



# CURSO INHERIT

## Kit de Herramientas del Formador



Co-funded by  
the European Union

El "Kit de Herramientas del Formador" representa la estrategia de formación vinculada al turismo experiencial en el marco del proyecto Erasmus+ "Interpretación del Patrimonio a través de la Narración Digital para el Desarrollo del Turismo Experiencial en Áreas Rurales" (2023-1-BG01-KA220-VET-000157210).

Financiado por la Unión Europea. No obstante, las opiniones y puntos de vista expresados son exclusivamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea ni los de la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura de la Unión Europea (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser responsables de ellos.

**Autores:**

Devetaki Plateau Association, Bulgaria

(<https://www.devetakiplateau.org/en>)

Tetra Solutions, Bulgaria

(<https://tetra-solutions.eu/en/>)

**Colaboradores:**

Kato Drys Community Council, Chipre

(<https://www.katodrys.org/en.html>)

Lišov Múzeum, Eslovaquia

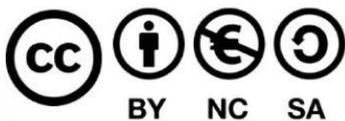
(<https://lisovmuzeum.sk/>)

Naturalwalks, España (<https://naturalwalks.com/en/>)

**Edición y Diseño:**

Kato Drys Community Council, Chipre (<https://www.katodrys.org/en.html>)

Tetra Solutions, Bulgaria (<https://tetra-solutions.eu/en/>)



Este documento puede ser copiado, reproducido o modificado de acuerdo con las reglas anteriores. Además, se debe hacer una referencia clara a los autores del documento y a todas las partes aplicables del aviso de derechos de autor.

Todos los derechos reservados. © Copyright 2024 INHERIT



# INDÍCE

|  |    |
|--|----|
| I. Resumen del curso INHERIT.....  | 3  |
| II. Estructura del curso INHERIT .....   | 4  |
| III. Objetivos del Kit de Herramientas.....  | 5  |
| IV. Metodología de aprendizaje experiencial .....  | 6  |
| V. Actividades de aprendizaje .....  | 9  |
| Módulo 1. Análisis de los recursos del territorio .....  | 9  |
| Módulo 2. Evaluación y selección preliminar de los recursos territoriales.....                       | 12 |
| Módulo 3. Identificación y análisis de los servicios territoriales asociados al turismo.....         | 14 |
| Módulo 4. Análisis de los perfiles de los clientes para una oferta turística .....                   | 18 |
| Módulo 5. Formación en la estructura de actividades guiadas e interpretativas –<br>storytelling..... | 31 |
| Módulo 6. Desarrollo de productos turísticos .....   | 35 |
| VI. Temporalidad de las actividades .....  | 40 |
| VII. Instrucciones para formadores de INHERIT .....  | 46 |
| VIII. Referencias .....  | 52 |

# I. Resumen del curso INHERIT

El curso de formación INHERIT es un programa de formación profesional no formal diseñado para propietarios y gerentes de pequeñas empresas turísticas, así como para emprendedores individuales en áreas rurales, como hoteles familiares, restaurantes, artesanos, proveedores de actividades turísticas y guías de naturaleza. Situado en la intersección del turismo experiencial, la interpretación del patrimonio, la narración digital y el marketing, este curso aborda las tendencias evolutivas del turismo, incluida la creciente demanda de experiencias inmersivas al aire libre y la creciente influencia de las tecnologías digitales en la planificación y ejecución de los viajes. El curso INHERIT empodera a los adultos en edad de trabajar de las comunidades rurales para desarrollar nuevos productos de turismo experiencial que se basen en los recursos naturales y culturales locales.

La interpretación del patrimonio juega un papel central en este curso, ofreciendo una herramienta poderosa para crear conexiones significativas entre los visitantes y el patrimonio tangible e intangible del destino. Al interpretar la importancia histórica, cultural y ambiental de los recursos locales, los participantes serán capaces de transformar actividades turísticas ordinarias en experiencias ricas y educativas que fomenten una comprensión más profunda de la región. La interpretación ayuda a cerrar la brecha entre los visitantes y el paisaje local, las tradiciones y el modo de vida, haciendo que la experiencia turística sea más auténtica y memorable.

El curso consta de seis módulos que guían a los participantes a través del proceso de desarrollo de productos de turismo experiencial. Comenzando con la identificación, evaluación y selección de los recursos naturales y culturales del territorio, los participantes avanzan para analizar los servicios turísticos locales y los perfiles de los clientes, culminando en la creación de actividades turísticas experienciales. Al revelar las historias detrás de los monumentos culturales, las prácticas tradicionales y los paisajes naturales, los participantes podrán crear experiencias que inspiren a los visitantes a apreciar, proteger y apoyar el uso sostenible de los recursos turísticos.

La sostenibilidad es un principio fundamental que atraviesa todo el curso INHERIT. Cada módulo integra conceptos clave del turismo sostenible, subrayando la necesidad de minimizar el impacto ambiental del turismo, promover la conservación del patrimonio natural y cultural, y fomentar prácticas turísticas responsables. Al dotar a los proveedores de turismo rural de las habilidades necesarias para diseñar experiencias significativas basadas en el patrimonio, el curso promueve modelos turísticos que apoyan las economías locales a la vez que protegen la integridad del destino.

Al finalizar el curso de formación INHERIT, los participantes deberán ser capaces de diseñar e implementar actividades turísticas experienciales que resalten el patrimonio natural y cultural único de su región, promoviendo al mismo tiempo la sostenibilidad a largo plazo de los recursos turísticos.

## II. Estructura del curso INHERIT

|                 |  |  |
|-----------------|--|--|
| <b>Módulo 1</b> | <b>Análisis de los recursos del territorio</b><br>- Unidad 1.1 Recursos naturales<br>- Unidad 1.2 Recursos culturales  | Formación en aula: 5h<br>Actividad de campo: 10h<br><br>Total: 15h   |
| <b>Módulo 2</b> | <b>Evaluación y selección preliminar de los recursos territoriales</b><br>- Unidad 2.1 Criterios para el análisis y selección de recursos<br>- Unidad 2.2 Sostenibilidad del turismo rural: criterios económicos, sociales, culturales y ambientales | Formación en aula: 3,5h<br>Actividad de campo: 1,5h<br><br>Total: 5h |
| <b>Módulo 3</b> | <b>Identificación y análisis de los servicios territoriales asociados al turismo</b><br>- Unidad 3.1 Servicios básicos en la cadena de valor del turismo<br>- Unidad 3.2 Servicios específicos que aportan valor añadido                             | Formación en aula: 2h<br>Actividad de campo: 2h<br><br>Total: 4h     |
| <b>Módulo 4</b> | <b>Análisis de los perfiles de los clientes para una oferta turística</b><br>- Unidad 4.1 Qué constituye un perfil de cliente<br>- Unidad 4.2 Enfoques y herramientas para el análisis de clientes   | Formación en aula: 1,5h<br>Actividad de campo: 4,5h<br><br>Total: 6h |
| <b>Módulo 5</b> | <b>Formación en la estructura de actividades guiadas e interpretativas – storytelling</b><br>- Unidad 5.1 Guía turística<br>- Unidad 5.2 Interpretación del patrimonio y narración de historias  | Formación en aula: 6h<br>Actividad de campo: 10h<br><br>Total: 16h   |
| <b>Módulo 6</b> | <b>Desarrollo de productos turísticos</b><br>- Unidad 6.1 Diseño de productos  | Formación en aula: 1h<br>Actividad de campo: 3h                      |

|                               |   |                 |
|-------------------------------|---|-----------------|
|                               | - Unidad 6.2 Marca de productos y marketing | Total: 4h       |
| <b>Carga total del curso:</b> |   | <b>50 horas</b> |

### III. Objetivos del Kit de Herramientas

El Kit de Herramientas del Formador es un recurso esencial diseñado para dotar a los instructores de las directrices metodológicas y estrategias prácticas necesarias para impartir de manera eficaz el curso de formación INHERIT. Su objetivo principal es apoyar a los formadores en la orientación de los estudiantes a través del proceso de desarrollo de productos turísticos experienciales basados en el patrimonio local. El kit proporciona pautas sobre cómo facilitar los módulos del curso, asegurando que los formadores puedan ayudar a los estudiantes a entender y aplicar conceptos clave como la interpretación del patrimonio, la narración de historias y las actividades de turismo experiencial.

El curso INHERIT promueve un enfoque centrado en el alumno, al poner el énfasis en el aprendizaje experiencial o el "aprender haciendo". Destaca la aplicación práctica del conocimiento, involucrando directamente a los estudiantes en el desarrollo de productos turísticos a lo largo de todas sus fases: desde la identificación de recursos hasta el diseño final de actividades experienciales en su área local. El aprendizaje experiencial permite a los estudiantes reflexionar sobre sus experiencias, aplicar el pensamiento crítico y resolver problemas reales, ayudándoles a interiorizar los conocimientos y habilidades necesarios para desarrollar experiencias turísticas significativas. El Kit de Herramientas explica los principios pedagógicos que subyacen a este enfoque, ofreciendo a los formadores estrategias para facilitar la colaboración entre compañeros y la resolución iterativa de problemas a lo largo del proceso de aprendizaje activo.

Además, el Kit de Herramientas incluye un portafolio de actividades de aprendizaje interactivas, diseñadas específicamente para cada módulo, que permiten a los estudiantes aplicar sus conocimientos en contextos del mundo real. Al ofrecer enfoques pedagógicos adaptables, el Kit de Herramientas garantiza que los formadores puedan ajustar su enseñanza para satisfacer las diversas necesidades de los proveedores de turismo rural, ayudándoles a crear experiencias turísticas significativas que no solo involucren a los visitantes, sino que también promuevan la conservación y el uso sostenible de los recursos naturales y culturales locales.

## IV. Metodología de aprendizaje experiencial

### **Definición de aprendizaje experiencial**

Las raíces del aprendizaje experiencial se remontan a la teoría constructivista, que sostiene que los individuos construyen activamente su comprensión del mundo mediante la transformación de la experiencia y la reflexión (Kolb, 1984; Bhattacharjee, 2015). El aprendizaje experiencial es un enfoque educativo en el que los estudiantes desarrollan conocimientos, habilidades y competencias aplicando el conocimiento teórico a situaciones prácticas y luego reflexionando sobre esta experiencia. Por lo tanto, el aprendizaje experiencial es un proceso activo, reflexivo y participativo. Pone énfasis en el *aprender haciendo* – obtener conocimientos a través de la acción y aplicar esos conocimientos en escenarios futuros (Lachapelle & Whiteside, 2017).

El aprendizaje experiencial suele enmarcarse dentro de resultados de aprendizaje claramente definidos. Está diseñado para ayudar a los participantes a transferir las habilidades y conocimientos adquiridos en un contexto a futuros esfuerzos profesionales o personales. Además, promueve la colaboración, ya que la interacción social mejora la comprensión y amplía las perspectivas (Brame, 2016).

### **Rol del docente y del alumno en el aprendizaje experiencial**

El aprendizaje experiencial implica un cambio en el rol del docente (formador), pasando de ser un instructor tradicional a ser un facilitador del aprendizaje. En este papel, el docente guía y apoya a los estudiantes, formulando preguntas que fomenten la reflexión, animando a la exploración y proporcionando retroalimentación continua (Johnson & Johnson, 2018). Los docentes también fomentan el diálogo reflexivo durante el proceso de aprendizaje, ayudando a los estudiantes a interpretar y dar significado a sus experiencias (Schwartz, 2012). En lugar de impartir conocimientos, el instructor promueve el descubrimiento y el aprendizaje autodirigido.

En el aprendizaje experiencial, los estudiantes asumen un rol más activo, asumiendo la responsabilidad de su propia educación. Se espera que interactúen críticamente con el material, resuelvan problemas, colaboren con sus compañeros y reflexionen profundamente sobre sus experiencias de aprendizaje (Moallei & Rahmana, 2012). El aprendizaje experiencial cultiva la iniciativa propia, la adaptabilidad y las habilidades analíticas, preparando a los estudiantes para afrontar desafíos complejos. A diferencia de los entornos de aprendizaje pasivo, los estudiantes moldean activamente su experiencia a través de preguntas, experimentación y reflexión sobre diferentes perspectivas.

## El ciclo de aprendizaje experiencial

El modelo de aprendizaje experiencial de Kolb (1984) implica cuatro etapas interconectadas:

- Experiencia concreta, en la que los estudiantes participan directamente en una actividad o tarea.
- Observación reflexiva, donde los estudiantes analizan la experiencia, reflexionando sobre lo que funcionó, lo que no funcionó y por qué.
- Conceptualización abstracta, donde los estudiantes utilizan la reflexión para sacar conclusiones y hacer generalizaciones.
- Experimentación activa, en la que los estudiantes aplican los conocimientos obtenidos a nuevas situaciones, lo que conduce a nuevas experiencias.

El aprendizaje efectivo ocurre cuando los estudiantes completan las cuatro etapas de este ciclo. Cada etapa alimenta la siguiente, creando un proceso dinámico que refuerza y profundiza la comprensión (Mainemelis, Boyatzis, & Kolb, 2002). Es importante señalar que los estudiantes pueden entrar en el ciclo en cualquier etapa, pero completar el proceso completo es esencial para la retención a largo plazo y el desarrollo de habilidades transferibles.

## Estructura de las tareas experienciales

El aprendizaje experiencial sigue un proceso estructurado que mejora el compromiso y los resultados del aprendizaje. Según Wolfe y Byrne (1975), las tareas experienciales generalmente se desarrollan en cuatro fases:

- Diseño, en la que los docentes establecen los objetivos de aprendizaje y planifican actividades que estén alineadas con los resultados deseados.
- Desarrollo, en la que los docentes facilitan la implementación de la actividad, asegurándose de que los estudiantes estén comprometidos y que el entorno apoye el aprendizaje.
- Evaluación, en la que tanto los estudiantes como los docentes evalúan la experiencia, identificando lecciones clave y áreas de mejora.
- Retroalimentación, en la que los docentes proporcionan comentarios a los estudiantes para reforzar el progreso y orientar el aprendizaje futuro.

La reflexión es un componente vital en cada fase, permitiendo a los estudiantes conectar la teoría con la práctica y profundizar su comprensión (Schwartz, 2012). La retroalimentación estructurada asegura que los estudiantes puedan refinar sus habilidades y enfoques basados en sus experiencias.

## **Aplicación del aprendizaje experiencial en el curso INHERIT**

El curso INHERIT se construye sobre la metodología de aprendizaje experiencial. Cada módulo está estructurado siguiendo la lógica de una “tarea experiencial”, ya que:

- Define los resultados de aprendizaje previstos y ofrece fragmentos de material teórico, integrados con actividades prácticas de campo que involucran directamente a los estudiantes con el patrimonio natural y cultural local (Fase de diseño).
- Describe el procedimiento para la implementación de las actividades de campo, incluidas las pautas para garantizar la participación activa de los estudiantes (Fase de desarrollo).
- Prevé la evaluación de la experiencia adquirida durante la actividad de campo, así como la provisión de retroalimentación (Fases de evaluación y retroalimentación).

Los procedimientos para la implementación de las actividades de campo están alineados con el ciclo de aprendizaje experiencial, donde los estudiantes participan activamente en las actividades de campo (es decir, en la fase de experiencias concretas), luego analizan su experiencia (es decir, en la fase de observación reflexiva), resumen los hallazgos (es decir, en la fase de conceptualización abstracta) y utilizan los hallazgos como base para la siguiente actividad de campo (es decir, en la fase de experimentación activa).

La siguiente sección describe detalladamente las actividades de campo, incluidas las fases de implementación.

## V. Actividades de aprendizaje

### Módulo 1. Análisis de los recursos del territorio

Como resultado del Módulo 1, los participantes del curso INHERIT serán capaces de identificar diferentes tipos de recursos naturales y culturales del territorio, tanto tangibles como intangibles, a través de visitas de campo y la consulta de diversos materiales. Los recursos identificados serán considerados en el proceso de desarrollo del producto turístico en los módulos siguientes.

Después de proporcionar una visión teórica sobre las clasificaciones de los recursos naturales y culturales, el formador deberá facilitar la siguiente actividad de aprendizaje.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Título</b>                | <b>Análisis de los recursos naturales y culturales de un territorio determinado</b>   |
| <b>Objetivo</b>              | El objetivo de esta actividad es aplicar los conocimientos teóricos adquiridos previamente sobre los recursos naturales y culturales. Los estudiantes analizarán una región específica para identificar y extraer la mayor cantidad posible de recursos relevantes para el turismo. El objetivo es establecer conexiones entre estos recursos y el potencial turístico. Además, buscarán crear conexiones entre los recursos naturales y culturales, desvelando los aspectos culturales de los recursos naturales en los que trabajaron en la primera unidad. |
| <b>Posición en el módulo</b> | Esta actividad de campo se llevará a cabo al final de la Unidad 2, después de haber completado la instrucción teórica.  |
| <b>Tiempo</b>                | Esta actividad de campo tendrá una duración de unas 10 horas, distribuidas en dos sitios diferentes. Los conocimientos teóricos se impartirán en una clase de 5 horas antes de la actividad. <ul style="list-style-type: none"> <li>● Visitar los sitios e identificar los recursos en el lugar: 8 horas</li> <li>● Recoger los hallazgos y organizar los datos en clase: 2 horas</li> </ul>  |

|  |   |
|--|---|
| <p><b>Lugar</b></p>                              | <p>La ubicación para esta actividad debe estar relacionada con los recursos naturales y situada lejos de áreas de habitabilidad y actividad humana. Algunos lugares posibles incluyen zonas designadas dentro de bosques, cuevas, lagos y entornos naturales similares.</p> <p>Una segunda ubicación para esta actividad podría centrarse en los recursos culturales y estar asociada con la actividad humana o entornos creados por el ser humano. Los posibles lugares incluyen sitios históricos, museos y galerías, lugares religiosos y espacios similares.</p>  |
| <p><b>Materiales</b></p>                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Mapas del sitio, preferiblemente accesibles a través de sus teléfonos móviles</li> <li>● Cuadernos y bolígrafos</li> <li>● Cámaras para tomar fotos en el lugar</li> <li>● Teléfonos con acceso a internet</li> <li>● Contactos de personas relevantes en la zona</li> </ul>   |
| <p><b>Instrucciones para los estudiantes</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Preparación teórica en clase</b></li> </ul> <p>Los estudiantes recibirán las herramientas necesarias para analizar los recursos de un territorio. Además, se les proporcionarán ejemplos para que tengan una visión general del potencial de los recursos que se pueden utilizar en el turismo</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Definir la ubicación del sitio</b></li> </ul> <p>Los estudiantes deberán elegir una ubicación basándose en criterios como el nivel de interés, la accesibilidad y la eficacia del sitio desde una perspectiva turística.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Análisis y identificación de recursos en el sitio</b></li> </ul> <p>Se les dará tiempo a los estudiantes para que, en grupos, revisen el área definida y recojan todos los recursos que puedan identificar, siguiendo las diferentes categorías revisadas en clase.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>Recolección y organización de los datos</b></li> </ul> <p>Los estudiantes se reunirán nuevamente para intercambiar los datos de cada grupo. El docente comentará y ayudará a los estudiantes a entender la relevancia de cada uno de los elementos encontrados.</p> |

|   |   |
|---|---|
|   | Después de haber analizado cada uno de los elementos, se elaborará una tabla que resuma todos los recursos por categoría. Esta tabla se utilizará en el Módulo 2.   |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo con ejemplos de la experiencia</li> <li>● Apoyo en el establecimiento de criterios de priorización</li> <li>● Facilitar el proceso de búsqueda de acuerdos para cada grupo</li> </ul>  |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | Organizar los datos recopilados según las categorías definidas en el Módulo, evaluando su relevancia para el turismo y su conexión con los conceptos de patrimonio natural. Estos datos se utilizarán en el Módulo 2 para analizar las limitaciones y ventajas de cada recurso.   |
| <b>Debriefing (en clase)</b>            | <p><u>Recursos culturales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Cómo se conecta este recurso con el patrimonio natural?</li> <li>● ¿Está influenciado por la actividad humana? Si es así, ¿califica más como un recurso cultural?</li> <li>● ¿Puede el turismo afectar este recurso y es compatible con un enfoque sostenible?</li> </ul> <p><u>Recursos naturales</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Cómo se conecta este recurso con el patrimonio cultural?</li> <li>● ¿De qué manera está influenciado por la actividad humana?</li> </ul> <p><u>General</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿De qué manera puede este recurso ser atractivo para el turismo y quién es el público objetivo?</li> </ul> |
| <b>Criterios de evaluación</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de elementos encontrados en cada categoría de recursos</li> <li>- Relevancia y coherencia de los elementos en relación con los fines turísticos</li> <li>- Capacidad para identificar recursos en un entorno determinado</li> <li>- Participación en la actividad de campo en general</li> </ul>  |

## Módulo 2. Evaluación y selección preliminar de los recursos territoriales

Como resultado del Módulo 2, los estudiantes del curso INHERIT serán capaces de identificar las cualidades más relevantes (originalidad, autenticidad, rareza, etc.) así como las limitaciones (dificultad de observación, estacionalidad, etc.) de diversos recursos naturales y culturales del territorio, tanto tangibles como intangibles, que pueden ser considerados en la creación de productos turísticos.

Después de ofrecer una visión teórica de los criterios utilizados para la evaluación de los recursos naturales y culturales, el formador deberá facilitar la siguiente actividad de aprendizaje.

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Título</b>                | <b>Evaluación del patrimonio local involucrando a la comunidad local</b>   |
| <b>Objetivo</b>              | Los participantes experimentan la discusión de los elementos del patrimonio rural con representantes de la comunidad local.  |
| <b>Posición en el módulo</b> | Antes de terminar la Unidad 2.2, se realizará un ejercicio de campo y una reflexión sobre los hallazgos.   |
| <b>Tiempo</b>                | 1 hora 30 minutos, incluida la presentación de resultados.   |
| <b>Lugar</b>                 | El ejercicio se llevará a cabo en lugares públicos cercanos a la comunidad, como el club de pensionistas, la tienda, el centro cultural, una casa de huéspedes, etc. Se recomienda que el ejercicio se extienda fuera del pueblo específico y llegue a un área más amplia y a las atracciones turísticas existentes. |
| <b>Materiales</b>            | Los participantes deberán llevar un cuaderno y algunas preguntas preparadas con antelación.  |
| <b>Instrucciones</b>         | <b>Pasos del ejercicio:</b>  |

|  |  |
|--|--|
|  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. <b>Preparación de preguntas:</b> Los participantes deben preparar un conjunto de preguntas para discutir con los habitantes locales y los turistas sobre los recursos turísticos (potenciales) en la región. Este paso se realiza en grupos de dos o tres personas.</li> <li>2. <b>Visita a un lugar público:</b> En el mismo grupo, deben visitar un lugar público para encontrar representantes de la comunidad local o turistas en casas de huéspedes o atracciones turísticas.</li> <li>3. <b>Realización de entrevistas:</b> Los participantes deben hacer algunas de las preguntas preparadas y tomar notas. Se recomienda entrevistar al menos a 3 personas por grupo.</li> <li>4. <b>Informe de resultados:</b> Después de las entrevistas, los grupos regresan al aula y presentan sus resultados. Comparan sus hallazgos con los de los demás grupos y reflexionan sobre los mismos.</li> </ol> <p><b>Resultado esperado:</b> Se debe obtener una lista de elementos turísticos/objetos, priorizados según la aprobación de los habitantes locales y los turistas.</p> |
| <p><b>Procedimiento de implementación</b></p>  | <p>El formador apoya a los participantes en la formulación de preguntas. Luego, si es necesario, proporciona indicaciones sobre dónde pueden ir los participantes a encontrar a los encuestados. Al regresar, el formador modera la discusión sobre los resultados obtenidos.</p>  |
| <p><b>Sesión de seguimiento (en clase)</b></p> | <p>Como descrito anteriormente.</p>  |
| <p><b>Debriefing (en clase)</b></p>            | <p>¿Cómo reaccionaron las personas locales a tus preguntas?<br/>¿Cómo reaccionaron los turistas a tus preguntas?<br/>¿Existen coincidencias entre las respuestas de la comunidad local y los turistas?</p>   |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
|                                | ¿Los habitantes locales ven los recursos locales como posibles sitios turísticos?  |
| <b>Criterios de evaluación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Relevancia y coherencia de las preguntas</li> <li>- Número de objetos turísticos definidos por más de 3 encuestados</li> <li>- Nivel de involucramiento de la comunidad local experimentado por los estudiantes (número de respuestas)</li> </ul> |

### Módulo 3. Identificación y análisis de los servicios territoriales asociados al turismo

Como resultado del Módulo 3, los estudiantes del curso INHERIT serán capaces de analizar su territorio a través de los diversos servicios relacionados con el desarrollo de actividades turísticas: transporte, restauración, alojamiento, seguridad, etc., tanto básicos como especializados, y evaluar sus deficiencias para el posterior desarrollo de actividades.

Después de ofrecer una visión teórica de los servicios turísticos básicos y especializados, el formador deberá facilitar la siguiente actividad de aprendizaje.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Título</b>                | Evaluación de los Servicios Turísticos  |
| <b>Objetivo</b>              | Evaluar la variedad y calidad de los servicios turísticos básicos y específicos en una zona local, comprender su papel en la experiencia general del turista e identificar áreas potenciales de mejora. |
| <b>Posición en el módulo</b> | Integrado en la Unidad 3.1 (Servicios Básicos) y en la Unidad 3.2 (Servicios Específicos) tras analizar el papel y el impacto de los servicios en el turismo.   |
| <b>Tiempo</b>                | <b>Introducción al Sitio: 30 minutos</b>  |

La introducción se llevará a cabo en un espacio interior. Esta parte teórica se desarrollará en un aula o taller donde los estudiantes recibirán una orientación sobre la actividad de campo. Esto incluye la explicación del uso de la lista de verificación para la evaluación, los aspectos de los servicios que deben observar y cómo interactuar con los proveedores de servicios y los turistas. Los estudiantes también recibirán pautas sobre cómo documentar sus observaciones de manera efectiva.

La visita será a un destino turístico local popular, como un sitio patrimonial, un parque natural o cualquier área que ofrezca una variedad de servicios relacionados con el turismo. El objetivo es evaluar tanto los servicios básicos (como las instalaciones de transporte, alojamiento, restaurantes) como los servicios específicos (como visitas guiadas o actividades ecológicas) para valorar su calidad y contribución a la experiencia turística. El sitio seleccionado debe contar con una infraestructura turística diversa, lo que permitirá una evaluación integral de los distintos servicios.

### **Evaluación y Recopilación de Datos: 1 hora**

Los estudiantes evaluarán una variedad de servicios turísticos, divididos en dos categorías principales:

- **Servicios Básicos:** Esto incluye instalaciones de transporte (por ejemplo, estaciones de autobuses, servicios de taxi), alojamiento (hoteles, posadas), restaurantes y centros de información turística.
- **Servicios Específicos:** Son servicios especializados que mejoran la experiencia turística, como visitas guiadas, actividades de aventura, alojamientos ecológicos y experiencias culturales.

Los elementos a evaluar incluyen la calidad del servicio, accesibilidad, limpieza, atención al cliente, prácticas de sostenibilidad y cómo estos servicios contribuyen a la experiencia general del turista.

|                      |   |
|----------------------|---|
|                      | <p>Realizar estos ejercicios prácticos es altamente beneficioso para los estudiantes, ya que les permite obtener experiencia práctica y real en la evaluación de los servicios turísticos. Al visitar directamente a los proveedores de servicios, los estudiantes pueden observar la prestación del servicio, interactuar con el personal y los turistas, y obtener información sobre los puntos fuertes y las áreas de mejora de cada servicio. Estos ejercicios prácticos ayudan a cerrar la brecha entre el conocimiento teórico y la aplicación práctica, permitiendo a los estudiantes desarrollar una comprensión más profunda de cómo los servicios contribuyen a la experiencia general del turista e identificar áreas concretas para su mejora.</p> <p style="text-align: center;"><b>Regreso y Discusión Inicial: 30 minutos</b></p> <p>El objetivo de la discusión inicial tras regresar del sitio es proporcionar a los estudiantes la oportunidad de reflexionar sobre sus experiencias y compartir sus observaciones. Esta sesión de retroalimentación ayuda a los estudiantes a procesar sus hallazgos y resalta aspectos clave de la calidad del servicio, la experiencia del cliente y la sostenibilidad. El instructor guiará a los estudiantes en la organización de sus datos e información, que formarán la base para un análisis más detallado en la sesión de seguimiento.</p> |
| <b>Lugar</b>         | <p>Un destino turístico popular, como un centro urbano, un parque natural o un pueblo patrimonio, con diversos servicios (por ejemplo, alojamiento, instalaciones de transporte, restaurantes, centros de información y actividades turísticas).</p>  |
| <b>Materiales</b>    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Lista de verificación de evaluación (proporcionada por el instructor)</li> <li>● Cuadernos y bolígrafos</li> <li>● Cámaras o móviles para documentación</li> <li>● Acceso a la información de los servicios (mapas, folletos, aplicaciones)</li> </ul>   |
| <b>Instrucciones</b> | <p><b>Preparación:</b></p>  |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Revisa la lista de verificación de evaluación y familiarízate con los tipos de servicios que vas a evaluar (por ejemplo, transporte, alojamiento, comida y bebida, servicios de tours).</li> <li>● Realiza una breve investigación en línea sobre el destino para entender los servicios que ofrece.</li> </ul> <p><b>Evaluación en el Sitio:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Visita diferentes proveedores de servicios (hoteles, restaurantes, centros de información turística, puntos de transporte) para evaluar aspectos como accesibilidad, atención al cliente, limpieza y calidad de los servicios.</li> <li>● Observa cómo los servicios específicos (por ejemplo, visitas guiadas, alojamientos ecológicos) contribuyen a la experiencia general del turista.</li> <li>● Toma nota de detalles sobre la calidad del servicio, los estándares mantenidos, el comportamiento del personal y las prácticas de sostenibilidad implementadas.</li> </ul> <p><b>Interacción:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Si es posible, interactúa con los proveedores de servicios (por ejemplo, personal del hotel, guías, trabajadores de restaurantes) para obtener información sobre sus roles y cómo contribuyen al turismo en la zona.</li> <li>● Interactúa con otros turistas para recopilar comentarios sobre su experiencia con los servicios.</li> </ul> <p><b>Recopilación de Datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Recoge cualquier material informativo disponible, como folletos, mapas o menús.</li> <li>● Toma fotografías de los servicios y las instalaciones con fines de documentación.</li> </ul> |
| <p><b>Procedimiento de Implementación</b></p> | <p><b>Apoyo del Instructor:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Proporcionar una visión general de cómo utilizar la lista de verificación de evaluación y qué aspectos observar.</li> </ul>   |

|  |  |
|--|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Facilitar el transporte hacia y desde el sitio.</li> <li>• Estar disponible en el sitio para responder preguntas y ofrecer orientación.</li> </ul>  |
| <p><b>Sesión de Seguimiento (en clase)</b></p> | <p><b>Análisis de Datos:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Organizar los datos recogidos en categorías (por ejemplo, alojamiento, comida y bebida, transporte).</li> <li>• Identificar los temas comunes, puntos fuertes y debilidades observadas durante la evaluación.</li> <li>• Discutir cómo los hallazgos se relacionan con los conceptos de servicios básicos y específicos en el turismo.</li> </ul> <p><b>Plantilla:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilizar una plantilla proporcionada para compilar un informe estructurado detallando los puntos fuertes, debilidades y recomendaciones para cada categoría de servicio evaluada.</li> </ul> |
| <p><b>Debriefing (en clase)</b></p>            | <p><b>Preguntas de Reflexión:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuáles fueron los servicios más efectivos para mejorar la experiencia del turista, y por qué?</li> <li>• ¿Qué servicios necesitan mejoras y cómo podrían optimizarse?</li> <li>• ¿Cómo contribuyen estos servicios al producto turístico general del destino?</li> </ul>   |
| <p><b>Criterios de Evaluación</b></p>          | <p><b>Criterios de Evaluación:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad y completitud del informe de evaluación.</li> <li>• Capacidad para identificar y analizar aspectos clave de los servicios tanto básicos como específicos.</li> <li>• Claridad en la presentación de los hallazgos y recomendaciones.</li> <li>• Participación y compromiso durante la actividad de campo y las discusiones de seguimiento.</li> </ul>  |

## Módulo 4. Análisis de los perfiles de los clientes para una oferta turística

Como resultado del Módulo 4, los estudiantes del curso INHERIT serán capaces de analizar a los clientes actuales - turistas - del territorio a través de diversos medios, como entrevistas, recopilación de datos turísticos nacionales, regionales o locales. Los estudiantes podrán seleccionar perfiles de clientes potenciales relacionados con la oferta de servicios actual, los recursos naturales y culturales más destacados, y las capacidades de las organizaciones en el desarrollo de productos turísticos.

El Módulo 4 contiene tres actividades de aprendizaje. La primera está incluida en la Unidad 1. La segunda y la tercera están integradas en la Unidad 2. Todas las actividades de aprendizaje siguen la visión general del material teórico relacionado.

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Título</b>                | <b>1. Desarrollo de Perfiles de Clientes</b>  |
| <b>Objetivo</b>              | Desarrollar perfiles de clientes detallados utilizando técnicas de recopilación y análisis de datos.  |
| <b>Posición en el módulo</b> | Integrado dentro de la Unidad 1, después de discutir los componentes clave de un perfil de cliente.   |
| <b>Tiempo</b>                | Aproximadamente 1 hora y media (45 min para la recopilación de datos, 20 min para el análisis y 25 min para la creación de perfiles).   |
| <b>Lugar</b>                 | Realizado en una zona turística local o en línea a través de encuestas. No se requiere un entorno específico.   |
| <b>Materiales</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Encuestas/cuestionarios</li> <li>● Cuadernos, bolígrafos</li> <li>● Dispositivos digitales para la recopilación de datos en línea</li> <li>● Acceso a herramientas de CRM o análisis de datos</li> </ul> |
| <b>Instrucciones</b>         | 1. Desarrollar una encuesta para recopilar datos sobre los aspectos demográficos, psicográficos y de comportamiento de los clientes.  |

|   |   |
|---|---|
|   | <ol style="list-style-type: none"> <li>Realizar la encuesta con una muestra de turistas locales o con encuestados en línea.</li> <li>Analizar los datos recopilados para identificar patrones comunes y segmentar a los clientes.</li> <li>Crear perfiles detallados de clientes para cada segmento identificado.</li> </ol>  |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>El formador explica la importancia de cada componente de un perfil de cliente.</li> <li>El formador guía a los estudiantes en la creación de la encuesta y en la recopilación de datos.</li> <li>El formador brinda apoyo durante el análisis de los datos y la creación de los perfiles, ofreciendo retroalimentación y sugerencias.</li> </ol> |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | Los estudiantes presentan sus perfiles de cliente al grupo. Comparan y contrastan sus perfiles, discutiendo similitudes y diferencias. Se puede proporcionar una plantilla de folleto para presentar los perfiles.  |
| <b>Debriefing (en clase)</b>            | <p>¿Qué desafíos enfrentaste durante la recopilación de datos?</p> <p>¿Cómo identificaste los patrones comunes en los datos?</p> <p>¿Qué ideas o conclusiones obtuviste al crear los perfiles de cliente?</p> <p>¿Cómo influirán estos perfiles en el desarrollo de tus productos turísticos?</p>   |
| <b>Criterios de evaluación</b>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>Exhaustividad y precisión de los perfiles de cliente.</li> <li>Calidad de la recopilación y el análisis de datos.</li> <li>Claridad y profundidad de los perfiles presentados.</li> <li>Capacidad para vincular los perfiles con productos turísticos potenciales.</li> </ol>  |

### Anexo : Plantilla de Cuestionario de Entrevista a Turistas

#### 1. Cuéntanos un poco sobre ti:

Edad: \_\_\_\_

País de residencia: \_\_\_\_

Motivo de la visita:  Ocio  Viaje de negocios  Combinado  Otro (especificar): \_\_\_\_

## 2. ¿Con qué frecuencia viajas?

- Una vez al año
- 2–3 veces al año
- Cada pocos meses
- Mensualmente
- Primera vez viajando

## 3. ¿Qué es lo más importante para ti al elegir un alojamiento?

- Precio
- Ubicación
- Nivel de servicio
- Servicios e instalaciones
- Recomendaciones y valoraciones
- Otro (especificar): \_\_\_\_

## 4. ¿Cuáles son tus principales intereses mientras viajas? (Selecciona todo lo que corresponda)

- Monumentos históricos
- Parques naturales y reservas
- Eventos culturales (exposiciones, conciertos)
- Gastronomía (restaurantes, catas)
- Compras
- Turismo de aventura (senderismo, ciclismo)
- Vacaciones en la playa
- Eventos deportivos
- Entretenimiento para familias y niños
- Vida nocturna (bares, discotecas)
- Relajación y bienestar (SPA, meditación)
- Otro (especificar): \_\_\_\_

### 4.1 De tu selección, ¿puedes precisar algún interés específico? (Selecciona todo lo que corresponda)

Ej: Parques naturales y reservas: observación de aves, geología, ...

## 5. ¿Cuál es tu impresión de la zona donde se encuentra nuestro alojamiento?

- Muy atractiva
- Agradable pero no especial
- Neutral
- No me gustó

**6. ¿Qué te gustaría mejorar o añadir a los servicios del alojamiento?**

- Más información sobre las atracciones locales
- Organización de excursiones
- Mejores opciones de transporte
- Menú de restaurante ampliado
- Servicios adicionales para niños
- Servicios de SPA y bienestar
- Alquiler de material deportivo
- Otro (especificar): \_\_\_\_

**7. ¿Qué dificultades encontraste durante tu estancia?**

- Problemas de transporte
- Barrera del idioma
- Falta de información necesaria sobre la zona
- Mal tiempo
- Dificultades para organizar actividades de ocio
- Otro (especificar): \_\_\_\_

**8. ¿Qué preocupaciones o miedos tienes relacionados con los viajes?**

- Seguridad en el país/ciudad
- Pérdida de equipaje
- Enfermedad o accidente
- Barrera del idioma
- Pérdida de documentos
- Cancelaciones o retrasos de vuelos
- Otro (especificar): \_\_\_\_

**9. ¿Qué te gustaría ver en una ruta turística organizada por nuestro hotel?**

- \_\_\_\_\_

**10. ¿Cómo prefieres planificar tus excursiones?**

- De forma independiente a través de internet
- A través de agencias de viajes
- Basado en las recomendaciones del hotel
- Improvisando en el lugar

**11. ¿Tienes algún deseo o sugerencia adicional para mejorar tu estancia?**

\_\_\_\_\_

**12. Tu nombre** \_\_\_\_\_

**13. Tus contactos** \_\_\_\_\_

|                              |  |
|------------------------------|--|
| <b>Título</b>                | <b>2. Mapeo del Recorrido del Cliente</b>  |
| <b>Objetivo</b>              | Mapear el recorrido del cliente e identificar los puntos de contacto clave y las áreas de mejora.  |
| <b>Posición en el módulo</b> | Integrado dentro de la Unidad 2, después de discutir las técnicas de mapeo del recorrido del cliente.  |
| <b>Tiempo</b>                | Aproximadamente 1 hora y media (20 minutos para el mapeo inicial, 45 min para el análisis detallado de los puntos de contacto y 25 minutos para la presentación).  |
| <b>Lugar</b>                 | Realizado en un sitio turístico local o como una revisión de caso en el aula.  |
| <b>Materiales</b>            | Plantillas de recorrido del cliente, marcadores, papel grande o pizarra, dispositivos digitales para la investigación.   |
| <b>Instrucciones</b>         | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Elegir un producto o servicio turístico para mapear el recorrido del cliente.</li> <li>2. Identificar las etapas clave en el recorrido del cliente (por ejemplo, conciencia, consideración, compra, post-compra).</li> </ol> |

|   |  |
|---|--|
|   | <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Mapear cada etapa, anotando las acciones del cliente, las emociones y los puntos de contacto.</li> <li>4. Analizar cada punto de contacto para identificar posibles mejoras.</li> </ol>  |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. El formador proporciona un ejemplo de un mapa del recorrido del cliente.</li> <li>2. El formador facilita la primera sesión de lluvia de ideas para identificar las etapas del recorrido.</li> <li>3. El formador ofrece orientación durante el análisis de los puntos de contacto y el perfeccionamiento del mapa.</li> </ol> |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | Los estudiantes presentan sus mapas del recorrido del cliente. Discuten los puntos de contacto identificados y sugieren mejoras. Se puede proporcionar una plantilla para los mapas del recorrido.   |
| <b>Debriefing (en clase)</b>            | <p>¿Cuáles fueron los puntos de contacto más significativos en el recorrido del cliente?</p> <p>¿Cómo identificaste las áreas para mejorar?</p> <p>¿Qué cambios implementarías basándote en tu análisis?</p> <p>¿Cómo puede el mapeo del recorrido del cliente mejorar la satisfacción del cliente?</p>  |
| <b>Criterios de evaluación</b>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exactitud y exhaustividad del mapa del recorrido del cliente.</li> <li>2. Perspicacia en el análisis de los puntos de contacto.</li> <li>3. Viabilidad de las mejoras sugeridas.</li> <li>4. Claridad y efectividad de la presentación.</li> </ol>   |

### Anexo: Plantilla: Creación de un Perfil de Tu Cliente Ideal

#### 1. Información Demográfica

- Edad: ¿Cuál es el rango de edad típico de tu cliente ideal? (ej. 25-40, 50+)
- Género: ¿Tu cliente ideal tiende a ser masculino, femenino o es equilibrado?
- Nivel de Ingresos: ¿Cuál es el rango de ingresos de este cliente? (ej. bajo, medio, alto)
- Ubicación: ¿Dónde vive tu cliente? ¿Es una ubicación nacional, internacional, urbana o rural?

Ejemplo:

- Edad: 30-45
- Género: Femenino
- Nivel de Ingresos: Ingresos medios
- Ubicación: Zonas urbanas, principalmente de Europa

## 2. Psicografía (Valores, Intereses, Estilo de Vida)

- Aficiones e Intereses: ¿Qué le gusta hacer a tu cliente ideal en su tiempo libre? (ej. senderismo, exploración cultural, experiencias gastronómicas)
- Valores: ¿Cuáles son los valores fundamentales que guían sus decisiones? (ej. sostenibilidad, autenticidad, lujo)
- Rasgos de Personalidad: ¿Cómo describirías su personalidad? (ej. aventurero, relajado, curioso)

### Ejemplo:

- Intereses: Aventura al aire libre, fotografía de naturaleza, inmersión cultural
- Valores: Sostenibilidad, viajes eco-amigables
- Rasgos de Personalidad: Aventurero, curioso, prefiere experiencias fuera de lo común

## 3. Información Comportamental

- Hábitos de Viaje: ¿Con qué frecuencia viajan? ¿Qué los motiva a elegir un destino?
- Preferencias de Reserva: ¿Cómo prefieren reservar sus viajes? (ej. online, agencia de viajes, directamente con proveedores)
- Actividades Preferidas: ¿Qué tipo de actividades buscan? (ej. tours históricos, caminatas por la naturaleza, experiencias culinarias)
- Comportamiento de Gasto: ¿Son conscientes del presupuesto o están dispuestos a gastar más por experiencias únicas?

### Ejemplo:

- Hábitos de Viaje: Viajan típicamente 2-3 veces al año, motivados por la aventura y las experiencias culturales
- Preferencias de Reserva: Prefieren reservar a través de plataformas de viajes eco-amigables online
- Actividades Preferidas: Caminatas por la naturaleza, interactuar con locales, degustaciones gastronómicas
- Comportamiento de Gasto: Están dispuestos a pagar más por experiencias auténticas y eco-amigables

## 4. Objetivos y Necesidades

- ¿Qué busca lograr tu cliente al viajar? (ej. relajación, crecimiento personal, aprender sobre nuevas culturas)
- ¿Qué necesidades específicas tiene tu cliente durante sus viajes? (ej. destinos aptos para niños, opciones sostenibles, accesibilidad)

Ejemplo:

- Objetivos: Explorar nuevas culturas y comprender mejor las tradiciones locales
- Necesidades: Alojamiento sostenible y actividades conscientes del medio ambiente

#### 5. Puntos de reticencia y Desafíos

- ¿Cuáles son sus mayores frustraciones o desafíos al viajar? (ej. destinos masificados, falta de experiencias auténticas)
- ¿Qué les impide reservar ciertos viajes? (ej. coste, accesibilidad, falta de interacción local)

Ejemplo:

- Puntos de Reticencia: No le gustan los lugares turísticos demasiado comercializados, prefiere experiencias tranquilas y auténticas
- Desafíos: Le cuesta encontrar opciones eco-amigables que no comprometan la comodidad

#### 6. Preferencias de Marketing y Comunicación

- ¿Dónde obtienen su información sobre viajes? (ej. redes sociales, blogs de viajes, boca a boca)
- ¿Qué tipo de contenido consumen? (ej. videos, artículos, testimonios)
- Canales de Comunicación Preferidos: ¿Cómo prefieren comunicarse con las marcas? (ej. correo electrónico, redes sociales, llamadas telefónicas)

Ejemplo:

- Información sobre Viajes: Sigue principalmente a influencers de viajes y blogs de eco-turismo
- Consumo de Contenido: Responde bien a documentales cortos y relatos de viajeros reales
- Comunicación: Prefiere interactuar a través de redes sociales y recibir boletines por correo electrónico con recomendaciones personalizadas

#### Ejemplo de Perfil Resumido

Nombre del Perfil: La Eco-Aventurera

- Edad: 30-45
- Género: Femenino
- Nivel de Ingresos: Medio
- Ubicación: Europa urbana
- Intereses: Aventura al aire libre, fotografía, inmersión cultural
- Valores: Sostenibilidad, viajes eco-amigables
- Rasgos de Personalidad: Aventurera, curiosa
- Hábitos de Viaje: 2-3 veces al año, motivada por la naturaleza y las experiencias culturales
- Actividades Preferidas: Caminatas por la naturaleza, interacción con locales, experiencias gastronómicas
- Comportamiento de Gasto: Dispuesta a invertir en experiencias eco-amigables y auténticas
- Puntos de Dolor: Evita los lugares turísticos demasiado comercializados, busca opciones eco-amigables
- Preferencias de Marketing: Sigue blogs de eco-turismo, prefiere contenido en video y boletines por correo electrónico

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Título</b>                | <b>3. Taller de Desarrollo de Perfiles</b>  |
| <b>Objetivo</b>              | Crear perfiles detallados de clientes que representen los segmentos clave del mercado objetivo.   |
| <b>Posición en el módulo</b> | Integrado dentro de la Unidad 2, después de discutir las técnicas de desarrollo de perfiles.  |
| <b>Tiempo</b>                | Aproximadamente 1 hora y media (20 minutos para la investigación, 45 min para la creación de los perfiles y 25 min para la presentación). |
| <b>Lugar</b>                 | Realizado en el aula o en un espacio adecuado para talleres con acceso a materiales de investigación.                                     |
| <b>Materiales</b>            | Plantillas de perfiles, materiales de investigación (acceso a internet), marcadores, papel, dispositivos digitales para la investigación. |

|   |   |
|---|---|
| <b>Instrucciones</b>                    | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Investigar datos demográficos, psicográficos y de comportamiento del mercado objetivo.</li> <li>2. Utilizar los datos recopilados para crear perfiles detallados de diferentes segmentos de clientes.</li> <li>3. Incluir información como edad, género, intereses, valores, necesidades en cada perfil.</li> <li>4. Preparar una presentación de cada perfil, destacando las características clave y cómo influyen en las preferencias de los productos turísticos.</li> </ol> |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <p>El formador proporciona ejemplos de perfiles bien desarrollados.</p> <p>El formador facilita las actividades de investigación y guía a los estudiantes para extraer los datos relevantes.</p> <p>El formador apoya en la creación de los perfiles y ofrece retroalimentación sobre los borradores.</p>   |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | <p>Los estudiantes presentan sus perfiles al grupo. Discuten cómo cada perfil influirá en las estrategias de marketing y desarrollo de productos. Se puede proporcionar una plantilla para la creación de los perfiles.</p>   |
| <b>Debriefing (en clase)</b>            | <p>¿Cómo recopilaste los datos para tus perfiles?</p> <p>¿Cuáles fueron las características clave de tus perfiles?</p> <p>¿Cómo pueden estos perfiles ayudar a personalizar los productos turísticos?</p> <p>¿Qué desafíos encontraste en el desarrollo de los perfiles?</p>  |
| <b>Criterios de evaluación</b>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Exhaustividad y profundidad de los perfiles.</li> <li>2. Relevancia y precisión de los datos utilizados.</li> <li>3. Aplicación práctica de los perfiles a las estrategias turísticas.</li> <li>4. Calidad y claridad de la presentación.</li> </ol>  |

### Anexo: Plantilla: Mapa del Viaje del Cliente

#### 1. Etapa de Conciencia

- Objetivo: ¿Cómo se entera el cliente de tu producto?
- Puntos de contacto: ¿Dónde encuentran tu marca? (por ejemplo, redes sociales, página web, blog de viajes, boca a boca)

- Acciones del cliente: ¿Qué hace el cliente? (por ejemplo, ve un anuncio, lee un artículo, recibe una recomendación)
- Puntos de reticencia: ¿Qué desafíos podría enfrentar el cliente en esta etapa? (por ejemplo, falta de información, mensajes confusos)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes facilitarles el proceso para que tomen conciencia de tu producto?

Ejemplo:

- Puntos de contacto: Publicación de un influencer de viajes en Instagram
- Acciones del cliente: El cliente da "me gusta" a la publicación y hace clic en el enlace hacia tu página web
- Puntos de reticencia: Falta de información detallada sobre las credenciales de sostenibilidad del producto
- Oportunidades: Incluir detalles claros y concisos sobre los aspectos ecológicos en las publicaciones sociales

## 2. Etapa de Consideración

- Objetivo: ¿Cómo evalúa el cliente tu producto?
- Puntos de contacto: ¿Qué recursos usan para explorar tu producto? (por ejemplo, página web, reseñas de clientes, vídeos de YouTube)
- Acciones del cliente: ¿Cómo obtiene información el cliente? (por ejemplo, navegando por tu página web, comparando con competidores)
- Puntos de reticencia: ¿Qué podría hacer que no elijan tu producto? (por ejemplo, precios poco claros, falta de reseñas)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes proporcionarles confianza y simplificar su proceso de toma de decisiones?

Ejemplo:

- Puntos de contacto: Página web, testimonios de clientes, reseñas online
- Acciones del cliente: Lee reseñas, compara precios con competidores
- Puntos de reticencia: Detalles poco claros sobre lo que incluye el precio del tour
- Oportunidades: Proporcionar una sección de preguntas frecuentes detallada y un desglose de costes

## 3. Etapa de Reserva

- Objetivo: ¿Cómo reserva el cliente tu producto?
- Puntos de contacto: ¿Dónde y cómo realiza la reserva? (por ejemplo, página web, teléfono, plataforma de terceros)

- Acciones del cliente: ¿Qué necesita hacer para completar la reserva? (por ejemplo, rellenar un formulario, llamar al servicio de atención al cliente)
- Puntos de reticencia: ¿Qué obstáculos podría encontrar el cliente al realizar la reserva? (por ejemplo, formularios complejos, falta de opciones de pago)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes agilizar el proceso de reserva y hacerlo más fácil de usar?

Ejemplo:

- Puntos de contacto: Página de reservas en tu página web
- Acciones del cliente: El cliente selecciona las fechas y rellena los datos de la reserva
- Puntos de reticencia: Opciones de pago limitadas, formularios de reserva largos
- Oportunidades: Ofrecer múltiples métodos de pago y simplificar el formulario con menos campos obligatorios

#### 4. Etapa de Experiencia

- Objetivo: ¿Cómo es la experiencia del cliente durante el viaje?
- Puntos de contacto: ¿Cómo interactúan con tu producto en persona? (por ejemplo, guía turística, alojamiento, proveedores de actividades)
- Acciones del cliente: ¿Qué están haciendo y sintiendo en esta etapa? (por ejemplo, disfrutando del tour, haciendo preguntas, enfrentándose a desafíos)
- Puntos de reticencia: ¿Qué problemas podrían surgir durante el viaje? (por ejemplo, retrasos, mal servicio, falta de comunicación)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes mejorar su experiencia y asegurar su satisfacción?

Ejemplo:

- Puntos de contacto: Interacción con el guía turístico, actividades locales
- Acciones del cliente: Participación en actividades de ecoturismo, exploración de la cultura local
- Puntos de reticencia: Malentendidos sobre los horarios de inicio de las actividades
- Oportunidades: Proporcionar itinerarios claros y actualizaciones regulares mediante SMS o notificaciones de la app

#### 5. Etapa Post-Experiencia

- Objetivo: ¿Cómo reflexiona el cliente sobre su experiencia?

- Puntos de contacto: ¿Cómo dan feedback o comparten su experiencia? (por ejemplo, reseñas, encuestas, redes sociales)
- Acciones del cliente: ¿Qué hacen después del viaje? (por ejemplo, dejar una reseña, recomendar el viaje a otros)
- Puntos de reticencia: ¿Qué podría impedirles compartir comentarios positivos? (por ejemplo, un proceso de reseñas complicado, falta de seguimiento)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes animarles a compartir su experiencia y mantener la conexión?

**Ejemplo:**

- Puntos de contacto: Encuesta post-viaje, plataformas de reseñas, redes sociales
- Acciones del cliente: Comparte fotos en Instagram, completa la encuesta de feedback
- Puntos de reticencia: Falta de incentivos para dejar una reseña
- Oportunidades: Ofrecer un pequeño descuento para su próximo viaje o solicitar una reseña al final del tour

## **6. Etapa de Lealtad**

- Objetivo: ¿Cómo retienes al cliente y fomentas su repetición de negocio?
- Puntos de contacto: ¿Qué métodos usas para mantenerte en contacto con el cliente? (por ejemplo, boletines de correo electrónico, programas de fidelidad, ofertas especiales)
- Acciones del cliente: ¿Qué les motiva a regresar? (por ejemplo, ofertas exclusivas, comunicación personalizada)
- Puntos de reticencia: ¿Qué podría impedirles regresar? (por ejemplo, falta de seguimiento, escasa interacción continua)
- Oportunidades: ¿Cómo puedes fomentar la lealtad a largo plazo y convertirlos en defensores de tu marca?

**Ejemplo:**

- Puntos de contacto: Correo electrónico de seguimiento con ofertas exclusivas, invitaciones a programas de fidelidad
- Acciones del cliente: El cliente recibe un mensaje de agradecimiento con un descuento para su próximo viaje
- Puntos de reticencia: No hay una razón convincente para volver a reservar o interactuar más

- Oportunidades: Ofertas personalizadas basadas en sus preferencias y comportamientos de viaje previos

### **Ejemplo Resumido de un Mapa del Viaje para un Viajero Familiar**

1. Conciencia: Ve un anuncio de un tour de naturaleza para toda la familia en Facebook.
2. Consideración: Navega por la página web, lee reseñas sobre seguridad y actividades para niños.
3. Reserva: Rellena un formulario simple, selecciona alojamiento apto para niños y reserva online.
4. Experiencia: Disfruta de caminatas guiadas por la naturaleza con actividades educativas para niños, excelente comunicación por parte del guía.
5. Post-Experiencia: Comparte fotos en redes sociales, deja una reseña positiva.
6. Lealtad: Recibe un correo electrónico con un descuento para su próxima aventura familiar.

## **Módulo 5. Formación en la estructura de actividades guiadas e interpretativas – storytelling**

Como resultado del Módulo 5, los estudiantes del curso INHERIT serán capaces de identificar los tipos de turismo potenciales para cada región participante y los aspectos específicos relevantes relacionados con las actividades ofrecidas. Los estudiantes podrán crear una actividad guiada siguiendo la estructura general, que incluye los cuatro pasos: preactividad, inicio, desarrollo y cierre, y determinar qué elementos son necesarios.

El Módulo 5 contiene material teórico sobre la guía turística, la interpretación del patrimonio y la narración de historias. La primera actividad práctica está dedicada a los fundamentos de la guía y se integra en la Unidad 5.1. La segunda actividad de campo está orientada al diseño de una visita guiada y se integra en la Unidad 5.2.

|                 |   |
|-----------------|---|
| <b>Título</b>   | <b>Actividad sobre los fundamentos del guiado</b>   |
| <b>Objetivo</b> | El objetivo de esta actividad es proporcionar a los participantes una aplicación práctica del contenido cubierto en clase sobre los |

|   |  |
|---|--|
|   | elementos esenciales para un guiado exitoso. Los participantes aplicarán sus conocimientos mediante ejercicios basados en diversas situaciones reales.   |
| <b>Posición en el módulo</b>            | Los ejercicios prácticos se integrarán a lo largo de toda la primera unidad, alternando entre aprendizaje teórico y actividades prácticas.   |
| <b>Tiempo</b>                           | En total, el contenido práctico de la unidad ocupará unas 4 horas.   |
| <b>Lugar</b>                            | No se requieren condiciones específicas para el entorno de esta actividad. Los participantes deberán practicar fuera del aula, en los alrededores inmediatos de la ubicación del curso.  |
| <b>Materiales</b>                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales de apoyo para el guiado: Mapas, imágenes, libros, folletos</li> <li>- Accesorios de campo</li> </ul>   |
| <b>Instrucciones</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Establecer grupos de 3 a 4 personas para los ejercicios, asegurando que los grupos cambien para cada actividad.</li> <li>● Definir la profesión de guía dentro de cada grupo.</li> <li>● Llegar a una respuesta consensuada con toda la clase.</li> <li>● Definir los deberes y funciones de un guía.</li> <li>● Llegar a una respuesta consensuada con toda la clase.</li> <li>● Identificar los tipos de turismo donde el guiado es beneficioso.</li> <li>● Practicar las técnicas de guiado discutidas en clase en parejas.</li> </ul> |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo con ejemplos de experiencias</li> <li>● Retroalimentación sobre los ejercicios y áreas de mejora.</li> <li>● Facilitar el proceso de búsqueda de acuerdos para cada grupo.</li> </ul>   |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | Las sesiones de seguimiento se integrarán a lo largo de la actividad, consolidando la información de cada grupo y alcanzando respuestas consensuadas. Además, se solicitará a los participantes que proporcionen comentarios sobre todo el módulo al final de la clase.  |

|                                |  |
|--------------------------------|--|
| <b>Debriefing (en clase)</b>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo varía el rol de un guía en los diferentes tipos de turismo (por ejemplo, cultural, aventura, ecoturismo)?</li> <li>• ¿Qué tan efectivamente puedo comunicarme e involucrar a audiencias diversas?</li> <li>• ¿Cómo puedo asegurarme de que mis prácticas de guiado sean inclusivas y respetuosas con las diferentes perspectivas culturales?</li> </ul> |
| <b>Criterios de evaluación</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Práctica de las técnicas de guiado con al menos cinco recursos identificados como interesantes por cada socio del proyecto.</li> </ul>  |

|                              |   |
|------------------------------|---|
| <b>Título</b>                | <b>Diseño de una ruta guiada</b>  |
| <b>Objetivo</b>              | El objetivo de esta segunda actividad de campo es involucrar a los estudiantes en la creación de su propia ruta guiada. Comenzarán identificando los elementos de interés que desean incluir en su recorrido. Utilizando las diversas herramientas cubiertas en la Unidad 1, luego diseñarán una ruta destinada a conectar al público con el territorio y practicarán cómo presentarla. |
| <b>Posición en el módulo</b> | La actividad de campo se realizará al final de la Unidad 2, después de haber abordado los conocimientos teóricos.   |
| <b>Tiempo</b>                | Duración aproximada: 6 horas.   |
| <b>Lugar</b>                 | El entorno debe ser seleccionado en colaboración con los estudiantes. Puede ser en las inmediaciones del aula o dentro de la zona potencial donde se planifique realizar la ruta guiada, siempre que esté cerca.  |
| <b>Materiales</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Materiales de apoyo para el guiado: Mapas, imágenes, libros, folletos</li> <li>- Gadgets de campo</li> </ul>   |

|   |  |
|---|--|
| <b>Instrucciones</b>                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Los estudiantes deberán identificar y seleccionar los elementos y recursos turísticos que deseen incluir en su ruta, siguiendo los criterios discutidos en el Módulo 2.</li> <li>- Luego, diseñarán su ruta guiada utilizando las herramientas de la Unidad 1 y los conceptos teóricos de la Unidad 2.</li> <li>- Al final de la clase, los estudiantes tendrán la oportunidad de presentar su ruta en un entorno real ante una audiencia y recibirán retroalimentación y evaluación por parte del profesor.</li> </ul> |
| <b>Procedimiento de implementación</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Apoyo con ejemplos de experiencias</li> <li>● Retroalimentación sobre los ejercicios y áreas de mejora.</li> <li>● Apoyo en la creación de narrativas creativas.</li> </ul>   |
| <b>Sesión de seguimiento (en clase)</b> | Cada estudiante recibirá retroalimentación específica sobre su ruta y áreas definidas de mejora para poder perfeccionarla.   |
| <b>Debriefing (en clase)</b>            | <ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Son los elementos y recursos incluidos en la ruta relevantes y atractivos para el público objetivo?</li> <li>● ¿Está la ruta bien organizada y estructurada en una secuencia lógica? ¿He utilizado un lenguaje claro y conciso que sea fácilmente comprendido por el público?</li> <li>● ¿Soy capaz de adaptar mi presentación a las necesidades y reacciones del público?</li> <li>● ¿Cómo ha respondido el público a la ruta? ¿He recibido comentarios constructivos?</li> </ul>                                     |
| <b>Criterios de Evaluación</b>          | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Diseñar al menos 4 guías, 10 historias interpretativas para cada socio del proyecto</li> <li>✓ Identificar al menos 4 actividades posibles para cada socio del proyecto.</li> </ul>   |

## Módulo 6. Desarrollo de productos turísticos

Como resultado del Módulo 6, los estudiantes del curso INHERIT serán capaces de sintetizar la experiencia adquirida en los módulos anteriores para crear, marcar y comercializar un producto turístico basado en la interpretación del patrimonio y la narración de historias en su área local. Los estudiantes podrán desarrollar un código ético de conducta basado en los pilares de la sostenibilidad (económica, social, ambiental y cultural) para garantizar un futuro coherente para el turismo en su territorio.

La actividad práctica integrada en el Módulo 6 es un proyecto, que requiere que los estudiantes diseñen un producto turístico, desarrollen su marca y un plan de marketing para su promoción.

|                 |  |
|-----------------|--|
| <b>Título</b>   | <b>Diseñar, Crear la Marca y Comercializar un Producto Turístico Sostenible</b>  |
| <b>Resumen</b>  | Esta actividad involucra a los participantes en el desarrollo práctico de productos turísticos. Trabajando en grupos, los participantes seleccionarán una ubicación, desarrollarán un producto turístico, crearán una identidad de marca y diseñarán un plan de marketing. Se hace hincapié en la sostenibilidad, la innovación y un enfoque centrado en el cliente, incorporando los conceptos clave de diseño de productos, branding y marketing.  |
| <b>Objetivo</b> | <p>Aplicar los principios de diseño de productos para crear un producto turístico listo para el mercado.</p> <p>Desarrollar una identidad de marca clara que comunique los valores y la singularidad del producto turístico.</p> <p>Crear y presentar un plan de marketing utilizando herramientas digitales, con enfoque en sostenibilidad y en alcanzar a los públicos objetivos.</p> <p>Fomentar el trabajo en equipo y la creatividad para desarrollar ofertas turísticas innovadoras.</p> |

|                                     |  |
|-------------------------------------|--|
| <p><b>Posición en el módulo</b></p> | <p>Esta actividad de campo se encuentra dentro de la <b>Unidad 6.2</b> del módulo de Desarrollo de Productos Turísticos, después de la discusión teórica sobre branding, estrategias de marketing y desarrollo de productos sostenibles.</p>   |
| <p><b>Tiempo</b></p>                | <p><b>Duración total:</b> 3 horas</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Preparación y planificación:</b> 20 minutos</li> <li>● <b>Desarrollo de la marca:</b> 50 minutos</li> <li>● <b>Desarrollo de la estrategia de marketing:</b> 50 minutos</li> <li>● <b>Presentación y retroalimentación:</b> 40 minutos</li> <li>● <b>Conclusiones y reflexión:</b> 20 minutos</li> </ul> |
| <p><b>Lugar</b></p>                 | <p>Los participantes trabajarán en pequeños grupos en el interior, utilizando portátiles o tabletas para desarrollar identidades de marca, crear estrategias de marketing digital y preparar presentaciones. Dependiendo de la ubicación, los grupos también podrán explorar productos turísticos locales para inspirarse.</p>   |
| <p><b>Materiales</b></p>            | <p>Portátiles/tabletas con acceso a internet para la investigación de marketing digital.</p> <p>Papel, marcadores y bolígrafos de colores para esbozar logotipos y elementos de branding.</p> <p>Software de diseño gráfico o de video (opcional) para la creación de contenido promocional avanzado.</p> <p>Proyector o pantalla grande para las presentaciones.</p>                      |
| <p><b>Instrucciones</b></p>         | <p><b>Preparación y Planificación (30 minutos)</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Revisar el producto turístico desarrollado previamente en actividades anteriores.</b></li> <li>● <b>Dividir a los participantes en grupos pequeños (4-5 personas) y asignar roles (por ejemplo, estrategia de marca, estrategia de marketing, director creativo).</b></li> </ul>        |

|   |  |
|---|--|
|   | <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Identificar los puntos de venta únicos del producto y discutir cómo incorporarlos en la estrategia de branding y marketing.</b></li> </ul>   |
| <p><b>Procedimiento de implementación</b></p> | <p><b>Paso 1: Desarrollo de la marca (1 hora)</b><br/> <b>Objetivo:</b> Desarrollar una identidad de marca fuerte y única para el producto turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Desarrollo del nombre de la marca y logotipo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizar una lluvia de ideas y finalizar un nombre memorable e impactante para el producto.</li> <li>○ Esbozar un logotipo sencillo o una representación visual que comunique los valores fundamentales del producto turístico.</li> </ul> </li> <li>● <b>Creación del eslogan y narrativa de la marca:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Crear un eslogan corto y atractivo que refleje los puntos de venta únicos del producto.</li> <li>○ Escribir una historia de marca convincente que enfatice la sostenibilidad, la experiencia del cliente y la propuesta de valor única del producto.</li> </ul> </li> <li>● <b>Posicionamiento de la marca:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Posicionar la marca dentro del mercado competitivo destacando lo que la hace sobresalir (por ejemplo, ecología, autenticidad cultural, aventura).</li> <li>○ Considerar el público objetivo, el panorama competitivo y las tendencias actuales del turismo.</li> </ul> </li> </ul> <p><b>Paso 2: Desarrollo de la estrategia de marketing (1 hora)</b><br/> <b>Objetivo:</b> Crear una estrategia de marketing digital integral para promocionar el producto turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Investigación de mercado y segmentación del público:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Realizar una investigación rápida para identificar los segmentos de clientes objetivo del módulo anterior.</li> <li>○ Analizar las tendencias turísticas relacionadas con el producto (por ejemplo, el creciente interés en el ecoturismo, los viajes de aventura, el turismo de bienestar).</li> </ul> </li> </ul> |

- **Segmentación, targeting y posicionamiento:**

- Definir los segmentos de mercado y seleccionar los públicos objetivos más relevantes (por ejemplo, millennials, buscadores de aventuras, viajeros eco-conscientes).
- Desarrollar una declaración de posicionamiento que comunique el valor del producto al público seleccionado.

- **Mezcla de marketing (4Ps) (30 minutos):**

- **Producto:** Revisar las características del producto existentes y hacer ajustes finales según las necesidades del cliente.
- **Precio:** Definir una estrategia de precios que refleje tanto el valor del producto como su posicionamiento en el mercado.
- **Plaza:** Identificar los canales de distribución apropiados (por ejemplo, plataformas en línea, agencias de viajes, redes sociales).
- **Promoción:** Desarrollar estrategias promocionales utilizando herramientas de marketing digital (campañas en redes sociales, asociaciones con influencers, marketing por correo electrónico).

- **Desarrollo de la estrategia de marketing digital:**

- Construir una presencia en línea diseñando una página de aterrizaje o esbozando ideas para un sitio web.
- Planificar una estrategia de marketing de contenidos (por ejemplo, publicaciones en blogs, videos promocionales cortos, publicaciones atractivas en redes sociales) para promocionar el producto turístico.
- Esbozar una breve estrategia de SEO para mejorar la visibilidad en línea y generar tráfico orgánico.
- Identificar influencers o bloggers cuya audiencia se alinee con el mercado objetivo y los valores del producto.

**Paso 3: Presentación y retroalimentación (1 hora)**

**Objetivo:** Presentar la marca desarrollada y la estrategia de marketing al grupo para recibir retroalimentación.

- **Presentaciones grupales:**

- Cada grupo presentará su identidad de marca, estrategia de marketing y plan de campaña digital.
- Las presentaciones deben incluir un mock-up o storyboard de los elementos de marketing digital (por ejemplo, una campaña en redes sociales, conceptos de publicaciones en blogs o ideas de diseño de sitios web).

- **Retroalimentación y discusión:**

- La retroalimentación del grupo y del instructor se centrará en la efectividad del branding, la claridad del mensaje de marketing y la creatividad general para promover el producto turístico.
- Se alentará a los grupos a identificar posibles mejoras y áreas de refinamiento en su estrategia.

**Paso 4: Conclusiones y reflexión (30 minutos)**

**Objetivo:** Reflexionar sobre el proceso de branding y marketing y su aplicación en la industria del turismo.

- **Discusión:**

- ¿Cuáles fueron los principales desafíos enfrentados durante el desarrollo del branding y marketing?
- ¿Cómo garantizó el grupo la coherencia entre la historia de la marca, la identidad visual y el mensaje de marketing?
- ¿Cómo se pueden utilizar las estrategias de marketing digital desarrolladas durante esta actividad en campañas de marketing turístico más amplias?

- **Reflexión:**

- Discutir la importancia del branding centrado en el cliente y cómo se integraron los principios de sostenibilidad en la estrategia de marketing.
- Fomentar que los participantes consideren cómo estas habilidades podrían aplicarse a empresas turísticas del mundo real, especialmente en un entorno digital competitivo.

|                                |   |
|--------------------------------|---|
| <b>Criterios de Evaluación</b> | <p><b>Creatividad:</b> La capacidad del grupo para crear una identidad de marca atractiva y distintiva.</p> <p><b>Coherencia de la marca:</b> Qué tan bien se integraron los elementos de la marca (nombre, logotipo, eslogan) en la estrategia de marketing.</p> <p><b>Mensaje de marketing:</b> Claridad y efectividad del mensaje de marketing para llegar al público objetivo.</p> <p><b>Sostenibilidad:</b> Cómo se incorporaron los principios de sostenibilidad en la marca y las campañas promocionales.</p> <p><b>Ejecución técnica:</b> Calidad y coherencia del plan de marketing, incluidas las estrategias digitales y las ideas de contenido presentadas.</p> <p><b>Colaboración en equipo:</b> Eficacia del trabajo en equipo para lograr los objetivos de la actividad y dividir las responsabilidades.</p> |
|--------------------------------|---|

## VI. Temporalidad de las actividades

| Módulo 1: Análisis de los Recursos de un Territorio   | Tiempo            |
|---|-------------------|
| <b>Unidad 1.1: Recursos Naturales</b>   | <b>1 h 30 min</b> |
| Introducción a los Recursos Naturales en el Turismo   | 30 min            |
| Presentación Detallada sobre Categorías de Recursos Naturales (Flora, Fauna, Geología, Clima, etc.)                   | 1 h               |
| <b>Unidad 1.2: Recursos Culturales</b>  | <b>1 h 30 min</b> |
| Introducción a los Recursos Culturales en el Turismo  | 30 min            |
| Presentación Detallada sobre Categorías de Recursos Culturales (Arquitectura, Artesanía, Folklore, Gastronomía, etc.) | 1 h               |
| <b>Preparación de Actividad de Campo</b>  | <b>1 h 30 min</b> |
| Visión General y Planificación de la Actividad de Campo   | 20 min            |
| Selección e Investigación de un Territorio para Análisis de Campo   | 30 min            |

|  |                   |
|--|-------------------|
| Preparación Grupal: Herramientas y Técnicas para el Análisis de Recursos in situ                     | 40 min            |
| <b>Actividad de Campo</b>  | <b>10 h</b>       |
| Análisis e Identificación in situ de Recursos Naturales y Culturales                                 | 8 h               |
| Organización en Clase, Puesta en Común y Revisión de Resultados                                      | 2 h               |
| <b>Conclusión, Reflexión y Resumen</b>   | <b>30 min</b>     |
| Puntos Clave y Reflexión sobre Experiencias de la Actividad de Campo                                 | 20 min            |
| Debate de Cierre: Relación entre Recursos y Turismo Sostenible                                       | 10 min            |
| <b>Total</b>   | <b>15 h</b>       |
| <b>Módulo 2 : Evaluación y selección preliminar de los recursos territoriales</b>                    |                   |
| <b>Unidad 2.1. Criterios para el análisis y selección de recursos</b>                                | <b>1 h 30 min</b> |
| Introducción y presentación de los temas: Temporalidad, Rareza, Demanda y Polivalencia               | 40 min            |
| Ejercicio sobre Polivalencia   | 20 min            |
| Presentación de Accesibilidad  | 10 min            |
| Lluvia de ideas en grupo sobre Accesibilidad   | 10 min            |
| Presentación de Propiedad  | 10 min            |
| <b>Unidad 2.2. Sostenibilidad en el Turismo Rural</b>  | <b>1 h 40 min</b> |
| Presentación sobre los cuatro pilares de la sostenibilidad: ambiental, cultural, social y financiera | 40 min            |
| Ejercicio de lluvia de ideas   | 20 min            |
| Presentación sobre la relación con marcas/tipos en la zona   | 10 min            |
| Ejercicio en grupos (seguido de informe y discusión)   | 30 min            |
| <b>Actividad de campo</b>  | <b>1 h 30 min</b> |

|  |                   |
|--|-------------------|
| <b>Reflexiones de la sesión y cierre</b>   | <b>20 min</b>     |
| <b>Total:</b>  | <b>5 horas</b>    |
| <b>Módulo 3 : Identificación y análisis de los servicios territoriales relacionados al turismo</b>                             | <b>Tiempo</b>     |
| <b>Unit 3.1: Servicios básicos en la cadena de valor del turismo</b>   | <b>1 h</b>        |
| <b>Unit 3.2: Servicios específicos que aportan valor añadido</b>   | <b>1 h</b>        |
| <b>Actividad de Campo</b>  | <b>2h</b>         |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Introducción al sitio</li> </ul>  | 30 min            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Evaluación y recopilación de datos</li> </ul>   | 1 h               |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Regreso y discusión inicial</li> </ul>  | 30 min            |
| <b>Total:</b>  | <b>4 horas</b>    |
| <b>Módulo 4 : Análisis de los perfiles de clientes para una oferta turística</b>   | <b>Tiempo</b>     |
| Introducción y Resultados de Aprendizaje   | 15 min            |
| <b>Unidad 4.1: Qué constituye un perfil de cliente</b>   | <b>30 min</b>     |
| Componentes clave de un perfil de cliente  | 15 min            |
| Creación de un perfil de cliente   | 15 min            |
| <b>Unidad 4.2: Enfoques y herramientas para el análisis de clientes</b>  | <b>30 min</b>     |
| Enfoques para el análisis de clientes  | 15 min            |
| Herramientas para el análisis de clientes  | 15 min            |
| <b>Actividad de campo</b>  | <b>4 h 30 min</b> |
| Actividad 1: Perfil de Cliente<br>Recopilación de datos: 45 minutos<br>Análisis: 20 minutos<br>Creación del perfil: 25 minutos | 1 h 30 min        |

|   |                |
|---|----------------|
| Actividad 2: Mapeo del Recorrido del Cliente<br>Mapeo inicial: 20 minutos<br>Análisis detallado de los puntos de contacto: 45 minutos<br>Presentación: 25 minutos | 1 h 30 min     |
| Actividad 3: Taller de Desarrollo de Perfiles<br>Investigación: 20 minutos<br>Creación del perfil: 45 minutos<br>Presentación: 25 minutos                         | 1 h 30 min     |
| <b>Reflexión</b>  | 15 min         |
| <b>Total</b>  | 6 horas        |
| <b>Módulo 5: Guiado e Interpretación</b>  |                |
|   | <b>Tiempo</b>  |
| <b>Unidad 5.1: Guiado</b>   | <b>3 horas</b> |
| Introducción a la profesión de guía: Roles, responsabilidades, contexto histórico   | 30 min         |
| Presentación sobre los tipos de turismo y enfoques de guiado (cultural, aventura, ecoturismo)   | 30 min         |
| Normas éticas y mejores prácticas en el guiado  | 30 min         |
| Visión detallada de las técnicas de interacción entre el guía y el visitante  | 30 min         |
| Ejercicios de Rol Interactivo: Practicando Técnicas Clave de Orientación  | 1h             |
| <b>Unidad 5.2: Interpretación del Patrimonio y Storytelling</b>   | <b>3 h</b>     |
| Introducción a la interpretación del patrimonio: Conceptos y relevancia en el turismo   | 20 min         |
| Presentación sobre técnicas y herramientas para una interpretación efectiva   | 20 min         |
| La narración de historias como herramienta interpretativa clave: Creación de narrativas atractivas  | 20 min         |
| Ejercicio: Desarrollando Temas y Técnicas de Narración  | 1h             |

|  |                       |
|--|-----------------------|
| Planificación y preparación para la actividad de campo: Selección de elementos clave del patrimonio y diseño de una ruta | 1 hora                |
| <b>Field Activity</b>  | <b>9 horas 30 min</b> |
| Ejecución de la Visita Guiada Diseñada con Enfoque en Técnicas de Interpretación   | 6 horas               |
| Recolección y Revisión en Clase de los Hallazgos de la Actividad de Campo  | 2 horas               |
| Taller de Retroalimentación: Perfeccionamiento de Habilidades Basado en las Observaciones del Desempeño en Campo         | 1 h 30 min            |
| <b>Conclusión y Resumen</b>  | <b>30 min</b>         |
| Reflexión sobre el desarrollo de habilidades en guiado e interpretación  | 20 min                |
| Discusión final: Impacto a largo plazo del guiado en la preservación del patrimonio                                      | 10 min                |
| <b>Total</b>   | <b>16 horas</b>       |
| <b>Módulo 6: Desarrollo de productos turísticos</b>  |                       |
|  | <b>Time</b>           |
| <b>Unidad 6.1 Diseño de productos</b>  | <b>30 min</b>         |
| <b>Unidad 6.2 Marca y comercialización de productos</b>  | <b>30 min</b>         |
| <b>Actividad de Campo</b>  | <b>3 h</b>            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Preparación y planificación</li> </ul>  | 20 min                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollo de la marca</li> </ul>   | 50 min                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Desarrollo de la estrategia de marketing</li> </ul>                             | 50 min                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Presentación y retroalimentación</li> </ul>                                     | 40 min                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>● Conclusiones y reflexión</li> </ul>   | 20 min                |
| <b>Total:</b>  | <b>4 horas</b>        |



Co-funded by  
the European Union

## VII. Instrucciones para formadores de INHERIT

Como se mencionó anteriormente, el aprendizaje experiencial implica un cambio en el rol del formador, que pasa de ser un instructor tradicional a un facilitador del aprendizaje. El programa de formación actual tiene una duración total de 50 horas. Estas pueden planificarse para realizarse en 5 días consecutivos o en 2-3 periodos de formación más cortos. Una facilitación adecuada por parte del formador asegura procedimientos de trabajo orientados a los objetivos y a los aprendices durante todo el curso de seis módulos y en todas las fases de cada módulo: fase de diseño, fase de ejecución, fase de evaluación y fase de retroalimentación.

Por muy experimentados que sean, los buenos formadores experienciales siempre se preparan para cada formación específica. Organizar un equipo bien equilibrado, establecer la agenda, revisar minuciosamente las presentaciones y tareas, los métodos, los materiales y los resultados evita muchos problemas potenciales y hace que tanto los aprendices como los formadores se sientan satisfechos al final del día.

Aunque la formación de INHERIT es un evento específicamente estructurado con un escenario sólido y pasos definidos, la facilitación sigue las **mismas reglas generales** probadas a lo largo del tiempo en una variedad de formatos. Tenerlas en cuenta siempre ayuda al buen formador y garantiza un ambiente adecuado, comportamientos constructivos y resultados positivos del curso.

### 1. Diferentes roles y tareas:

Un formador experiencial, como buen facilitador, se diferencia de:

- un conferenciante
- un jefe/presidente
- un animador
- un maestro
- un consultor

### Las tareas de un facilitador:

- Guiar a los aprendices.
- Gestionar el grupo.
- Seleccionar métodos y enfoques.
- Proponer tareas y procedimientos.
- Motivar a los aprendices.
- Crear un ambiente constructivo dentro del grupo.



Co-funded by  
the European Union

*Consejo: no mezcles los roles; sé un facilitador, sin importar cuál sea tu rol fuera de la formación. Incluso si eres un experto, un jefe o un maestro en la vida real, no actúes como tal al impartir este tipo de formación experiencial. Abstente de juzgar o de asignar una nota de examen.*

## 2. Facilitación: técnicas básicas

Las técnicas de facilitación se pueden subdividir en dos grupos: uno relacionado con el comportamiento del facilitador y el otro con los métodos aplicados.

### Comportami

- Hacer acuerdos con la audiencia
- Usar visualización/ imágenes
- Utilizar el espacio
- Usar la voz
- Percibir/ interpretar/ valorar
- Parafrasear
- Leer el lenguaje corporal
- Resumir y establecer los próximos pasos

### Métodos

- Realizar una lluvia de ideas
- Formular tareas y preguntas
- Formar grupos y reestructurarlos
- Facilitar el intercambio de resultados del trabajo en grupo
- Gestionar el tiempo
- Usar dinámicas energizantes
- Evaluar una sesión o el curso completo

*Consejo: Al realizar la formación de INHERIT (o cualquier otra formación), elabora un plan para todo el evento. Para cada módulo y secuencia, prepara el comportamiento correspondiente y relaciónalo con el método que planeas usar. Piensa en los materiales que vas a necesitar: un rotafolio/ pizarra blanca, un proyector, rotuladores, presentaciones, etc., y asegúrate de tenerlos en el lugar del evento.*

## 3. Reglas de trabajo para facilitadores

### Condiciones indispensables

- Prepárate bien y reacciona con flexibilidad.
- Sigue la agenda de la formación con flexibilidad, pero sin comprometer los resultados.
- Sé consciente del tiempo necesario y disponible.

### Dirige a los participantes sin manipularlos

- Gana la confianza del grupo: demuestra que estás bien preparado.
- Haz transparente la lógica del programa de formación INHERIT para el grupo.
- Explica con precisión las tareas a realizar.

### Manejar preguntas y críticas

- Acepta preguntas y críticas y visualízalas.
- Nunca te justifiques ni te excuses.
- Transfiere las preguntas y críticas al grupo de participantes y solicita opiniones adicionales.

- Anota en una lista de recordatorios las preguntas que no estén relacionadas con el tema actual.

#### **Facilitar con un colega: su rol**

- Asistir al facilitador principal.
- Observar al grupo y gestionar el tiempo.
- Ayudar a explicar las tareas en los grupos de trabajo.
- Tomar notas y hacer resúmenes.
- Apoyar la visualización.

*Consejo: En la formación INHERIT, el rol de los facilitadores es crucial. Familiarízate con el escenario, el cronograma y las tareas de los diversos módulos desde el principio hasta el final. Cuando trabajes en equipo, todos los facilitadores deben repasar juntos todo el escenario con antelación, distribuyendo roles, tareas y expectativas entre ellos.*

#### **4. Visualización: por qué y cómo utilizarla**

- Facilita el seguimiento activo y mejora la asimilación de la información transmitida.
- Mejora el enfoque en el tema en discusión.
- Hace que el contexto, las estructuras y los procesos sean más fáciles de seguir y recordar.
- Permite una visión general y ayuda a mostrar conexiones y relaciones.
- Sin embargo, requiere una preparación más minuciosa.
- Obliga a los participantes a usar argumentos precisos y concretos.
- Reduce la implicación emocional cuando surgen discusiones.
- Sirve como documentación al registrar sugerencias, ideas y resultados.

*Consejo: En el curso de formación INHERIT, la visualización desempeña un papel significativo. Asegúrate de asignar las tareas adecuadas y proporcionar formatos de informe/ materiales que permitan que los participantes en todas las mesas sientan que están desempeñándose por igual. Sé creativo, pero evita la improvisación: si no puedes dibujar un esquema o un gráfico, prepáralo con antelación para evitar el riesgo de no ser entendido.*

#### **5. Protocolo fotográfico**

Un protocolo fotográfico es un documento útil para los participantes en un curso de INHERIT. Permite reproducir todas las ideas y propuestas prácticas tal como se presentaron durante el evento. No solo se transmite la información verbal, sino también el diseño, los gráficos, etc. Si en las fotos aparecen personas, el protocolo fotográfico adquiere incluso un aspecto emocional. ¡Mantén un alto estándar de calidad! Una buena calidad de un protocolo fotográfico comienza con la calidad de los rotuladores y una escritura legible, tanto tuya como

de los participantes. El siguiente desafío es el uso de la cámara. Coloca tu cámara exactamente en el centro del gráfico que vas a fotografiar para obtener una imagen rectangular.

Puedes crear el protocolo fotográfico en tu computadora utilizando un programa sencillo como PowerPoint o Word. Reduce los píxeles de las fotos según el contenido; esto te permitirá mantener el tamaño del archivo en un nivel aceptable.

*Consejo: Cada vez que expliques las tareas a los grupos de trabajo, instrúyelos sobre cómo escribir en las tarjetas/ rotafolios. ¡Mantén tu cámara estable al tomar las fotos!*

## 6. Asignaciones para trabajo en grupo

Por lo general, la mayoría de los participantes entiende una tarea sólo parcialmente después de una única presentación oral.

Una asignación debe incluir los siguientes elementos:

- Composición y tamaño del grupo: especificar cómo se formarán los grupos y cuántas personas los integrarán.
- Tarea: describir la actividad que se debe realizar.
- Objetivo/propósito de la tarea: explicar el propósito de la actividad asignada.
- Propuesta de procedimiento: detallar los pasos a seguir y la división del trabajo.
- Tiempo disponible: indicar cuánto tiempo tienen los grupos para completar la tarea.
- Materiales: enumerar los recursos necesarios para llevar a cabo la tarea.
- Resultado concreto esperado: especificar lo que se espera como resultado, acompañado, si es posible, de un ejemplo.
- Indicaciones para la presentación: explicar qué debe ser presentado, cómo y en cuánto tiempo.

*Consejo: Formula cuidadosamente las asignaciones para el trabajo en grupo o las tareas. Escríbelas o visualízalas para los participantes. El facilitador principal de un módulo o sesión puede contar con el apoyo de sus colegas, quienes pueden ayudar considerablemente a aclarar las tareas a los grupos o participantes individuales (siempre que también estén preparados de antemano).*

Para resumir, el programa de formación INHERIT exige que los facilitadores transiten de la instrucción tradicional a la facilitación, basándose en principios de aprendizaje experiencial. Los facilitadores desempeñan un papel vital al guiar a los participantes en el proceso de adquisición de conocimientos y habilidades. Al seguir pautas estructuradas de facilitación, los formadores aseguran una experiencia centrada en el participante, participativa y orientada a resultados, preparando a los participantes para enfrentar desafíos del mundo real.



Co-funded by  
the European Union

El éxito de la formación depende de la interactividad, la flexibilidad y el uso efectivo de técnicas como la visualización y la dinámica de grupo. El trabajo en equipo y una preparación detallada son cruciales para evitar problemas potenciales y lograr que tanto los participantes como los facilitadores se sientan satisfechos.

## VIII. Referências

1. Bhattacharjee, J. (2015). Constructivist Approach to Learning – An Effective Approach of Teaching Learning. *International Research Journal of Interdisciplinary & Multidisciplinary Studies*, Vol. 1, Issue 1, 65-74.
2. Brame, J. C. (2016). Active learning. Vanderbilt University Center for Teaching. URL: <https://cft.vanderbilt.edu/active-learning/>, Accessed on October 3, 2024.
3. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:54958385>.
4. Johnson, D. & Johnson, R. (2018). Cooperative Learning: The Foundation for Active Learning [https://www.researchgate.net/publication/330952938\\_Cooperative\\_Learning\\_The\\_Foundation\\_for\\_Active\\_Learning](https://www.researchgate.net/publication/330952938_Cooperative_Learning_The_Foundation_for_Active_Learning). Accessed on October 3, 2024.
5. Kolb, D. (1984). *Experiential Learning: Experience As The Source Of Learning And Development*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
6. Lachapelle, S. & N. Whiteside (2017). Experiential learning- a Framework for Impact. URL: [https://www.uoguelph.ca/experientiallearning/sites/uoguelph.ca.experientiallearning/files/draft%20structure%20for%20EL%20hub%20%20for%20senate\\_1.pdf](https://www.uoguelph.ca/experientiallearning/sites/uoguelph.ca.experientiallearning/files/draft%20structure%20for%20EL%20hub%20%20for%20senate_1.pdf), Accessed on October 1, 2024.
7. Mainemelis, C., Boyatzis, R., & Kolb, D. (2002). *Learning Styles and Adaptive Flexibility. Testing Experiential Learning Theory*. Sage Publications London, Thousand Oaks, CA and New Delhi Vol. 33 (1):5-33.
8. Mollaei, F. & H. Rahmana (2012). Experiential Education Contribution to Language Learning. [http://www.ijhssnet.com/journals/Vol\\_2\\_No\\_21\\_November\\_2012/31.pdf](http://www.ijhssnet.com/journals/Vol_2_No_21_November_2012/31.pdf). Accessed on October 2, 2024.
9. Wolfe, D & Byrne, E. (1975). Research on Experiential Learning: Enhancing the Process. *Developments in Business Simulation and Experiential Learning*. Vol. 2, URL: