo lo vamos hacer? ¿Quiénes lo vamos hacer? ¿Cuándo lo vamos hacer? ¿Qué necesitamos para hacer el proyecto? ¿Cuánto va a costar el proyecto?
3. Implementación	-Ejecución del proyecto -Realización del proyecto	¿Quiénes son los responsables de la ejecución? ¿Cuáles son los medios para cumplir con el plan operativo? ¿Cuándo se va a ejecutar el proyecto?
4. Evaluación	Evaluación del proyecto	¿Cuál es el grado de cumplimiento de los objetivos? ¿Qué factores influyeron en los resultados?

Preguntas importantes para definir el contexto del proyecto



a) **Aspectos geográficos:** Ubicación, clima, suelo de la comunidad, etc.

b) **Aspectos sociales:** ¿Cuánta población hay?,¿cuántas familias hay?,¿cuántos niños?,¿cuántas niñas?, ¿jóvenes?, ¿adultos?, ¿mujeres?, ¿cuál es el estado de escolaridad y salud?

c) **Infraestructura de la comunidad:** ¿Qué servicios (agua, luz, teléfono, caminos) hay en la comunidad? ¿Quiénes tienen acceso a estos servicios?



d) **Aspectos económicos:** ¿Cuáles son las principales actividades económicas (ganaderas, cafetaleras, artesanales, mineras, etc.)? ¿cuántas personas ocupados y desocupados hay? ¿cuáles son las fuentes de trabajo en la zona?

e) **Aspectos institucionales:** ¿Qué instituciones están presentes en la comunidad (alcaldías, ministerios, policía, entre otras)?

Para poder obtener esta información podemos tomar tres caminos:



- ✔ Buscar información que ya existe, en censos o documentos elaborados. Esta la podemos investigar en la escuela, Centro de Salud, Alcaldías y oficina de alguna ONG.

- ✔ Buscar información directamente preguntando a la gente de la comunidad cada vez que nos encontremos o visitando casa por casa.



SELECCIÓN DEL PROBLEMA PRINCIPAL

Significa que debemos elegir la opción más relevante, es decir que será necesario TOMAR UNA DECISIÓN, pues seguramente los problemas en la comunidad son muchos, pero habrá que definir uno en particular.

Para determinar el problema principal, debemos responder las siguientes preguntas:
¿Cuál es el problema que genera mayores efectos negativos?, o bien, ¿cuál es la oportunidad que se nos presenta?
¿A cuánta población afecta/o beneficia si es una oportunidad)?
¿Es posible resolverlo con nuestro trabajo comunitario y nuestra participación?

Para seleccionar el problema principal se puede usar un listado de no más de 3 problemas (u oportunidades) de la comunidad, respondiendo las siguientes preguntas:

Efectos	¿Cuánta gente se ve afectada?	¿Se puede resolver con nuestro trabajo?
Número 1		
Número 2		
Número 3		

C) El árbol de problemas

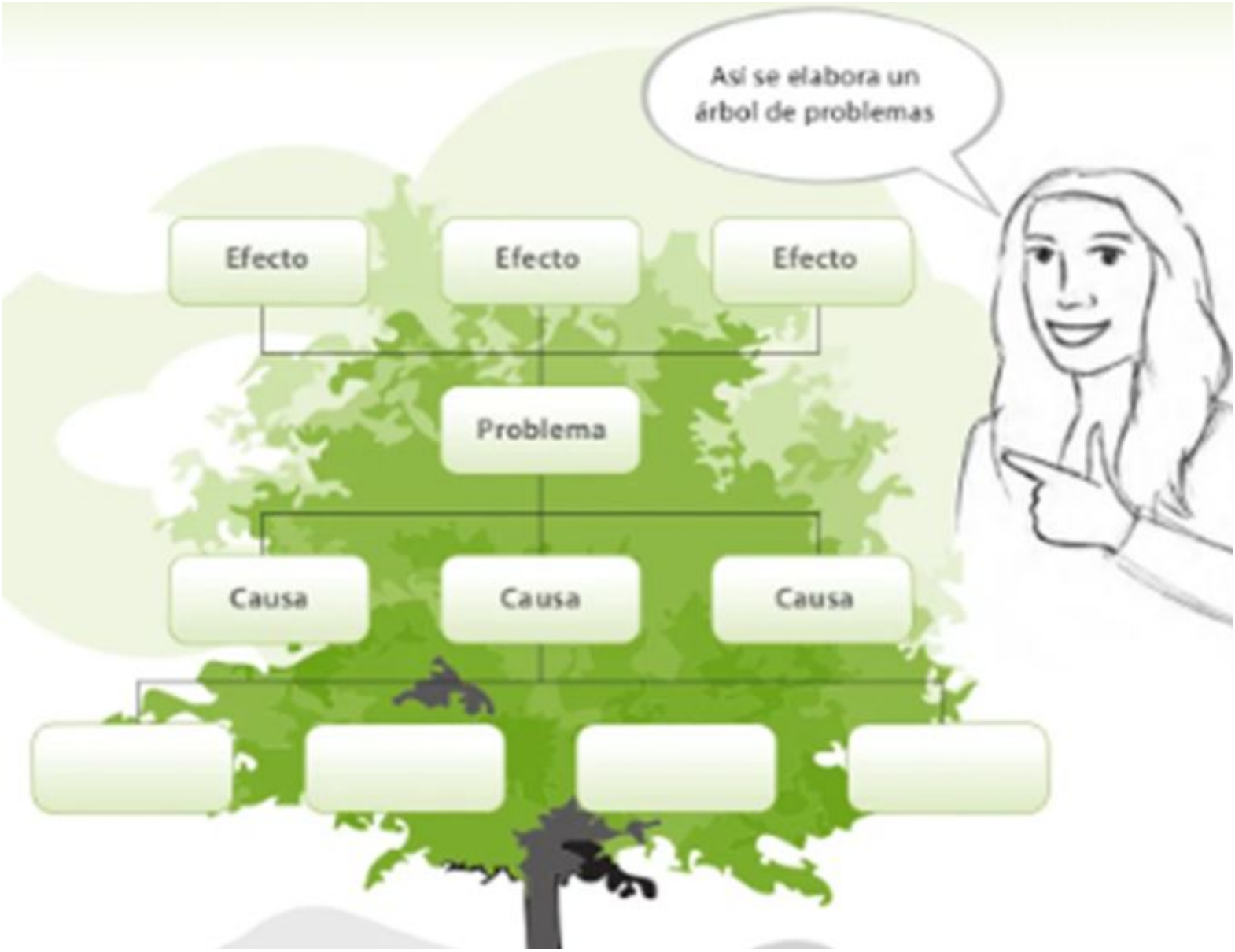
Una vez que hemos definido el problema debemos conocer sus raíces o causas y sus efectos o resultados. Para hacerlo, podemos hacer un dibujo llamado árbol de problemas (también conocido como matriz de problemas) que nos permite:

- Conocer la situación existente sobre el asunto seleccionado
- Ver las relaciones causa - efecto en un dibujo (árbol de problemas).

Para hacerlo debemos responder las siguientes preguntas:

Preguntas para la definición del problema

Preguntas	Respuestas
¿Cuáles son los efectos o consecuencias del problema? (Nos ayuda a identificar los resultados o efectos).	
¿Cuál es el problema?	
¿Cuáles son los orígenes o causas del problema? (Nos ayuda a identificar las raíces).	



D) Elección de la solución

Es la selección de una solución al problema o elección de una oportunidad, que servirá para escribir nuestro proyecto.

Una vez escogido el principal problema, sus causas y efectos, es necesario identificar la solución, es decir elegir el camino que produce los mejores resultados.

Para hacerlo debemos usar el árbol de problemas, tomamos la solución que consideramos como la mejor para impulsarla desde nuestra comunidad.

Usando el árbol de problemas pasamos a dibujar el árbol de objetivos, que representa lo que vamos a alcanzar con la solución del problema.

Árbol de Objetivos

Árbol de problemas

Efecto o consecuencias del problema

Problema

Orígenes o causas del problema

Árbol de solución

Fin: Son las soluciones que esperamos alcanzar con nuestro proyecto.

Objetivo: Es la acción que nos ayudará a resolverlo

Medios: Son las acciones o instrumentos que nos permitirán solucionar las causas.



PERFIL DEL PROYECTO

Es el camino que definimos para ejecutar el proyecto. En el diseño definimos:



También es conocido como "documento del proyecto" o "perfil del proyecto". En el diseño organizamos los pasos de las acciones necesarias, por ello, se debe:

- Explicar qué objetivos deseamos alcanzar
- Decidir qué actividades tenemos que hacer para concretar esos objetivos.
- Decir qué y cuántos recursos humanos y materiales tenemos y los que necesitamos.
- Explicar en cuánto tiempo lo haremos.
- Definir cómo evaluaremos.

Las partes de un perfil de proyecto comunitario son:



a) Nombre del proyecto:

Es el título que explica de qué trata nuestro proyecto; por ejemplo si vamos a construir un mini acueducto para nuestra comunidad, un título podría ser "Construcción de Mini acueductos en la comunidad Piedra Azul". El título debe ser claro y debemos evitar que sea largo o complicado.

b) Objetivo:

Es la acción que realizaremos. También es conocido como "objetivo inmediato" o propósito del proyecto.

El objetivo debe ser escrito en una oración y se recomienda que sea:

- **Realista** (Si existen posibilidades reales de hacerlo).
- **Concreto** (Si podemos hacerlo con determinados recursos).
- **Claro** (Que explique lo que vamos hacer).

Los objetivos pueden ser generales (explican el propósito de todo el proyecto) y específicos (explican las acciones concretas para alcanzar el propósito).

Objetivo General	Es un resultado que buscamos al final de nuestro proyecto.
Objetivos Específicos	Son los que se irán concretando para llegar al general; son más puntuales y se realizan a corto plazo.

Algunas organizaciones que financian, en vez de pedir objetivos específicos, piden los "resultados" o "productos" de los proyectos. Si es así, no hay necesidad de escribir objetivos específicos, pero si habrá que escribir los resultados o productos esperados.

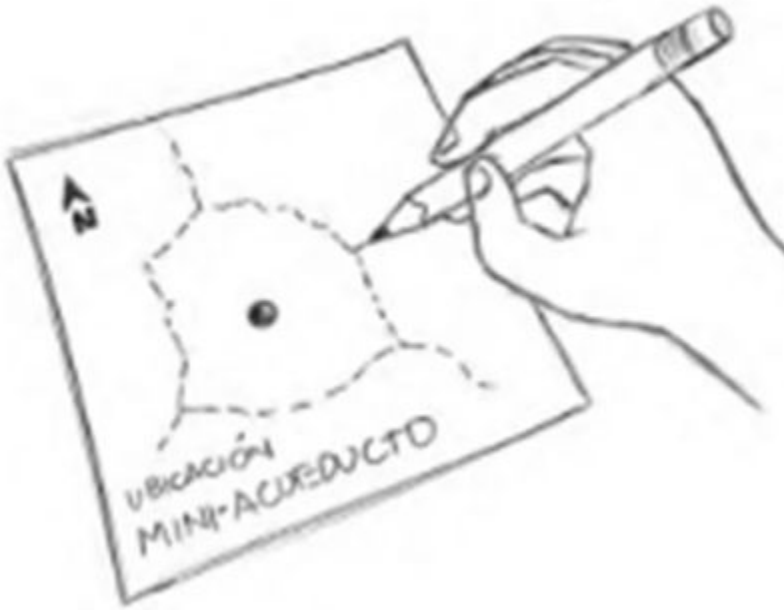
c) GRUPO META O BENEFICIARIOS:
Es la definición de quiénes y cuánta gente vamos a beneficiar con el proyecto.
Es importante definir cuántas personas resultarán beneficiadas del proyecto, una cantidad estimada de (hombres, mujeres, familias, etc)

d). JUSTIFICACIÓN:
Es la explicación que permite argumentar sobre la importancia de nuestro proyecto para el beneficio de la comunidad. Es muy importante decir de manera breve la importancia y alcance del proyecto, tomando en cuenta los beneficios que traerá. Para esta parte se deben responder las siguientes preguntas:

- ¿Porqué es importante atender el problema o necesidad? ó aprovechar la oportunidad
- ¿Qué asuntos económicos, sociales, ambientales o de otro tipo se van a solucionar con el proyecto?
- ¿A quienes se va a beneficiar con la solución del problema o necesidad?



e) RESULTADOS ESPERADOS:
Son los frutos o beneficios del proyecto
También se conocen como las "metas", "productos" ó "beneficios" del proyecto. Estos pueden ser **materiales** (Construcción de obras) o **inmateriales** (mejora de conocimientos, defensa de derechos, etc). Se debe poner cantidades estimadas a quienes se va a beneficiar
Ejemplo de beneficios materiales: 2 familias con nuevas casas construidas, cooperativa con 12 miembros, con 12 manzanas de maíz sembrada, 72 familias con acceso a agua por medio de mini acueducto construido.
Ejemplo de beneficios inmateriales: 3o jóvenes capacitados en técnicas de agricultura orgánica para café, ó 20 mujeres capacitadas en producción de hortalizas



f) Ubicación

Nos sirve para conocer dónde se hará nuestro proyecto. También es conocido como "localización" o "mapa" del proyecto. Aquí debemos responder ¿dónde vamos a hacer nuestro proyecto? Debemos decir el área (o las áreas) geográficas donde vamos hacerlo. Puede ser el nombre de una comunidad, municipio, departamento, región, etc. Si podemos dibujar o tener copia de un mapa es mucho mejor.

g) LAS ACTIVIDADES Y SUS RESPONSABILIDADES:

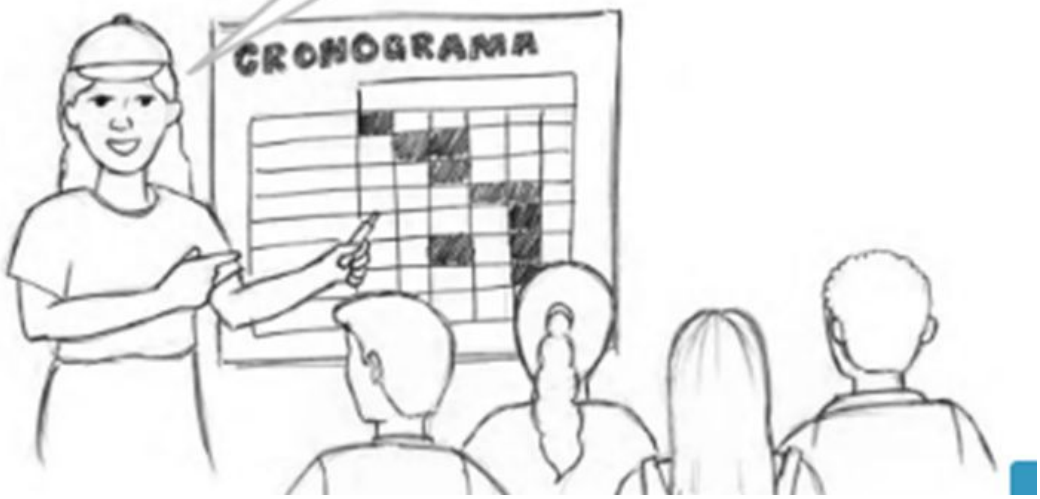
Es la definición de todas las actividades que se deben realizar para alcanzar los objetivos del proyecto. Esta parte responde a la pregunta ¿cómo lo vamos a hacer?

- Es recomendable hacer un listado de las actividades y definir un cronograma con responsables
- Para definir los responsables se debe responder otra pregunta: ¿Quienes lo vamos a hacer?
- Es recomendable usar un cuadro, tabla o diagrama de GANT por actividades donde se identifiquen las actividades, los responsables y los tiempos para hacer seguimiento al cimplimiento.

h) CRONOGRAMA:

Es un "gráfico" que muestra el tiempo que usaremos para ejecutar el proyecto. Nos sirve para explicar en cuanto tiempo haremos las actividades del proyecto. También es conocido como "tiempo de ejecución".

- Para hacerlo debemos responder para cada actividad: ¿Cuándo lo vamos hacer? Debemos definir claramente el tiempo, el cual puede ser medido en días, semanas o meses.
- El cronograma también nos sirve para medir y valorar el avance de las actividades del proyecto.



Actividades	Responsables	Fecha de comienzo	Fecha de finalización
Gestión del Terreno	Juana	15 de junio	15 de agosto
Compra de Materiales	Pedro	17 de agosto	27 de agosto
.....			

i) PRESUPUESTO :

Es el valor o precio de la inversión para hacer el proyecto, permite calcular los diferentes costos, gastos, ingresos e inversiones y también validar las posibilidades de financiamiento que requiere el proyecto. En un presupuesto se deben diferenciar y conocer los diferentes recursos:

a. Recursos institucionales: Son los aportes que instituciones como alcaldías, ONG, la comunidad u otros ofrecen para realizar el proyecto
b. Recursos materiales: Son los elementos físicos con los cuales se va a hacer el proyecto (materiales de construcción, muebles, enseres, etc)
c. Recursos humanos: Son las personas que se requieren para realizar las actividades que permitirán cumplir los objetivos



¿Cómo valoramos los recursos materiales?

Debemos realizar la lista de recursos materiales y debemos identificar qué cosas necesitamos para cada una de las actividades. Es importante estimar muy bien para evitar que nos hagan falta recursos.

¿Cómo valoramos los recursos humanos?

Es el valor del trabajo de las personas. Para asignarle un valor debemos revisar en nuestro CRONOGRAMA DE TRABAJO lo siguiente:

- Personas que van a trabajar.
- Tiempo que van a trabajar.

Debemos conocer cuántos días se necesitarán para la obra y multiplicarlo por el salario por día (semanas o años) que se pagará a cada uno.

Una vez que sabemos cuánto tiempo trabajarán, le ponemos precio a cada día de trabajo y lo multiplicamos por el total de días. Se deben poner todos los valores, aunque sea trabajo aportado por la comunidad.





¿Cómo valoramos los recursos institucionales?

Es el precio o valor de las cosas que aportarán las instituciones y la comunidad. Puede ser un terreno que donará la Alcaldía, materiales de la comunidad, una construcción previa, entre otros.

Valor total del proyecto: Aquí sumamos todos los recursos que necesitamos para el proyecto:

- Los materiales
- Los recursos humanos
- Las institucionales

Una forma sencilla de realizar el presupuesto de un proyecto es mediante el siguiente cuadro:



Tipo de Recurso	Cantidad/ Tiempo	Precio Unitario	Precio Total
MATERIALES			
HUMANOS			
INSTITUCIONALES			
Totales			

Cuadro de aportes

¿Qué es el cuadro de aportes?

Es la contribución que una comunidad o institución (como ONG o Alcaldía) le da al proyecto. También es conocido como CONTRAPARTE del proyecto. Muchas veces las organizaciones que financian proyectos usualmente piden hasta el 20% de contraparte del total del proyecto.

Recurso	Precio total	Fuente de financiamiento				
		Aporte Comunidad	Aporte Alcaldía	Aporte ONG	Total del Aporte	Monto solicitado
Materiales						
Humanos						
Institucionales						
Totales						

Paso 4. Implementación del proyecto o plan de trabajo: Sirve para ejecutar y mantener el proyecto en buen camino, de acuerdo a las actividades y recursos y tiempos planificados, Esta fase responde a la pregunta ¿Cómo lo estamos haciendo?; se puede haber planificado muy bien pero si no se ejecutan las actividades y recursos en el tiempo definido en el cronograma, se corre el riesgo de fracasar.

Para una buena ejecución del proyecto se requiere una minuciosa supervisión; para los cual es importante definir un comité o un responsable que garantice la implementación oportuna y adecuada administración de todas las actividades, recursos y tiempo.

La supervisión se puede hacer de tres formas:

1. Coordinar directa y personalmente las actividades
2. Visitar el lugar del proyecto para validar con el personal si se están ejecutando y cumpliendo el cronograma según las actividades, recursos y tiempo propuesto.



Los informes escritos y verbales son los medios que ayudan a todos los vinculados en el proyecto a estar informados de la ejecución del mismo. para hacer un informe escrito se deben tener en cuenta los siguientes aspectos: Fecha, Informante, a quien va dirigido, avances, evidencias, debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del proyecto y sugerencias.

Paso 5. Evaluación del proyecto: En esta fase se valora lo que está sucediendo o sucedió para conocer los resultados del proyecto; la evaluación es muy importante para conocer con el proyecto se dio respuesta a la necesidad o problema previamente identificado. Esta fase debe responder a las preguntas:

- ¿Se logró resolver el problema o necesidad?
- ¿En qué nivel se cumplieron las expectativas?
- ¿Por qué se lograron esos resultados?
- ¿Cómo se alcanzaron los objetivos?
- ¿Qué se debería mejorar?



Evaluación del capítulo 5 -Actividad Práctica

Apropiar conceptos y procedimientos para la formulación de proyectos comunitarios mediante una actividad práctica.

13.5 Practique lo aprendido

- ❑ Seleccione un problema, necesidad u oportunidad que exista en su comunidad (Barrio o Vereda) y realice una carpeta para presentar un proyecto comunitario teniendo en cuenta el siguiente ejemplo

¿Cómo redactar nuestro proyecto comunitario?

Es la forma escrita que usamos para presentar el proyecto a posibles organizaciones o personas que nos ayudarán a realizarlo. ¿Cómo podemos escribir el formato del proyecto? A decir verdad, existen muchas formas de presentación, pero en general demandan lo siguiente:



1. La carpeta del proyecto o página de presentación:

Se recomienda escribir el nombre del proyecto y el nombre de la organización que lo está presentando. Una opción es presentar una carátula con fotos e imágenes del lugar con el proyecto. Se recomienda una página.







2. Carta de presentación:

Podemos usar el siguiente formato:

Nombre del municipio, _____ (mes) _____ (año) _____

Sr. (a). _____ (nombre de la Entidad a quién se dirigen)

En nombre de la comunidad _____ nos dirigimos a su organización _____ con el objeto de presentar el _____ (nombre del proyecto), elaborado para solucionar el problema de _____ , esperando beneficiar a personas.

El monto total del proyecto es de _____ (dólares), de los cuáles se dispone de una contraparte de _____ , solicitando un apoyo de _____ (monto de solicitud de apoyo) para su ejecución.

Esperando contar con su efectivo apoyo y esperando una pronta y positiva respuesta, les saludamos de manera atenta,

Firma de los responsables del proyecto.

3. Datos generales del proyecto:



En un cuadro detallamos los aspectos más relevantes del proyecto. Muchas organizaciones que cooperan al principio sólo solicitan esta parte:

Contenidos	Mi Proyecto
Nombre del proyecto	El título puede referirse a proyectos materiales tales como inmateriales.
Localidad	Se escribe el nombre de la comunidad, departamento y país donde estará el proyecto.
Beneficiados	Se define la cantidad de personas beneficiadas por el proyecto. Se recomienda valorar cuantos son hombres y a cuantas mujeres.

Contenidos	Mi Proyecto
Importancia del proyecto	Se define la relevancia del proyecto para la gente de la comunidad.
Nombre de la organización	Aquí es importante discutir el nombre de la organización que presentará el proyecto: Alcaldía, Cooperativa, ONG, etc. En todo caso, los organismos cooperantes piden lo que llaman "personería jurídica", es decir el nombre y número de registro ante el Ministerio de Gobernación si es ONG.
N° de registro	Si es ONG se escribe el número de registro ante el Ministerio de Gobernación. Si es cooperativa se escriben el número de inscripción en el ministerio de trabajo.
Dirección y teléfono	Se establecen la dirección y teléfono donde está la organización: Alcaldía, ONG, etc.
Presupuesto total del proyecto	Se coloca el total del proyecto. Debemos valorar si la organización a quien vamos a presentar el proyecto lo requiere en dólares.
Contraparte	Se escribe el total de la contraparte y el porcentaje.
Monto solicitado al cooperante	Se escribe la cantidad total que se está solicitando.

4. Localización del proyecto:

También le llaman ubicación geográfica. En esta parte se pueden usar datos e informaciones de diagnósticos y censos que hemos hecho recientemente. Se recomienda Exponer en no más de una página, lo siguiente:

a) Características e historia de la comunidad.

Nuestra comunidad fue fundada en _____ (fecha), y Pertenece al departamento de _____ , siendo el Por ciento de la población de mujeres y _____ por ciento de la población son niños y niñas.

Las principales actividades económicas de la comunidad son (especificar si es ganado, café, frijoles, maíz, turismo entre otros).



b) Dirección del lugar o terreno: Explicar todos los datos posibles para facilitar la ubicación del proyecto: por ejemplo, el nombre del lugar, la ruta que pasa por ahí, en que kilómetro se ubica. Si es una capacitación, taller o evento se debe explicar donde se llevará a cabo.

c) Es recomendable poner un mapa para ubicar más fácil el proyecto. Puede ser dibujado, o bien, un mapa elaborado por la Alcaldía.

5. Justificación del proyecto

Aquí debemos colocar la respuesta cuando respondimos ¿por qué lo vamos a hacer? Exponer en no más de media página. Podemos señalar:

a) La comunidad tiene como principales problemas_____
(Escribir los problemas mencionados en el árbol), sin embargo debido a los efectos que tienen en la población, se decidió ejecutar el proyecto_____(escribir el proyecto identificado en el árbol de objetivos).

b) En este sentido, el proyecto_____ (título del proyecto) pretende solucionar los principales problemas referidos a_____
(Definir los efectos señalados en el árbol de problemas).

c) La cantidad de personas que se encuentran afectadas por el problema es de aproximadamente_____(escribir la cantidad de personas que se beneficiará con el proyecto).

6 Objetivos del proyecto

Explicar en un párrafo los objetivos generales o específicos.

OBJETIVO DEL PROYECTO

General:
Mejorar el acceso de agua potable a 72 familias de la comunidad Cañada Verde mediante la construcción de un mini acueducto en el segundo semestre del año 2011.

Específicos:
Construir un mini acueducto y sistema de tubería en la Comunidad Cañada Verde.

Capacitar a los productores para el manejo adecuado del agua durante el verano.



7. Actividades y Cronograma

Aquí debemos escribir el cuadro de actividades y responsables y luego el cuadro de actividades podemos usar una página para cada uno de los cuadros.

El tiempo para ejecutar el proyecto será entre el 15 de junio hasta el 2 de noviembre (18 semanas ó 4 meses y medio).

Actividades	Responsables	Fecha de Comienzo	Fecha de Fin
1. Gestión de donación de terreno.	Alcaldías	15 de junio	15 de agosto (60 días)
2. Diseñar el mini acueducto comunitario.	Arquitecto de la Alcaldía	17 de agosto	27 de agosto (10 días)
3. Comprar Materiales.	Maestro de Obra	17 de agosto	17 de septiembre (30 días)
4. Actividades de construcción.	Maestro de Obra	18 de septiembre	30 de octubre (42 días)
5. Capacitación para manejo de agua a productores de la comunidad.	Directora de la escuela	1 de noviembre	2 de noviembre (2 días)
6. Reforestación de 2 manzanas de la cuenca del	Responsable ONG	18 de septiembre	18 de octubre (30 días)

Cronograma

Proyecto: Construcción de Mini acueductos en la comunidad Piedra Azul.	Duración: Junio / Noviembre	Responsable: - Alcaldía - Escuela - ONG

ETAPA	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	PROGRESO
1. Gestión de donación de terreno.							
2. Diseñar el mini acueducto comunitario.							
3. Comprar Materiales.							
4. Actividades de construcción.							
5. Capacitación para manejo de agua a productores de la comunidad.							
6. Reforestación de 2 manzanas de la cuenca del río.							



8. Presupuesto

Aquí debemos escribir en una página:

a) toda la información del cuadro del valor total del presupuesto, explicando todos los recursos que vamos a precisar.

b) cuadro de aportes, para que aquellos que posiblemente nos van a financiar vean claramente cuánto vamos aportar.

Actividades	Recursos materiales	Cantidad	Precios unitarios	Precio total
Comprar materiales Construcción	Bloques	2,000 unidades	5	$ 10,000.00
	Bolsas de cemento	40 quintales	130	$ 5,200.00
	Tubos	10 unidades	50	$ 500.00
	Hierro	15 quintales	900	$ 13,500.00
Comprar materiales Capacitación	Libretas y lápices	100 unidades	10	$ 1,000.00
Comprar plantas Reforestación	Plantas	1000 plantas	5	$ 500.00
TOTAL $ 30,200.00				

9. Evaluación

En dos párrafos colocamos el comité de seguimiento y los principales indicadores de evaluación. Se puede usar el siguiente cuadro:

Se eligió a Juana y a Pedro como los responsables del comité de seguimiento para verificar si el objetivo se había alcanzado. Para ello se definió una matriz para medir el avance, hacer el informe y tomar las fotos de las acciones.

Objetivo	Indicador	Antes del Proyecto	Después del Proyecto	Medio de verificación
Mejorar el acceso al agua de 72 familias	N° de viviendas con acceso al agua por tubería	0	72	Informes de instalación. Fotografías
	Porcentaje de viviendas con acceso al agua con tubería	0	100%	Informes de instalación. Fotografías

Nota: Se debe explicar que una vez finalizado el proyecto se adjuntará un informe con los siguientes aspectos:



10. Anexos

Muchas organizaciones QUE FINANCIAN PROYECTOS solicitan que les coloquemos copias de los siguientes documentos:

Personería Jurídica (Si es ONG o Cooperativa).

Constancia de Cumplimiento vigente emitida por el Ministerio de Gobernación de la República de El Salvador (si es ONG).

En el caso de ser una comunidad o grupo de pobladores, es necesario poner el de la entidad que los representa.

En caso de asociaciones deberá presentarse una Carta de Entendimiento entre las organizaciones y la personería Jurídica de cada uno.

Una vez formulado el proyecto, debemos presentarlo a los cooperantes que hemos identificado, pero también a la misma comunidad. Esto ayuda a que la población conozca el contenido y facilita su participación en la implementación y evaluación.

Bibliografía

Servicios de Informacion Mesoamericano sobre Agricultura Sostenible (SIMAS) 2009. Managua Nicaragua.

En esta hoja de tareas por favor describa cómo fue su experiencia al desarrollar los temas de esta cartilla:

7. Bibliografía:

Anais Brasileiros de Estudos Turísticos: ABET. Nº. 2, 2015. (s/f). Dialnet. https://dialnet.unirioja.es/ejemplar/434989

Argudo, C. (2017, noviembre 9). Ventajas y desventajas de la segmentación de mercado. *Emprende Pyme*. https://www.emprendepyme.net/ventajas-y-desventajas-de-la-segmentacion-de-mercado.html

Arias, P. S. (2020, octubre 15). *4 C's del marketing*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/4-cs-del-marketing.html

Belloso, I. S. (2016, agosto 18). *Algunos aspectos sobre el turismo comunitario en América Latina*. Entorno Turístico. https://www.entornoturistico.com/algunos-aspectos-sobre-el-turismo-comunitario-en-america-latina/

Biosphere Responsible Tourism. (2017, febrero 27). 22 *beneficios del turismo sostenible*. Biosphere Responsible Tourism. https://www.biospheretourism.com/es/blog/22-beneficios-del-turismo-sostenible/94

Carro del supermercado con los bolsos de compras. (s/f). *Time*. https://es.dreamstime.com/foto-de-archivo-carro-del-supermercado-con-los-bolsos-de-compras-image23943570

Centro Ecoturístico y Arqueológico El Carlos. (s/f). Ecotur.es. https://www.ecotur.es/ecoturismo/colombia/centro-ecoturistico-y-arqueologico-el-carlos_452_3777_11700_0_1_cen.html

Cómo hacer un buen plan de márketing turístico en 5 pasos. (2021, enero 28). *Ostelea.com*. https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/marketing-y-comunicacion/como-hacer-un-buen-plan-de-marketing-turistico-en-5-pasos

¿Cómo hacer un proyecto? Pasos y fases claves. (2022, marzo 11). Randstad. https://www.randstad.es/tendencias360/desarrollo-de-proyectos/

Competición de Turismo Rural. (s/f). Unwto.org. https://www.unwto.org/es/omt-competicion-turismo-rural

Conjunto del recorrido. (s/f). *Time*. https://es.dreamstime.com/foto-de-archivo-libre-de-regalías-conjunto-del-recorrido-image23225705

Crespo Alambarrio, M. A. (s/f). *GUÌA DE DISEÑO DE PROYECTOS SOCIALES COMUNITARIOS Bajo el enfoque del Marco Lógico*. Wordpress.com. https://planificacionsocialunsj.files.wordpress.com/2017/10/guia-de-proyectos-sociales-crespo.pdf

De, B. (2020, septiembre 29). *Servicios turísticos: Calidad y precio*. Ceupe. https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos-calidad-y-precio.html?dt=1656600689643

Del valle, G. (s/f). *DOCUMENTOS DE INTERÉS*. Gobernación del valle. https://www.valledelcauca.gov.co/documentos/12990/documentos-de-interes/

Depositphotos, Inc. (s/f). *Caricatura consumidor Imágenes Vectoriales, Gráfico Vectorial de Caricatura consumidor*. Depositphotos. https://mx.depositphotos.com/vector-images/caricatura-consumidor.html

Desarrollo sostenible. (s/f). Unwto.org. https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible

Diseño De Productos Turísticos. (s/f). Xdoc.Mx. https://xdoc.mx/documents/diseo-de-productos-turisticos-5e5c1903a0ccb

El Turismo Comunitario. (s/f). Acs-aec.org. http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario

elcondinero6xd. (2021, abril 28). *Punto de equilibrio*. Conceptos; elcondinero6xd. https://enorcerna.com/conceptos/punto-de-equilibrio/

Espinoza, P., José, M., Herrera, ;., & Kerly Brigith, T. (s/f). *LA SEGMENTACIÓN DE MERCADO EN EL MARKETING TURÍSTICO: UNA ESTRATEGIA BÁSICA PARA DESCUBRIR QUIÉN ES MI CLIENTE Y SER MÁS COMPETITIVO*. Eumed.net. http://www.eumed.net/libros-gratis/actas/2017/turismo/30-la-segmentacion-de-mercado.pdf

Ferreira-Herrera, D. C. (2016). El modelo CANVAS en la formulación de proyectos. *Cooperativismo & desarrollo*, 23(107). https://doi.org/10.16925/co.v23i107.1252

Galán, J. S. (2016, marzo 2). *Consumidor*. Economipedia. https://economipedia.com/definiciones/consumidor.html

INVESTIGACION Y PLANEACION - Google search. (s/f). Google.com. https://www.google.com/search?q=INVESTIGACION+Y+PLANEACION&rlz=1C1OKWM_esCO906CO906&sxsrf=ALiCzsYkSjilLU_mMehb3rA5ThqdbxEb_w:1657738557242&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjPz9auxfb4AhWlbzABHbbPCLsQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1366&bih=625&dpr=1

La especialización, una salida a la estacionalidad en turismo rural. (2016, septiembre 21). Diario de Gastronomía: Cocina, vino, gastronomía y recetas gourmet. https://diariodegastronomia.com/la-especializacion-clave-la-estacionalidad-turismo-rural/

Las 4 c del marketing. (2021, enero 21). *ILEP*. http://www.ilep.mx/post/las-4-c-del-marketing

Macario, A. (2015, febrero 5). *¿Subir, mantener o bajar nuestro presupuesto de Marketing?* ANDRÉS MACARIO; Andres Macario. https://andresmacario.com/subir-mantener-o-bajar-nuestro-presupuesto-de-marketing/

Manuales. (s/f). Com.co. https://fontur.com.co/es/proyectos/manuales

Martín, C., & Cyberclick. (s/f). *¿Cuáles son las 4C del marketing?* Cyberclick.es. https://www.cyberclick.es/numerical-blog/cuales-son-las-4c-del-marketing

Molina V., E., Orozco, K., Pazmiño, J., & Tonato, L. (2018). La segmentación de los residentes de Quito, enfocado a las actividades de ocio y turismo (ociotipos). *Siembra*, 5(1), 132–147. https://doi.org/10.29166/siembra.v5i1.1434

Montalván, D., & Vinicio, W. (2009). *Paquete turístico: Tras la huella de nuestra cultura precolombina en Cuenca y en el Parque Nacional Cajas*. Universidad del Azuay.

Morales, J. (s/f). *A Interpretación do Patrimonio (natural e cultural), unha disciplina para producir significados*. Unirioja.es. https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/2239493.pdf

Normas técnicas sectoriales. (s/f). Gov.co. https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales

OECD. (2014). Glosario. En *Panorama de las Administraciones Públicas* (pp. 143–147). OECD.

Plan de acción marketing. (2021, mayo 10). Comunicare - Agencia de Marketing Online. https://www.comunicare.es/plan-de-accion-marketing/

Plan Sectorial de Turismo 2018 - 2022. (s/f). Gov.co. https://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/desarrollo-regional/plan-sectorial-de-turismo-2018-2022

Pozo, J. I. (1987). Documentación. *Infancia y aprendizaje*, *10*(38), 115–115. https://doi.org/10.1080/02103702.1987.10822166

Proveedores de servicios turísticos. (2019, noviembre 28). Mafius. https://www.mafius.com/economia/proovedores-de-servicios-turisticos/

¿Qué es un paquete turístico y cómo se clasifica? (2021, enero 4). Entorno Turístico. https://www.entornoturistico.com/paquete-turistico/

Registro Nacional de Turismo - RNT. (s/f). Confecamaras.co. de https://rnt.confecamaras.co/

Sistema de Bibliotecas. (s/f). Edu.co. https://biblioteca.sena.edu.co/

Vargas, P., & Raquel, M. (2020). Los proyectos comunitarios, una visión de desarrollo desde el escenario turístico rural. *Revista Universidad y Sociedad*, *12*(3), 14–19. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000300014

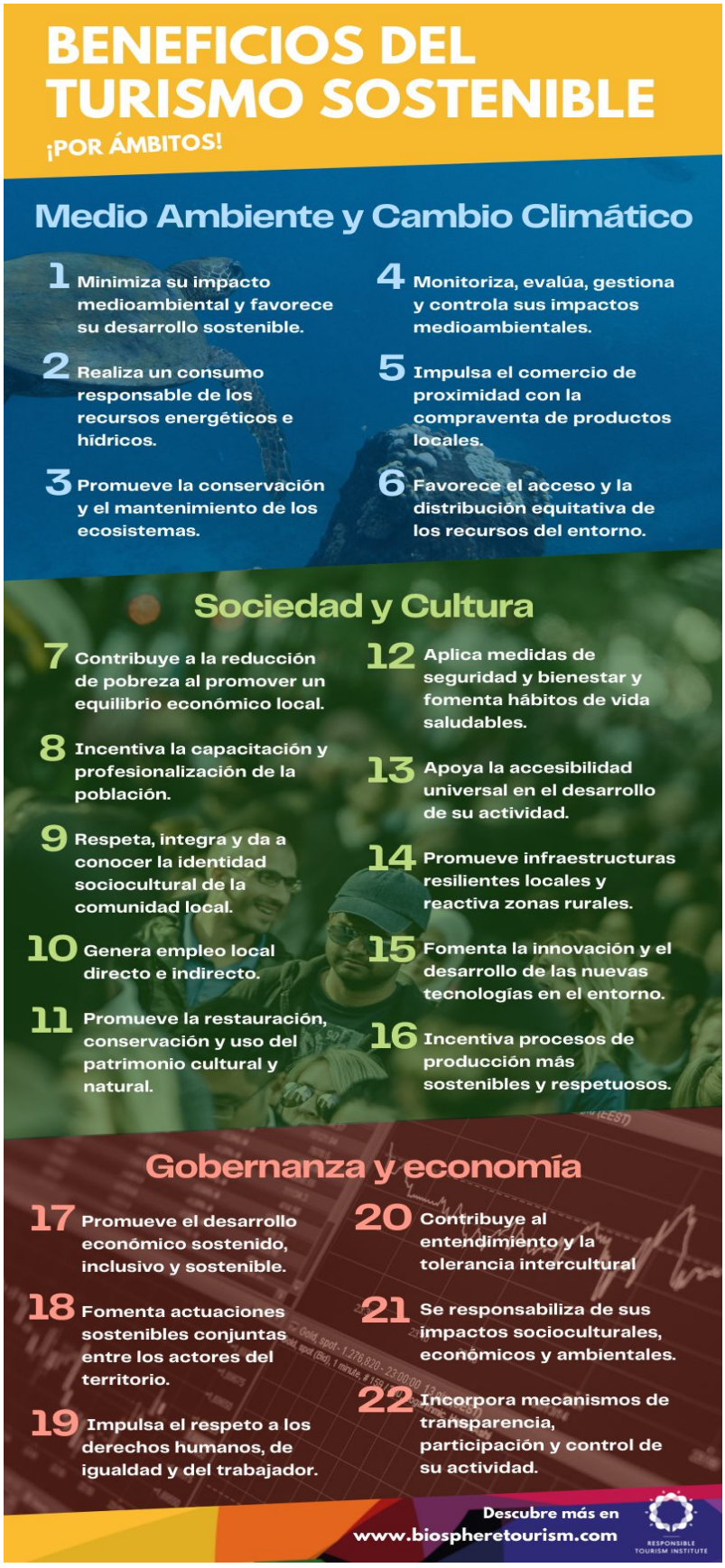
Yépez, C. B. R. (2015). Metodología para el diseño de paquetes turísticos. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, *5*(2), 49–58. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5599556

(S/f-a).http://file:///C:/Users/SENA/Downloads/Dialnet-AInterpretacionDoPatrimonioNaturalECulturalUnhaDis-2239493.pdf

(S/f-b).Gov.co.http://www.mincit.gov.co/minturismo/infraestructura-turistica/proyectos-turisticos-especiales-pte/abece-proyectos-turisticos-especiales

(S/f-c). Colombia.travel. https://guianaturaleza.colombia.travel/

7. Anexos


BENEFICIOS DEL TURISMO SOSTENIBLE
¡POR ÁMBITOS!
Medio Ambiente y Cambio Climático
1 Minimiza su impacto medioambiental y favorece su desarrollo sostenible.
2 Realiza un consumo responsable de los recursos energéticos e hídricos.
3 Promueve la conservación y el mantenimiento de los ecosistemas.
4 Monitoriza, evalúa, gestiona y controla sus impactos medioambientales.
5 Impulsa el comercio de proximidad con la compraventa de productos locales.
6 Favorece el acceso y la distribución equitativa de los recursos del entorno.
Sociedad y Cultura
7 Contribuye a la reducción de pobreza al promover un equilibrio económico local.
8 Incentiva la capacitación y profesionalización de la población.
9 Respeta, integra y da a conocer la identidad sociocultural de la comunidad local.
10 Genera empleo local directo e indirecto.
11 Promueve la restauración, conservación y uso del patrimonio cultural y natural.
12 Aplica medidas de seguridad y bienestar y fomenta hábitos de vida saludables.
13 Apoya la accesibilidad universal en el desarrollo de su actividad.
14 Promueve infraestructuras resilientes locales y reactiva zonas rurales.
15 Fomenta la innovación y el desarrollo de las nuevas tecnologías en el entorno.
16 Incentiva procesos de producción más sostenibles y respetuosos.
Gobernanza y economía
17 Promueve el desarrollo económico sostenido, inclusivo y sostenible.
18 Fomenta actuaciones sostenibles conjuntas entre los actores del territorio.
19 Impulsa el respeto a los derechos humanos, de igualdad y del trabajador.
20 Contribuye al entendimiento y la tolerancia intercultural
21 Se responsabiliza de sus impactos socioculturales, económicos y ambientales.
22 Incorpora mecanismos de transparencia, participación y control de su actividad.
Descubre más en
www.biospheretourism.com
RESPONSIBLE TOURISM INSTITUTE

7. Anexos


Cómo tramitar el RNT
por primera vez:
El RNT es el registro público, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia, es uno de los requisitos habilitantes para la prestación de servicios turísticos: Decreto 2063 de 2018.
A
Registrece como usuario en el portal RNT
Ingrese a rnt.confecamaras.co
1
Crear una cuenta de usuario
Ingresa por la opción "Registrarse" del menú principal. El sistema lo llevará al formulario de registro de la plataforma a nivel nacional. Diligencie los datos requeridos.
2
Confirmar cuenta
– Ingrese a la cuenta de correo registrada y abra el correo de bienvenida enviado desde el RNT.
– Para confirmar la cuenta de clic en el enlace "Ingresa Aquí" que aparece en el cuerpo del correo.
– Luego de confirmar su cuenta podrá ingresar al sistema por medio de la opción "Iniciar sesión".
3
Actualizar Datos
Al ingresar al sistema podrá actualizar su contraseña y datos de su cuenta por medio de la opción "Mi perfil".

7. Anexos


Cómo tramitar el RNT
por primera vez:
Recuerde que debe solicitar la inscripción de un registro independiente por cada uno de los establecimientos de comercio, sucursales, inmuebles y agencias que tenga su negocio.
B
Isncríbase en el RNT
Ingrese a rnt.confecamaras.co
1
Ingrese por la opción "iniciar sesión", y digite su usuario y contraseña.
2
De clic en el botón "Nueva Solicitud" o en "Empezar" según sea el caso.
3
Según la naturaleza de su negocio el sistema habilitará los tipos de RNT que puede solicitar: Establecimiento de comercio, guía de turismo o inmueble. Escoja el tipo de RNT que desea solicitar.
4
Radicar el formulario de inscripción
C
Gestiones sus solicitudes de inscripción
Una vez sea aprobada su solicitud de inscripción, recibirá una notificación al correo electrónico, el sistema le asociará un número de RNT y en el listado aparecerá con el estado INSCRIPCIÓN: APROBADA.

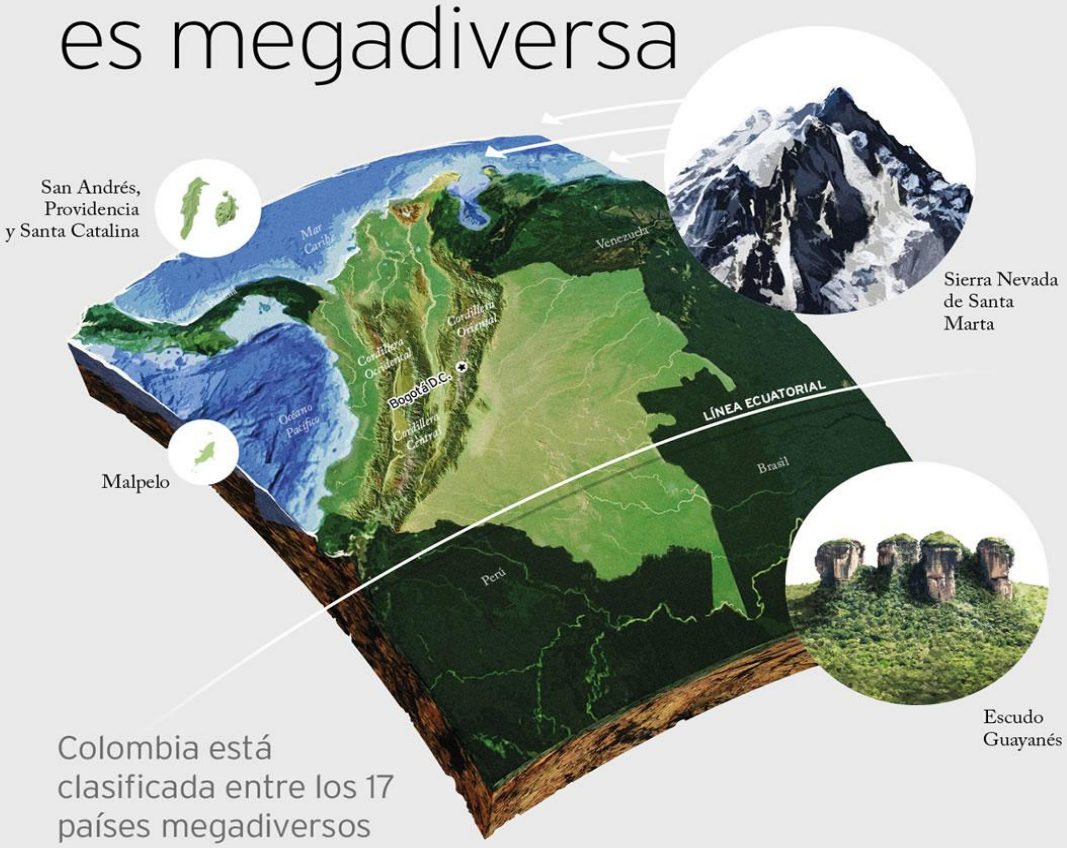
7. Anexos


USAID
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA
PROCOLOMBIA
CONTEMPLAR, COMPRENDER, CONSERVAR
El regalo de la biodiversidad
Por ser el hogar de miles de especies animales y vegetales, el bosque húmedo tropical es un singular nido de la diversidad mundial y debe ser protegido.
Rico, frágil, generoso y amenazado, el bosque húmedo tropical abraza a más de la mitad de las especies de flora y fauna del mundo. En este ecosistema, que representa menos del 10% de la superficie terrestre, pero una buena proporción del territorio colombiano, habita la mayor diversidad de insectos, plantas, aves y anfibios de la Tierra. Además, es hogar de varias especies que no se encuentran en otro sitio del planeta. En suma, es una oda a la vida. En Colombia, las dos extensiones más grandes de este ecosistema son el Pacífico y la Amazonia.
Danta
Tapirus
Papamoscas real amazónico
Onychorhynchus coronatus
Boa constrictor
Boa constrictor
Balazo
Monstera deliciosa
Rana dardo verdinegra
Dendrobates auratus
Alberga casi
20 millones
de especies de artrópodos y diversas aves como los paragüeros, los cotingas y los atrapamoscas.
Esta ficha ha sido producida con el apoyo del pueblo de Estados Unidos de América a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
Su contenido es responsabilidad de ProColombia y Chemonics International, y no necesariamente refleja las opiniones de

7. Anexos

USAID DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA PROCOLOMBIA

Por qué Colombia es megadiversa



Colombia está clasificada entre los 17 países megadiversos del mundo.

El país se encuentra en una ubicación geográfica privilegiada. Situado justo al norte de la línea ecuatorial (latitud 0), tiene un clima tropical que se mantiene constante durante todo el año, sin estaciones marcadas. Este clima tropical, además de un relieve como ningún otro, hacen de Colombia un territorio propicio para albergar una gran cantidad de ecosistemas y formas de vida diferentes.

Si bien compartimos muchos ecosistemas con países vecinos, ninguno de ellos los reúne todos, como ocurre en Colombia: el único país suramericano con costa en ambos océanos, tres cordilleras andinas y los valles que resultan de ellas, una sierra nevada costera, un semidesierto tropical, la selva amazónica, el Chocó Biogeográfico, los Llanos Orientales y el Escudo Guayanés. Es casi imposible imaginarse un país que reúna tanta variedad de ambientes, sin embargo, Colombia lo tiene todo.

Esta ficha ha sido producida con el apoyo del pueblo de Estados Unidos de América a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
Su contenido es responsabilidad de ProColombia y Chemonics International, y no necesariamente refleja las opiniones de ProColombia, USAID o del gobierno de Estados Unidos.

7. Anexos



CONTEMPLAR, COMPRENDER, CONSERVAR

COMPETENCIAS DEL GUÍA DE NATURALEZA

Para ejercer la profesión se deben tener competencias acreditadas y certificables relacionadas principalmente con los temas de seguridad, comunicación, vida al aire libre y prestación del servicio.

Competencias en comunicación

El guía debe expresarse de manera concreta y clara, comunicar la información de manera asertiva y ajustar su discurso a las dinámicas de cada entorno o lugar visitado.

Competencias en seguridad

El guía debe estar en capacidad de analizar, evaluar y generar medidas de prevención y mitigación de riesgos; establecer procedimientos a seguir antes, durante y después de las actividades, y garantizar la seguridad tanto de sí mismo y de los visitantes como de las comunidades y del ambiente.

Competencias para la prestación del servicio

El guía debe aplicar buenas prácticas a la hora de planear, ejecutar y controlar el programa turístico, pensando siempre en brindarle la mejor experiencia al turista.

Competencias relacionadas con la vida al aire libre

El guía debe aprender técnicas de senderismo, montaje de campamentos, observación de fauna y flora, supervivencia, orientación, meteorología y cocina, entre muchas otras.

Atención al cliente

10. Trabajar por brindar a los viajeros y clientes disfrute y comodidad, mientras promueve el respeto por la naturaleza, la vida silvestre y las comunidades locales.
11. Respetar las necesidades, los derechos, las opiniones y las creencias individuales de los visitantes, y evitar cualquier conducta que pueda ofenderlos.
12. Priorizar la seguridad y protección de los visitantes, sin poner en riesgo el bienestar de las comunidades locales y la protección de los ecosistemas y la vida silvestre.

Conservación

13. Realizar todas las actividades de la forma que cause el menor daño posible o el menor efecto negativo sobre el ambiente.
14. Tratar a los animales con respeto, sin molestarlos o acosarlos, y procurando interferir al mínimo en su comportamiento normal.
15. Participar en actividades que promuevan la conservación y recuperación ambiental.

Capacitación y actualización

16. Comprometerse con mantener actualizados sus conocimientos y capacidades técnicas, mediante la formación o el estudio propio.
17. Participar en conferencias, seminarios, charlas y otras actividades relacionadas con el guionaje, el turismo de naturaleza y la conservación.
18. Compartir conocimientos y aprender de otros guías, expertos y funcionarios.

7. Anexos

CONCEPTOS CLAVE

Servicios ecosistémicos

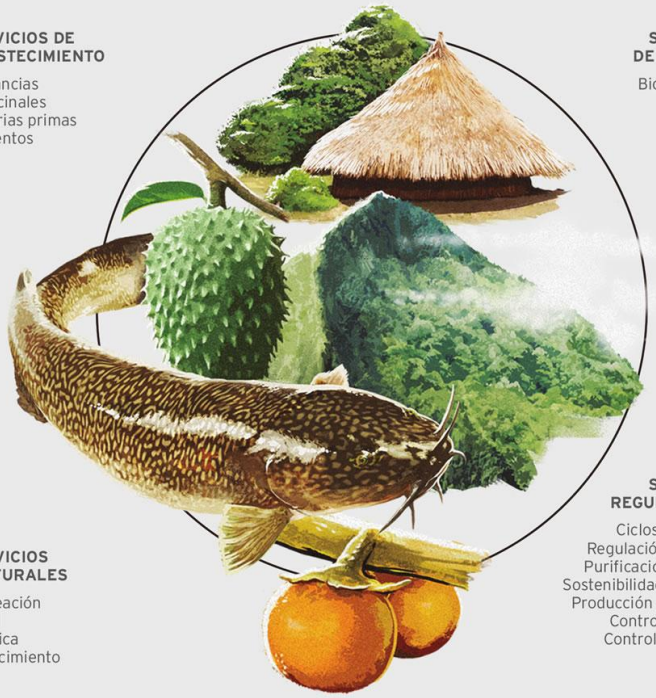
Los servicios de los ecosistemas son los beneficios que ofrece la naturaleza a los seres humanos.

SERVICIOS DE ABASTECIMIENTO

Sustancias medicinales
Materias primas
Alimentos
Agua

SERVICIOS DE SOPORTE

Biodiversidad
Hábitat
Procesos naturales



SERVICIOS CULTURALES

Recreación
Salud
Estética
Conocimiento

SERVICIOS REGULATORIOS

Ciclos biológicos
Regulación climática
Purificación del agua
Sostenibilidad de suelos
Producción de oxígeno
Control de plagas
Control de efectos antrópicos

Los servicios de los ecosistemas son los beneficios que ofrece la naturaleza a los seres humanos. Cuando se encuentran en buen estado, dichos ecosistemas ofrecen bienes como la polinización natural de los cultivos, aire limpio, agua potable, mitigación de condiciones climáticas extremas y bienestar físico y mental, entre otros. Los servicios de los ecosistemas se agrupan en cuatro categorías amplias: aprovisionamiento (por ejemplo, la producción de materia prima y agua); regulación (control del clima y las enfermedades); soporte (ciclos de producción de nutrientes y oxígeno); y culturales, basados en el valor intrínseco de la naturaleza. Estos servicios se han utilizado para informar a los responsables de la toma de decisiones sobre el «valor» de lo que nos brinda la naturaleza.

Esta ficha ha sido producida con el apoyo del pueblo de Estados Unidos de América a través de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID).
Su contenido es responsabilidad de ProColombia y Chemonics International, y no necesariamente refleja las opiniones de ProColombia, USAID o del gobierno de Estados Unidos.