



# CURSO INHERIT PLAN DOCENTE



Co-funded by  
the European Union

Este programa de estudios 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. Las opiniones y puntos de vista expresados son únicamente los de los autores y no reflejan necesariamente los de la Unión Europea o de la Agencia Ejecutiva de Educación, Audiovisual y Cultura de la UE (EACEA). Ni la Unión Europea ni la EACEA pueden ser responsables de los mismos.

**Autor:**

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

**Colaboradores:**

Devetaki Plateau Association, Bulgaria

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

Kato Drys Community Council, Chipre

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

Lišov Múzeum, Eslovaquia

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

Tetra Solutions, Bulgaria

(<https://tetra-solutions.eu/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 normas anteriores. Además, debe reconocerse de manera clara a los autores del documento y a todas las secciones aplicables del aviso de derechos de autor.

Todos los derechos reservados. © Copyright 2024 INHERI

## ÍNDICE

|  |    |
|--|----|
| I. Contexto general.....   | 4  |
| II. Metodología de enseñanza-aprendizaje.....  | 4  |
| III. Resultados de aprendizaje .....   | 5  |
| IV. Carga de trabajo por unidad.....   | 6  |
| V. Contenido .....   | 7  |
| Módulo 1. Análisis de los recursos del territorio .....  | 7  |
| Unidad 1.1. Recursos naturales .....   | 7  |
| Unidad 1.2. Recursos culturales .....  | 7  |
| Módulo 2. Evaluación y selección preliminar .....  | 9  |
| Unidad 2.1. Criterios de análisis y selección de recursos.....   | 9  |
| Unidad 2.2. Criterios de sostenibilidad del turismo rural (criterios económicos, sociales, culturales y medioambientales)..... | 9  |
| Módulo 3. Identificación y análisis de los servicios del territorio asociados al turismo.....                                  | 10 |
| Unidad 3.1. Servicios básicos en la cadena de valor del turismo .....  | 10 |
| Unidad 3.2. Servicios específicos que aportan valor añadido .....  | 10 |
| Módulo 4. Análisis de los perfiles ideales para cada tipo de formación o propuesta turística .....                             | 11 |
| Unidad 4.1. El perfil de cliente .....   | 12 |
| Unidad 4.2. Enfoques y herramientas para el análisis de clientes (perfiles e intereses) .....                                  | 12 |
| Módulo 5. Estructura de actividades guiadas e interpretativas - storytelling   | 12 |
| Unidad 5.1. Guíaje profesional.....  | 13 |
| Unidad 5.2. Interpretación del patrimonio y storytelling.....  | 13 |
| Propuesta metodológica: .....  | 13 |
| Módulo 6. Diseño de productos turísticos .....   | 14 |



Co-funded by  
the European Union

|   |    |
|---|----|
| Unidad 6.1. Diseño del producto.....                | 14 |
| Unidad 6.2. Branding y marketing del producto ..... | 14 |
| VI. Criterios de Evaluación.....                    | 15 |

*Protocolo sobre las líneas básicas para la preparación de la formación o productos formativos a través de los recursos naturales y culturales vinculados al territorio.*

*El siguiente protocolo se desarrolla a través de 12 pasos (6 módulos, 12 unidades) que se proponen siguiendo el orden establecido en el documento.*

## I. Contexto general

El siguiente plan de estudios está estructurado en un proceso de aprendizaje lineal, paso a paso, mediante la combinación de tres aspectos que estarán constantemente interconectados: formación en los fundamentos teóricos o conceptuales de cada tema, trabajo de campo y práctica a través de ejercicios en el terreno o en el aula.

Dado el tipo de proyecto, enfocado en el trabajo en áreas rurales, pequeñas y a menudo con carencias de diversos recursos formativos, y por otro lado, con el objetivo principal de generar una mejora en el territorio a través de actividades en el contexto de la industria turística, se dará prioridad a las acciones de participación mediante visitas de campo y ejercicios dinámicos en el aula, con el apoyo de la información teórica más relevante y bibliografía.

Por lo tanto, al inicio de cada sesión siempre habrá una introducción conceptual de los temas o conceptos que se trabajarán posteriormente. En cada bloque se realizarán visitas de campo para identificar los elementos de trabajo subsiguientes, y se complementarán con trabajo en el aula para concretar, a través de ejercicios muy diversos, y generar conclusiones que nos permitan avanzar hacia la creación final de diversos productos turísticos.

Dentro del proyecto, entenderemos la Sostenibilidad como un elemento transversal a considerar en todos los módulos, a la escala del proyecto y dentro de los límites que tenemos.

## II. Metodología de enseñanza-aprendizaje

El enfoque de enseñanza-aprendizaje adoptado en este curso sigue un marco didáctico e instructivo que combina teoría con práctica, proporcionando una experiencia de formación interactiva e inmersiva. Cada módulo está estructurado de manera progresiva, permitiendo que se practiquen las habilidades adquiridas en un módulo mientras se trabaja en el siguiente. Este diseño enfatiza la participación activa, donde los estudiantes se involucran tanto con el contenido conceptual como con actividades prácticas para consolidar su comprensión. Basado en los principios expuestos en el "Trainers' Tool Kit", el enfoque fomenta

la aplicación del conocimiento teórico a escenarios del mundo real a través de simulaciones, estudios de caso y ejercicios simulados. Al combinar la instrucción en el aula con el aprendizaje experiencial, los participantes no solo absorben los aspectos académicos del desarrollo de productos turísticos, sino que también desarrollan habilidades prácticas que son transferibles a diferentes contextos. Esta integración de teoría y práctica asegura que los estudiantes estén preparados para pensar de manera crítica, colaborar de forma efectiva y aplicar su aprendizaje en diversos entornos turísticos, con un conocimiento que se construye sobre lo aprendido en módulos anteriores.

### III. Resultados de aprendizaje

1. Los participantes 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, para ser considerados en la futura creación de productos turísticos.
2. Los participantes serán capaces de identificar las cualidades más relevantes (originalidad, autenticidad, rareza, etc.) así como las limitaciones (dificultad de observación, estacionalidad, etc.) de los diversos recursos naturales y culturales del territorio—tanto tangibles como intangibles—para su consideración en la creación de productos turísticos.
3. Los participantes serán capaces de trabajar individualmente y en equipo, tanto en el campo como en interiores, y utilizar diferentes fuentes de información (entrevistas personales, bibliografía diversa, fuentes digitales, visitas de campo) con el fin de utilizar estos recursos en la creación de productos turísticos.
4. Los participantes serán capaces de analizar su territorio a través de los diversos servicios relacionados con el desarrollo de actividades turísticas: transporte, restauración, hospedaje, seguridad, etc., tanto básicos como especializados, y evaluar sus carencias para el desarrollo posterior de actividades.
5. Los participantes serán capaces de analizar a los actuales clientes—turistas—del territorio a través de diversos medios: entrevistas, consulta de datos turísticos nacionales, regionales o locales.



## V. Contenido

Pasos a seguir:

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

El análisis del territorio tiene como objetivo realizar una búsqueda amplia y exhaustiva de todos los recursos con valor patrimonial que se pueden encontrar y utilizar en el territorio para desarrollar una actividad.

Este análisis incluye los recursos naturales y culturales que se pueden considerar al diseñar y desarrollar una actividad en el ámbito del turismo. Una vez identificados los diversos recursos, se analizan los elementos que pueden facilitar la actividad para cada uno de ellos y los elementos que pueden obstaculizar o condicionar la acción de alguna manera. De este modo, podemos tener una primera instantánea del territorio, sus valores y limitaciones, y ponderar los elementos a introducir.

#### Unidad 1.1. Recursos naturales

Entre los recursos naturales se consideran grupos de recursos que tienen o pueden tener un interés potencial en el desarrollo de una actividad. En cada ubicación, se elegirán los más significativos y relevantes.

- Geología
- Flora
- Hongos
- Mamíferos
- Aves
- Reptiles y anfibios
- Ecosistemas o hábitats
- Fenómenos meteorológicos y astronómicos
- Patrimonio inmaterial relacionado con la naturaleza: Paisaje

#### Unidad 1.2. Recursos culturales

Entre los recursos culturales se considerarán grupos de recursos que tienen o pueden tener un interés potencial en el desarrollo de una actividad. En cada ubicación, se elegirán los más significativos y relevantes.

- Arquitectura

- Agronomía
- Ganadería
- Artesanía
- Folclore
- Gastronomía
- Espiritualidad
- Otros patrimonios inmateriales

### **Propuesta metodológica:**

- Se propone una breve sesión teórica inicial en el aula que incluirá una parte introductoria teórica y las instrucciones para los ejercicios correspondientes.
- Se proponen de una a tres salidas de campo en cada caso, con una duración de al menos una mañana, por la zona inmediata donde se llevará a cabo el proyecto, para identificar en el terreno los diferentes recursos patrimoniales, sus debilidades y fortalezas.
- Después de cada encuesta de campo, se llevarán a cabo de una a dos sesiones en el aula de media jornada para cada sesión de campo, con el fin de compartir la información recopilada, clasificarla y darle un formato útil que se utilizará en los siguientes pasos.

### **Duración:**

- Campo: 10 horas. Sugerido por dos viajes al campo.
- Interior: 5 horas
- Total: 15 horas

### **Resultados:**

- Proporcionar la base teórica sobre los diferentes tipos de recursos patrimoniales con interés en el contexto del turismo.
- Identificación de los recursos patrimoniales naturales y culturales en el territorio o por cada socio del proyecto.
- Clasificación de los recursos patrimoniales naturales y culturales en formatos de trabajo para cada socio del proyecto.

### **Criterios de evaluación:**

- Identificar un mínimo de 20 elementos patrimoniales de valor turístico para cada socio del proyecto.
- Identificar un mínimo de 3 nuevos elementos patrimoniales de valor turístico para cada socio del proyecto.

## Módulo 2. Evaluación y selección preliminar

Después de la identificación de los recursos y el análisis de cada uno de los elementos del territorio, tanto limitantes como potenciadores, se priorizarán y categorizarán cada uno de los recursos, para decidir cuáles se incluirán en el siguiente proceso de creación de productos.

### Unidad 2.1. Criterios de análisis y selección de recursos

Consistirá en hacer una primera selección basada en los elementos generales más relevantes, relacionados con la originalidad del recurso, la oferta y la demanda del contexto turístico a nivel municipal, pero principalmente a nivel regional, que nos permitirán trabajar con ellos en el proyecto.

### Unidad 2.2. Criterios de sostenibilidad del turismo rural (criterios económicos, sociales, culturales y medioambientales)

Esta unidad profundizará en aspectos mucho más detallados relacionados con el sitio específico y aspectos concretos vinculados a la viabilidad de su uso a medio y largo plazo y los criterios de sostenibilidad.

Al priorizar, se considerarán los siguientes factores:

- Temporalidad – efimeridad
- Prioridad a nivel de conservación
- Rareza
- Demanda de los clientes
- Relación con marcas o tipos de turismo relacionados con la zona
- Accesibilidad
- Viabilidad financiera

### Propuesta metodológica:

- Se propone una sesión en el aula de media jornada que incluirá una parte introductoria teórica y las instrucciones para los ejercicios correspondientes.
- Se propone la posibilidad de incluir una breve sesión de visita al campo para resolver cualquier duda sobre los aspectos trabajados, si se considera necesario.

### Duración:

- Campo: 1.5 horas
- Interior: 3.5 horas
- Total: 5 horas

#### Resultados obtenidos:

- Tener las bases de los diferentes tipos de criterios para valorar el patrimonio natural o cultural relacionado con el turismo.
- Tener una lista real de recursos patrimoniales con valor turístico ya utilizados o nuevos para cada socio del proyecto.

#### Evaluación:

- Especificar unos 10 elementos patrimoniales de valor turístico para cada localidad.
- Especificar unos 3 elementos patrimoniales de valor turístico para cada localidad que no se han utilizado hasta ahora.

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

A continuación, se llevará a cabo un análisis de los servicios que se encuentran en la zona para evaluar el potencial en el desarrollo de ciertos formatos de actividades turísticas más complejas —por ejemplo, estancias o paquetes turísticos— y poder ofrecer a los clientes una gama más amplia de posibilidades.

### Unidad 3.1. Servicios básicos en la cadena de valor del turismo

Se relaciona con todos aquellos elementos esenciales que permiten el correcto desarrollo de una actividad turística en el territorio. Por ejemplo:

- Restauración: bares y restaurantes
- Suministro de combustible: gasolineras u otros
- Alojamiento: diversos tipos de hospedaje como hoteles, casas rurales, albergues, apartamentos de alquiler, ...
- Transporte público: autobús, avión, tren, ...
- Accesos: red viaria
- Servicios de salud y emergencias: hospitales, centros de salud, bomberos o servicios de rescate, ...

### Unidad 3.2. Servicios específicos que aportan valor añadido

Estos son los elementos, no básicos, que pueden garantizar la calidad del producto y dar valor añadido en diferentes aspectos.

- Servicios turísticos: oficinas de información, centros de interpretación, paneles y mapas informativos, visitas guiadas y variedad de actividades, ...

- Servicios especiales: atención específica para grupos concretos: niños, mayores, personas con requisitos especiales, mascotas, ...
- Certificaciones: en sostenibilidad, en turismo —guías oficiales, sitios con certificaciones de la UNESCO, ...

#### **Propuesta metodológica:**

- Se propone una sesión en el aula de media jornada que incluirá una parte introductoria teórica y las instrucciones para los ejercicios correspondientes.
- Se propone la posibilidad de incluir una breve sesión de visita al campo para resolver cualquier duda sobre los aspectos trabajados, si se considera necesario.

#### **Duración:**

- Campo: 2 horas
- Interior: 2 horas
- Total: 4 horas

#### **Resultados obtenidos:**

- Tener las bases de los diferentes tipos de servicios generales utilizados en el turismo.
- Tener una lista real de servicios básicos asociados a la actividad turística considerando diversos tipos de actividades (paseos, excursiones, ...).

#### **Evaluación:**

Especificar al menos 10 establecimientos (negocios) con diferentes servicios, utilizados en el turismo por cada socio del proyecto.

## **Módulo 4. Análisis de los perfiles ideales para cada tipo de formación o propuesta turística**

A continuación, se llevará a cabo una sesión en la que, a través de diversos ejercicios, se compartirán los diferentes tipos de perfiles de usuarios actualizados en cada área relacionados con las marcas o los principales tipos de turismo de la zona y los posibles perfiles potenciales vinculados al interés en el patrimonio y en las actividades ofrecidas. Se sacarán conclusiones sobre los perfiles turísticos pasados y presentes y qué posibilidades futuras pueden basarse en las necesidades identificadas.

#### **Unidad 4.1. El perfil de cliente**

Se proporcionarán los elementos teóricos fundamentales para poder identificar aquellos aspectos más relevantes que permitan tener un contexto general en relación con los clientes en el mundo del turismo.

#### **Unidad 4.2. Enfoques y herramientas para el análisis de clientes (perfiles e intereses)**

En la segunda parte, se introducirá a los participantes en el uso de las herramientas aprendidas para concretar los diferentes perfiles de clientes de la zona hasta la fecha, los posibles clientes potenciales en relación con los elementos naturales y culturales, y los servicios relacionados con el turismo identificados previamente

#### **Propuesta metodológica:**

- Se propone una sesión en el aula de media jornada, más larga de lo habitual, que incluirá una parte introductoria teórica y las instrucciones para los ejercicios correspondientes.
- Se propone la posibilidad de incluir una breve sesión de visita al campo para resolver cualquier duda sobre los aspectos trabajados, si se considera necesario.

#### **Duración:**

- Campo: 3 horas
- Interior: 3 horas
- Total: 6 horas

#### **Resultados obtenidos:**

- Tener las bases de los diferentes tipos de perfiles de clientes relacionados con el patrimonio natural y cultural en el contexto del turismo.
- Tener una clasificación de los diferentes tipos de perfiles de clientes relacionados con los activos seleccionados, tanto actuales como potenciales.

#### **Sistema de evaluación:**

- Identificar al menos tres perfiles de clientes diferentes para cada socio del proyecto.

## **Módulo 5. Estructura de actividades guiadas e interpretativas - storytelling**

Se realizará siguiendo el marco teórico y práctico basado en los principios de comunicación y participación que sustentan las actividades turísticas, principalmente relacionadas con los

procesos de orientación y transmisión de información, que están, por tanto, vinculados al uso de herramientas de interpretación, y entre ellas, la narración de historias (storytelling), como una forma de estructurar la información a través de un relato.

Toda la información relacionada con la selección de elementos patrimoniales y sus limitaciones y potencial, así como los diferentes perfiles de clientes potenciales, se utilizará para dar contexto y como ejemplos de trabajo. A lo largo de varios ejercicios, mostraremos cómo hacer más relevantes los aspectos más auténticos y distintivos de su elemento patrimonial.

### **Unidad 5.1. Guíaje profesional**

En este módulo nos centraremos en proporcionar el marco teórico y las herramientas para entender el contexto profesional relacionado con diversas actividades de guiado, dado que gran parte del turismo en áreas rurales o aisladas de infraestructuras principales se basa en esto.

Al mismo tiempo, permitirá identificar el perfil de las personas que participarán en la formación como potenciales formadores, basándose en los elementos proporcionados en el curso.

### **Unidad 5.2. Interpretación del patrimonio y storytelling**

En esta segunda parte, el enfoque estará en proporcionar las herramientas utilizadas tanto en la guiado como en las actividades donde es necesario el desarrollo de herramientas de comunicación para mejorar la participación del público y el vínculo con los elementos patrimoniales del territorio previamente identificados, que tienen una estructura en el espacio y en el tiempo a través de una historia - storytelling.

#### **Propuesta metodológica:**

Será una formación intensiva de 3 días que combinará teoría y práctica a través de ejercicios constantes en el aula y en el campo en los lugares elegidos con patrimonio relevante, donde se desarrollarán futuras actividades.

#### **Duración:**

- Campo: 10 horas
- Interior: 6 horas
- Total: 16 horas

#### **Resultados:**

- Tener la base teórica y práctica de la estructura de las actividades guiadas, técnicas de interpretación y narración de historias.
- Identificar el perfil de los futuros participantes en la formación.
- Obtener, a partir de la práctica en el campo, las técnicas de orientación e interpretación más adecuadas para la realización de experiencias con los clientes.
- Identificar, a partir de la práctica en el campo, posibles actividades turísticas relacionadas con el patrimonio identificado.

#### **Evaluación:**

- Practicar técnicas de guiado con al menos cinco recursos identificados como interesantes por cada socio del proyecto.
- Diseñar al menos 4 guías y 10 relatos interpretativos para cada socio del proyecto.
- Identificar al menos 4 posibles actividades para cada socio del proyecto.

## **Módulo 6. Diseño de productos turísticos**

Esta última fase estará dedicada exclusivamente a definir los tipos de actividades que se pueden llevar a cabo considerando toda la información del terreno recopilada previamente: patrimonio, servicios, clientes y el potencial para interpretarlos, con el fin de sugerir diferentes productos potenciales.

Las actividades pueden ser muy diversas dependiendo de cada lugar y de todos los requisitos analizados anteriormente, y pueden incluir desde experiencias breves —una visita con degustación— hasta vacaciones de varias semanas en el territorio.

### **Unidad 6.1. Diseño del producto**

En esta primera unidad nos centraremos en estructurar toda la información recopilada y seleccionada en las unidades anteriores para crear relaciones entre las diferentes áreas relacionadas con el turismo y determinar cuáles son las posibles actividades que pueden tener éxito en cada lugar.

Al mismo tiempo, se realizará un análisis de los productos finales relacionados con los aspectos discutidos anteriormente y vinculados a la sostenibilidad.

### **Unidad 6.2. Branding y marketing del producto**

En esta segunda parte, profundizaremos en el conocimiento de que, una vez identificadas las actividades potenciales diseñadas, esto nos ayudará a introducirlas en el mercado,

basándonos en herramientas de comunicación estratégica, planificación estratégica, análisis de mercado, creación de marca, etc.

**Propuesta metodológica:**

- Se propone una sesión en el aula de media jornada, más corta de lo habitual, que incluirá una parte introductoria teórica y las instrucciones para los ejercicios correspondientes.
- Se propone la posibilidad de incluir una breve sesión de visita al campo para resolver cualquier duda sobre los aspectos trabajados, si se considera necesario.

**Duración:**

- Campo: 3 hora
- Interior: 1 horas
- Total: 4 horas

**Resultados:**

- Base teórica y práctica para la creación de productos turísticos.
- Identificar diversos productos turísticos con potencial para ser implementados en cada territorio, basándose en los análisis de años anteriores.
- Análisis de la sostenibilidad de los productos creados.

**Sistema de evaluación:**

- Definir al menos 4 posibles actividades para cada socio del proyecto que incluyan el tipo de activos, el tipo de perfil de cliente potencial, los servicios externos necesarios y las herramientas de interpretación adecuadas.
- Integrar las 4 guías y 10 relatos interpretativos para cada socio del proyecto en los productos turísticos propuestos.

## VI. Criterios de Evaluación

### 1. Identificación e Integración de Recursos

- **Criterios:** El producto turístico debe demostrar la integración de recursos naturales y culturales identificados (tanto tangibles como intangibles).
- **Medición:** Los profesores pueden evaluar si los estudiantes han incluido un mínimo de 5 recursos tangibles y 3 intangibles de su región.

### 2. Principios de Sostenibilidad

- **Criterios:** El producto debe alinearse con los pilares de la sostenibilidad (económica, social, ambiental, cultural).
- **Medición:** Los estudiantes deben presentar un plan o lista de verificación de sostenibilidad que aborde al menos 3 acciones en cada pilar de sostenibilidad (por ejemplo, compromiso con la comunidad local, mitigación del impacto ambiental).

### 3. Alineación con el Perfil del Cliente

- **Criterios:** El producto debe estar diseñado para perfiles de cliente específicos identificados en el curso.
- **Medición:** Los profesores pueden requerir que los estudiantes creen una matriz de perfiles de clientes, vinculando al menos 3 tipos de clientes diferentes a características específicas de su producto turístico.

### 4. Integración de Servicios Turísticos

- **Criterios:** El producto debe integrar eficazmente los servicios turísticos locales (por ejemplo, transporte, alojamiento, restauración, seguridad).
- **Medición:** Los estudiantes deben listar al menos 3 tipos de servicios locales y explicar cómo su producto turístico incorporaría o colaboraría con estos servicios.

### 5. Estructura del Guiaje

- **Criterios:** La experiencia guiada del producto debe seguir la estructura de cuatro partes (pre-actividad, inicio, desarrollo y cierre).
- **Medición:** Los estudiantes presentan un itinerario detallado para una actividad guiada, dividido en las cuatro fases. Los profesores pueden evaluar la completitud y el flujo lógico de cada fase utilizando una rúbrica de puntuación (1-5 para cada sección), asegurándose de que se incluyan todos los elementos necesarios (por ejemplo, preparación, participación, reflexión).



Heritage Interpretation through Digital Storytelling  
for Experiential Tourism Development in Rural Areas



Community Council of  
**KATO DRYS**

**tetra**  
solutions

*Lisov Muzeum*



[www.lisovmuzeum.sk](http://www.lisovmuzeum.sk)

  
**Naturalwalks**  
*Ecotourism, Nature and Sustainability*

[www.inherit-eu.com](http://www.inherit-eu.com)

Funded by the European Union. Views and opinions expressed are however those of the author(s) only and do not necessarily reflect those of the European Union or the European Education and Culture Executive Agency (EACEA). Neither the European Union nor EACEA can be held responsible for them.



Co-funded by  
the European Union