

←

Conéctese a las sesiones virtuales para empresas y destinos turísticos

Colombia Productiva, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, lo invitan a las sesiones de capacitación virtual especializadas para el sector turismo.

Consulte la agenda a continuación y conéctese a la sesión de su interés escribiendo el link de acceso en su navegador.

¡Porque juntos hacemos más!

Día y hora	Sesión	Link de acceso
Miércoles, 15 de abril, 9:30 a.m.	Turismo cultural y exaltación de las narrativas turísticas en la actualidad, con Clara Inés Sánchez, de la Universidad Externado de Colombia e Icomos Colombia.	bit.ly/clara-turismo
Jueves, 16 de abril, 2:30 p.m.	Iniciativa Salvemos Travel, con Eduardo Maldonado, de Tourbitz	bit.ly/salvemos-travel
Viernes, 17 de abril, 10:00 a.m.	Intercambio de experiencias: Diseño de Experiencias turísticas en el Paisaje Cultural Cafetero, con Cesar Angel, de Nature Trips	bit.ly/paisaje-cafetero
Martes, 21 de abril, 10:00 a.m.	Importancia de la calidad en empresas de turismo, con Olga Pesca, de Colombia Productiva, y Alejandro Vargas, del Viceministerio de Turismo.	bit.ly/sesion-calidad

El progreso es de todos Mitosherencia

*Quédate en casa hoy para poder viajar mañana.

Diseño de experiencias turísticas en el Paisaje Cultural Cafetero de Colombia





*Gestor de sueños, artesano de
experiencias
Pajarero y fotógrafo por pasión*

*Administrador turístico de la universidad
católica de Manizales.*

*Estudiante maestría en gestión del turismo
sostenible – Universidad para la cooperación
internacional de Costa Rica –UCI.*

Gerente de Nature Trips Colombia.

Padre de Gabriela y Matías, esposo de Diana.

Colombiologo

Comencemos con una historia que ha acompañado a niños de todo el mundo durante cerca de un siglo

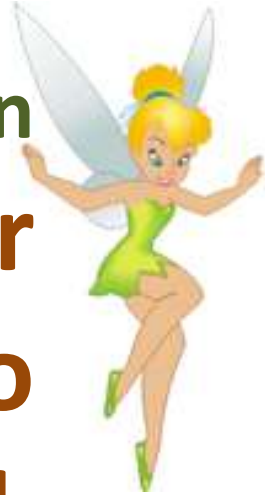
**El sueño de estar en el país de nunca jamás
y ser niño por siempre**



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Del sueño a la experiencia

Soñaste con
ser **Peter
Pan o
Tinkerbell,**
y dormir en la
casa del árbol
en el país de
nunca jamás!!



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Alguien lo
hizo
posible!!

**THE GIBBON
EXPERIENCE**
VIVIENDO LA
EXPERIENCIA DE
PETER PAN



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

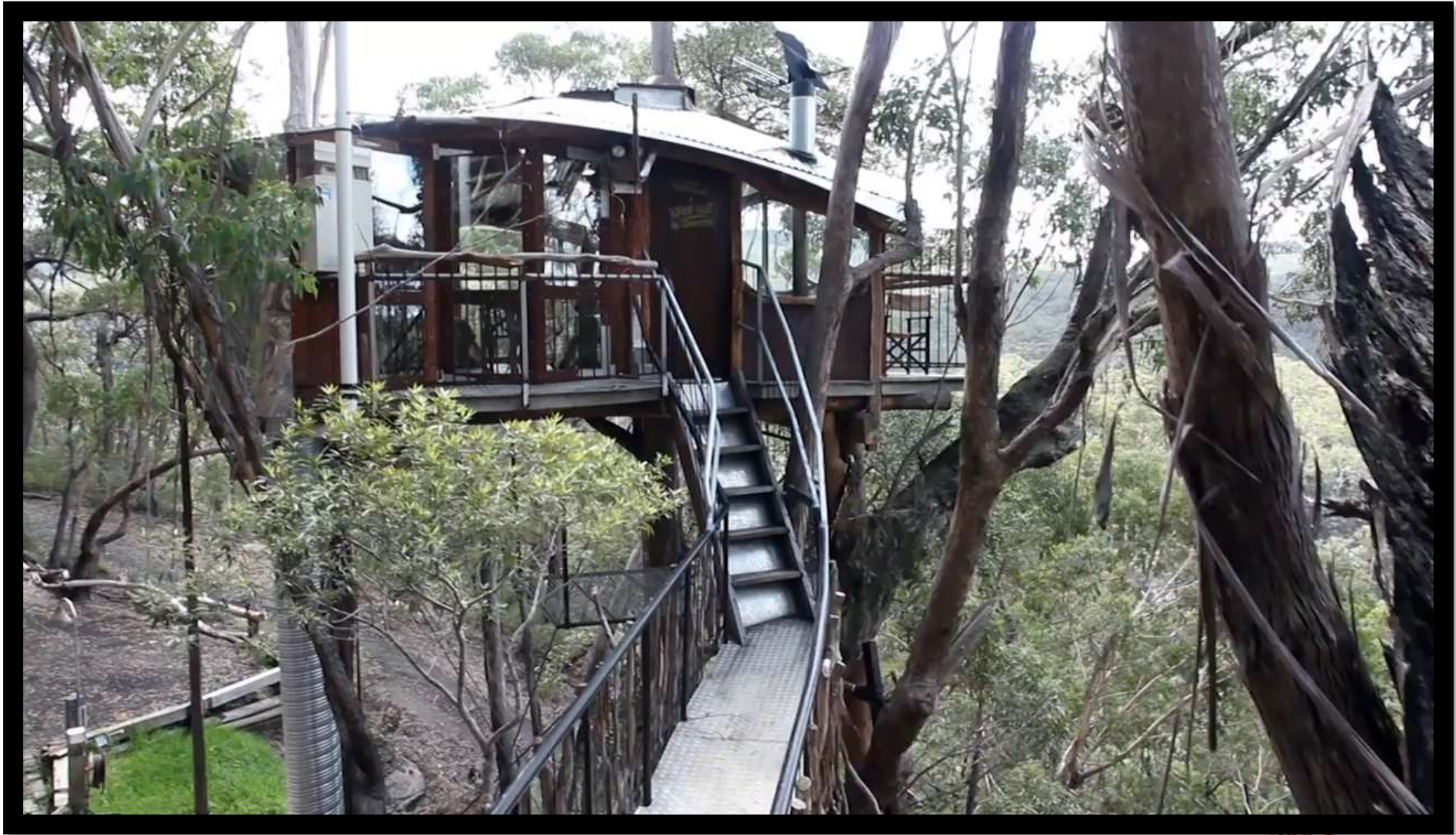


**¿Podría ser aún mejor
como experiencia?**

¿Qué le mejorarías?



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Y si le sumas pajareada..

¿Mejora más?



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)





Este tipo de experiencia
existe en Colombia y aporta
a la conservación local



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

La búsqueda de experiencias hoy, nos lleva por varios caminos



Foto. César Ángel. PNN Tuparro



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)













Diseño de experiencia de visita y cadena de valor

1. La experiencia de viaje
2. ¿Por qué diseñar experiencias?
3. ¿Para quien?
4. El método de Nature Trips para el diseño de experiencias

Fotografía. César Angel. Vichada



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Al final de la conferencia, usted deberá..

- ✓ Entender la importancia para el destino y los actores locales, respecto del diseño, desarrollo y comercialización de Productos Turísticos basados en experiencias.
- ✓ Analizar los aspectos y retos principales del desarrollo de productos turísticos basados en experiencias.
- ✓ Comprender algunos elementos que le permitirán orientar más eficazmente el desarrollo del producto turístico.



Al diseñar producto turístico basado en experiencias...

El prestador de servicios turísticos podrá entender la relación de los **recursos turísticos** frente a las **motivaciones de mercado** para definir los **atractivos**, acorde a **perfil del cliente** y **tipología de producto, diseñar itinerarios** basados en información geográfica, definir el **tema del producto**, los **recursos necesarios** para su operación, así como los elementos para la definición del **precio de venta al público**



¿Por qué diseñar experiencias?



Fotografía. César Angel. Vichada



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

¿QUÉ ES UNA EXPERIENCIA ÚNICA?

Es el resultado de una actividad o conjunto de actividades y estados emocionales positivos, elementos de seducción / fascinación, memorabilidad (recordación, altos niveles de satisfacción)”.

Fuente. Procolombia



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

CARACTERÍSTICAS DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA



Articular bienes y servicios habituales (como traslados, comidas, alojamientos, servicio de guías, *souvenirs*, etc.) con otros menos comunes y específicamente elegidos para la ocasión.

Así, la experiencia no reemplaza los servicios turísticos, sino que los integra en un todo que produce efectos en quienes la viven —aunque, naturalmente, una experiencia turística de calidad requiere servicios de calidad—.

CARACTERÍSTICAS DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA



Integrar múltiples sentidos, como el olfato, el oído, el tacto u otros, para sumergir al turista en el conjunto de estímulos que lo rodea e intensificar su vivencia.



CARACTERÍSTICAS DE UNA EXPERIENCIA TURÍSTICA



Apelar a diversas dimensiones humanas, como la física, la intelectual, la social, la espiritual y, especialmente, la emocional. En general, las experiencias más memorables y valoradas son aquellas que logran comprometer al visitante en varias dimensiones.



Incorporar una narrativa, esto es, una historia o conjunto de ideas que dé significado, coherencia y organización a todos sus elementos. Bien lograda, dicha narrativa puede constituirse en un atractivo en sí misma, sea que se despliegue explícitamente en un texto escrito o en las palabras del guía, o bien, que esté implícita en la sucesión de actividades de la experiencia, en el carácter de la infraestructura o en la decoración de los espacios.





Provocar interacciones con el entorno que vayan más allá de la sola contemplación. Dichas interacciones pueden producirse con el medio material (equipo, infraestructura, naturaleza, etc.) o social (guías, gente local, otros turistas, etc.), y a partir de ellas, el turista se involucra en el desarrollo de su propia experiencia —lo que incrementa también su compromiso con lo que está viviendo—.

Se sugieren 3 conceptos de estructuración de la oferta turística de un territorio



Experiencia, *playground* y circuito son conceptos que permiten la organización, estructuración y desarrollo de la oferta turística de un territorio para mayor disfrute y satisfacción del cliente, siendo por tanto el método que utilizamos en Nature Trips y aplicamos en el diseño de producto para turismo de turismo y paz en 7 destinos de Colombia.



La experiencia es el
producto turístico más
“sencillo”

Recursos / atractivos /
servicios turísticos



Las experiencias se pueden clasificar en base a 3 dimensiones

1 Intensidad de la intervención del viajero



2 Tipología del recurso base

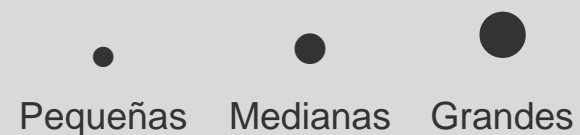


3 Impacto o "tamaño" de la experiencia

En base a las dimensiones de:

- Duración
- Intensidad
- Interacción
- Impacto emocional
- Gestión

Las experiencias pueden ser:



Un playground es un espacio físico donde confluyen experiencias, atractivos, actividades y servicios turísticos

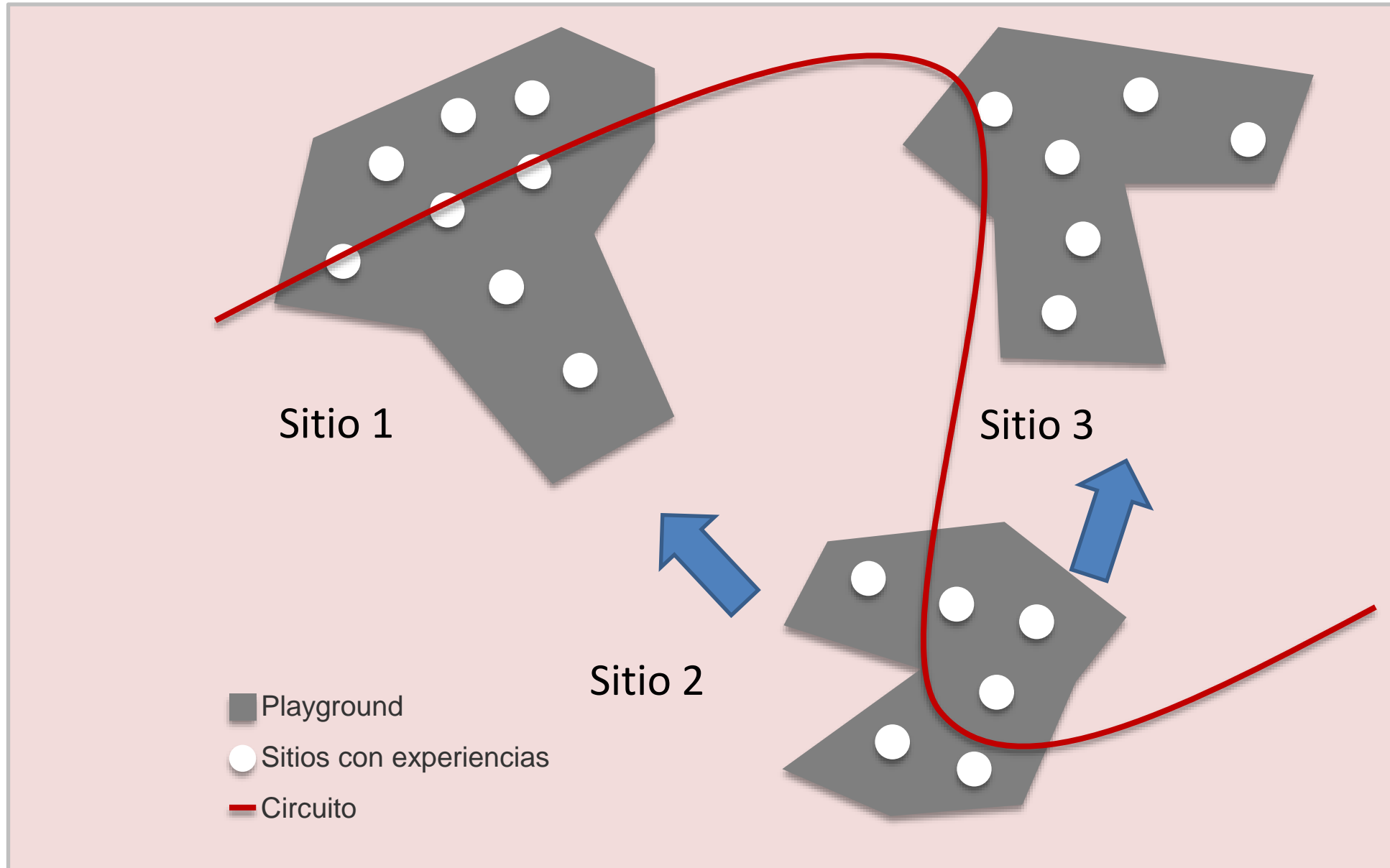


Enclave geográfico de carácter turístico fácilmente identificable, bien estructurado y que puede ser recorrido entre 1 y 3 días



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Experiencias y playgrounds dan lugar a circuitos



CONCEPTOS QUE DEBEMOS TENER PRESENTES



Fotografía: César Angel Capurgana

PRODUCTO TURÍSTICO

Conjunto de **componentes tangibles e intangibles** que incluye: recursos y atractivos, equipamientos e infraestructura, servicios, actitudes recreativas, imágenes y valores simbólicos, **actividades experienciales**. **Ofrece unos beneficios** capaces de atraer a grupos determinados de consumidores pues **satisfacen las motivaciones y expectativas** relacionadas con su tiempo libre



Steeped in colonial history and home to a staggering diversity of natural landscapes, Colombia is a microcosm of South America's most enchanting attractions. Trek the Amazon to discover lush rainforest and abundant wildlife ... sip coffee in the Zona Cafetera, the country's famed coffee-roasting region ... explore the vibrant art scenes in cosm ...more

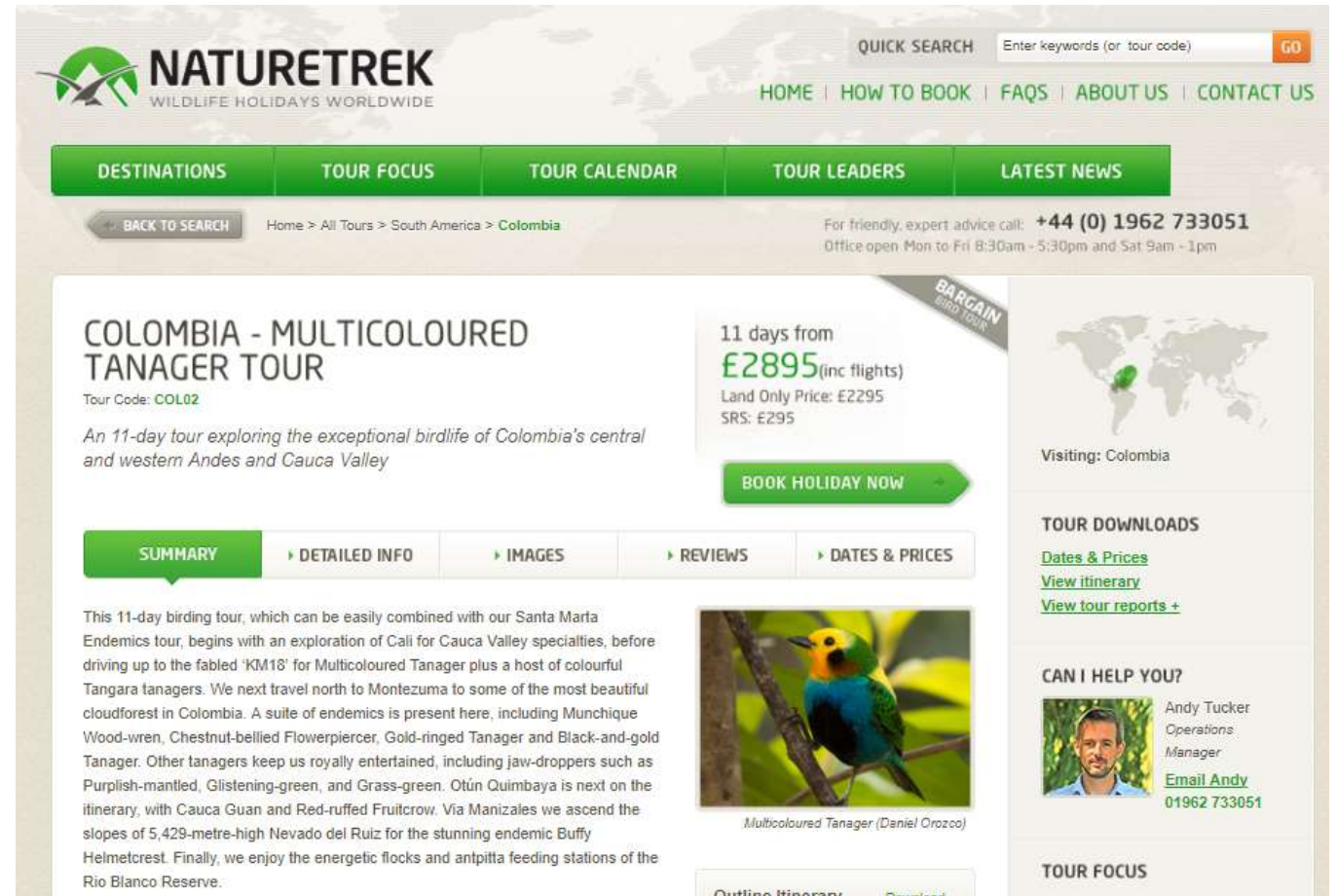


naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)

PAQUETE TURÍSTICO

Es una combinación de servicios que generalmente se compran por separado, (transporte, alojamiento, alimentación, actividades experienciales, guianza, visitas a sitios de interés, actividades de diversión); pero que **se ofrecen como un producto único**, integrado, con precio fijo y que es adquirido por el consumidor en una sola transacción.

OFRECE VENTAJAS (BENEFICIOS) Y DESVENTAJAS (RIESGOS) PARA EL CLIENTE Y PARA EL PRODUCTOR / ENSAMBLADOR



The screenshot shows the NatureTrek website interface. At the top, there is a navigation bar with the logo "NATURETREK WILDLIFE HOLIDAYS WORLDWIDE" and a search bar. Below the navigation bar, there are tabs for "DESTINATIONS", "TOUR FOCUS", "TOUR CALENDAR", "TOUR LEADERS", and "LATEST NEWS". The main content area features a tour listing for "COLOMBIA - MULTICOLOURED TANAGER TOUR" with a price of £2895 (inc flights) and a "BOOK HOLIDAY NOW" button. A sidebar on the right includes a world map, "TOUR DOWNLOADS", and "CAN I HELP YOU?" section with contact information for Andy Tucker.

NATURETREK
WILDLIFE HOLIDAYS WORLDWIDE

QUICK SEARCH Enter keywords (or tour code) GO

HOME | HOW TO BOOK | FAQs | ABOUT US | CONTACT US

DESTINATIONS TOUR FOCUS TOUR CALENDAR TOUR LEADERS LATEST NEWS

BACK TO SEARCH Home > All Tours > South America > Colombia

For friendly, expert advice call: **+44 (0) 1962 733051**
Office open Mon to Fri 8:30am - 5:30pm and Sat 9am - 1pm

COLOMBIA - MULTICOLOURED TANAGER TOUR
Tour Code: COL02

An 11-day tour exploring the exceptional birdlife of Colombia's central and western Andes and Cauca Valley

11 days from **£2895** (inc flights)
Land Only Price: £2295
SRS: £295

BOOK HOLIDAY NOW


SUMMARY DETAILED INFO IMAGES REVIEWS DATES & PRICES

This 11-day birding tour, which can be easily combined with our Santa Marta Endemics tour, begins with an exploration of Cali for Cauca Valley specialties, before driving up to the fabled 'KM18' for Multicoloured Tanager plus a host of colourful Tangara tanagers. We next travel north to Montezuma to some of the most beautiful cloudforest in Colombia. A suite of endemics is present here, including Munchique Wood-wren, Chestnut-bellied Flowerpiercer, Gold-ringed Tanager and Black-and-gold Tanager. Other tanagers keep us royally entertained, including jaw-droppers such as Purplish-mantled, Glistening-green, and Grass-green. Otún Quimbaya is next on the itinerary, with Cauca Guan and Red-ruffed Fruitcrow. Via Manizales we ascend the slopes of 5,429-metre-high Nevado del Ruiz for the stunning endemic Buffy Helmetcrest. Finally, we enjoy the energetic flocks and antpitta feeding stations of the Rio Blanco Reserve.

Multicoloured Tanager (Daniel Orozco)

Outline Itinerary Download

TOUR DOWNLOADS
[Dates & Prices](#)
[View itinerary](#)
[View tour reports +](#)

CAN I HELP YOU?
 Andy Tucker
Operations Manager
[Email Andy](mailto:andy@naturetrips.co)
01962 733051

TOUR FOCUS



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)

Los *playgrounds* cumplen con 7 criterios básicos



El desarrollo de un circuito debe tener en cuenta 9 aspectos clave





**La experiencia
de viaje y su
relación con el
producto
turístico**

Fuente fotografía. Comunidad de playona. Acandí



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Foto. César Angel. Taraira

Llegar



Foto. César Angel. Inkaterra lodge - Perú

Vivir



Foto. César Angel. Territorio Bora Miraña

Estar



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



ATRATIVOS

SERVICIOS TURÍSTICOS

INFRAESTRUCTURA / EQUIPAMIENTO PÚBLICO



- Naturales
- Culturales
- Gastronomía
- Etc.



- LLEGAR (Transporte)
- ESTAR (Alojamiento, alimentación)
- VIVIR (Operadores de experiencias, compras, ocio, etc.)



- Aeropuertos
- Vías de transporte
- Hospitales
- Iluminación y limpieza
- Etc.

=

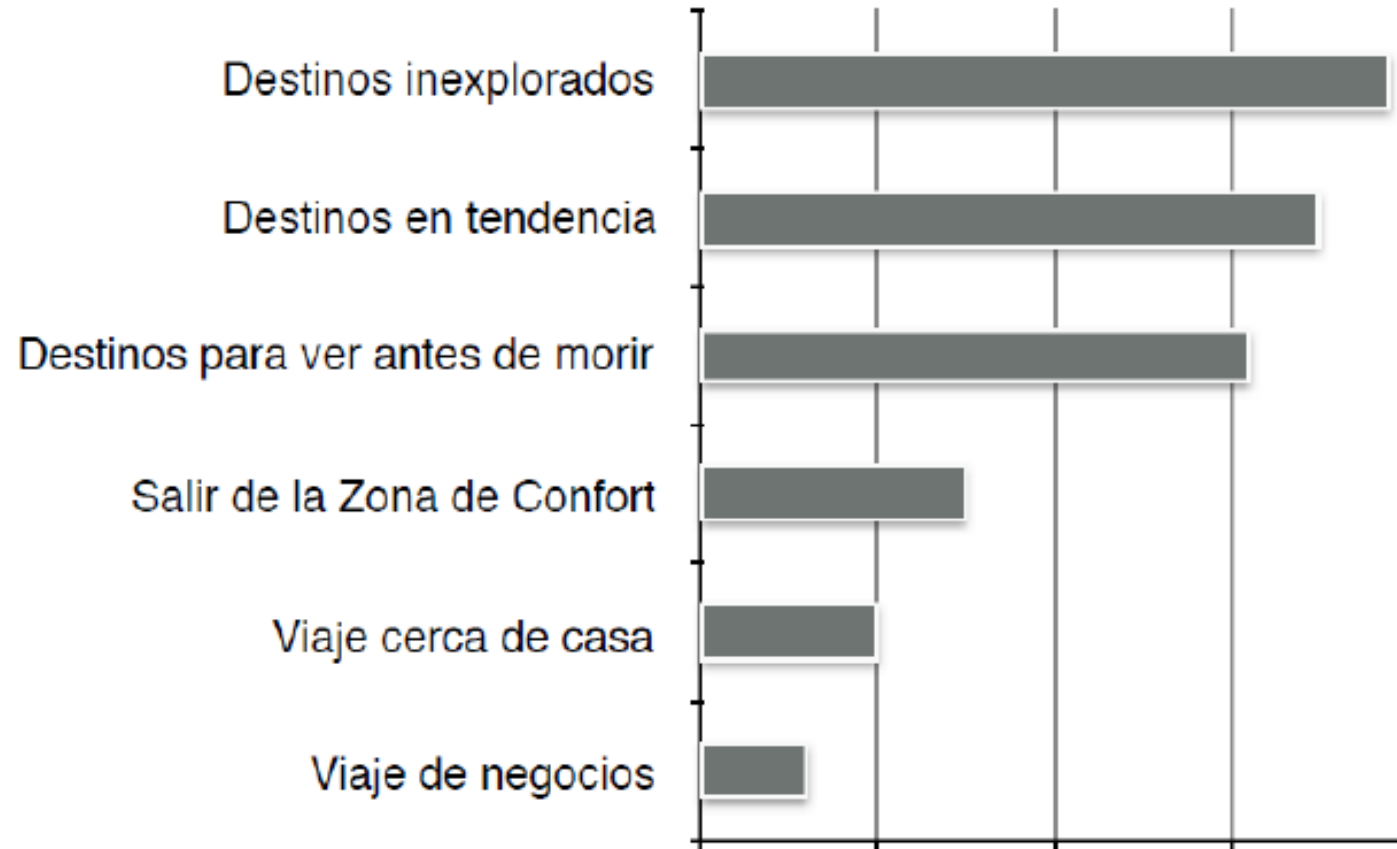


¿Para quien diseñamos?

www.naturetrips.co

¿A quien queremos seducir?

¿Qué busca la mayoría de los viajeros en tu destino turístico?



Fuente: Trekksoft. Informe tendencias 2017. Entrevista a 145 empresas , preguntando sobre motivaciones del consumidor en sus destinos turísticos



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)



El público objetivo,
Fundamental la segmentación



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

El método de Nature Trips para el diseño de experiencias

1. De recurso a atractivo.
2. Diseño de rutas.
3. Análisis de tiempos e itinerarios.
4. Interpretación de patrimonio. La historia que vamos a contar.
5. Recursos para la operación del producto basado en experiencias.
6. Gestión administrativa. Costos, cálculo de PVP, promoción, comercialización
7. Buenas prácticas para la operación del producto y las experiencias incluidas.

Foto. César Angel. Capurgana



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Atractivo turístico



Es todo lugar, objeto o acontecimiento, capaz de generar un desplazamiento turístico . Es decir, es tanta la belleza o importancia de ese atractivo, que personas que viven en otros lugares (turistas) viajan para disfrutarlo

Foto. César Angel. Paisaje Cultural Cafetero de Colombia



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Servicio turístico

Toda actividad realizada por una persona física o moral, pública o privada, tendiente a satisfacer necesidades específicas directamente planteadas por el desplazamiento turístico

Foto. César Angel. Balsaje río la vieja



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

De recurso
a atractivo



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Recursos turísticos: cualquier elemento, natural o creado por el hombre, o cualquier actividad humana, que puede generar desplazamientos de personas con la finalidad de contemplarlo o de realizar alguna actividad física o intelectual.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Puesta en valor de un recurso turístico:

actuaciones que llevamos a cabo para hacer accesibles los recursos a los turistas.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Producto turístico: recurso turístico puesto en valor para que atienda alguna motivación de los turistas, de manera que estén dispuestos a pagar un precio por su disfrute.

Componentes de la oferta

Recurso turístico
+
Puesta en valor

Componentes de la demanda

Capacidad de satisfacer motivaciones
+
disposición para comprarlo

PRODUCTO TURÍSTICO



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

DISEÑEMOS NUESTRAS EXPERIENCIAS,

HAGAMOS REAL EL PRODUCTO

INNOVADOR, CREATIVO, AUTENTICO, SINGULAR, COMPETITIVO,
SOSTENIBLE EN LO SOCIAL, EN LO CULTURAL, EN LO AMBIENTAL
Y EN EL COMPONENTE ECONOMICO

Es una gran oportunidad para añadir valor a la experiencia turística, consiguiendo un turista más satisfecho; pero también una oportunidad para añadir valor a la comunidad local, consiguiendo unos recursos –en este caso, financieros– necesarios y, a veces, imprescindibles para conservar y mantener ese patrimonio y quizá, una parte del empleo turístico.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Los pasos del desarrollo del producto componen el itinerario de consumo de un cliente - turista. La finalidad de este itinerario es el disfrute de la experiencia turística.



PASOS ESTRATEGICOS PARA EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA

BUENAS PRÁCTICAS

PRECIO

BUENAS PRÁCTICAS

RECURSOS PARA LA EXPERIENCIA

INTERPRETACIÓN

TIEMPO

RUTA

ATRATIVOS
(La materia prima)



Una clasificación de atractivos se puede dividir en tres categorías básicas: atractivos focales, complementarios y de apoyo (Ceballos, 1998).

Atractivos focales:

Se refieren a los elementos distintivos de patrimonio natural y cultural que se encuentra en el área. Son aquellos rasgos intrínsecos de singularidad que mejor caracterizan a dicho sitio o región y el motivo fundamental por lo cual los visitantes querrán visitarlo.



Una clasificación de atractivos se puede dividir en tres categorías básicas: atractivos focales, complementarios y de apoyo (Ceballos, 1998).

Atractivos complementarios:

Se refieren a los elementos de patrimonio natural y cultural que se encuentra en el área determinada, pero que no poseen el grado de importancia o singularidad en cuanto a atracción turística de los atractivos focales.

Es decir, por sí solos quizá no ejercerían suficiente atractivo para motivar a un visitante a desplazarse a ese sitio.



naturetrips.co
@naturetripscol

Una clasificación de atractivos se puede dividir en tres categorías básicas: atractivos focales, complementarios y de apoyo (Ceballos, 1998).

Atractivos de apoyo:

Están constituidos por los elementos artificiales (instalaciones y servicios) que proporcionan al visitante diferentes satisfactores. Aquí se incluyen los alojamientos, restaurantes, centros de interpretación, miradores, paseos en lancha, entre otros.


Dan sustento y servicio al visitante, pero nunca se tendrá a que constituyan el motivo principal por el cual el visitante visite un área respectiva.



naturetrips.co
@naturetripscol

Mapas y herramientas de información geográfica

valle del cauca



Valle del Cauca

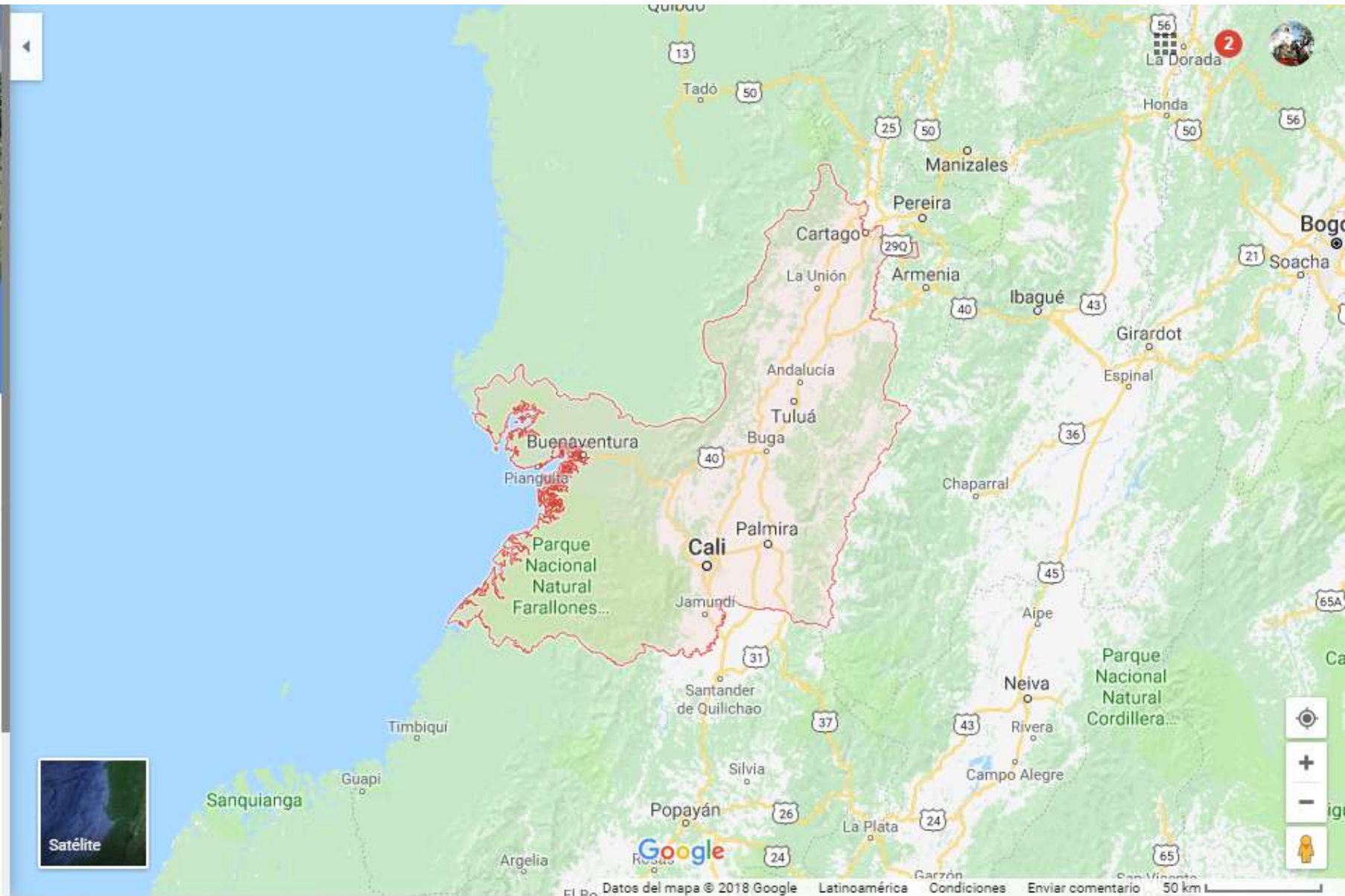
Indicaciones

GUARDAR EN ALREDEDORES ENVIAR AL TELÉFONO COMPARTIR

Fotos

Datos básicos

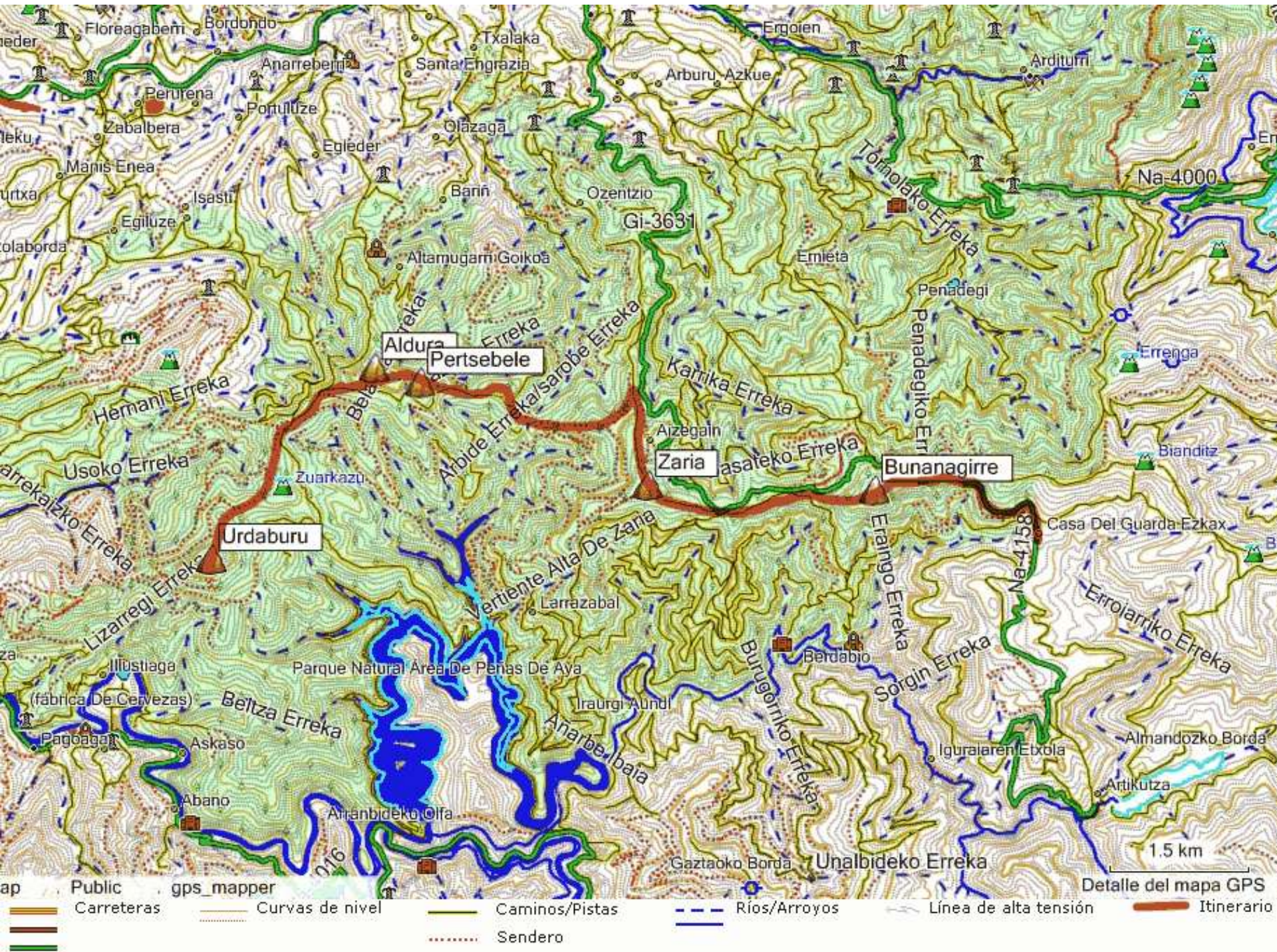
Valle del Cauca es un departamento del suroeste de Colombia. Tiene playas a lo largo de su costa en el océano Pacífico, mientras que en el interior está la cordillera de los Andes. La ciudad capital, Santiago de Cali, es reconocida como un centro para la música y el baile de la salsa. Sobre un



Satélite

Google

Datos del mapa © 2018 Google Latinoamérica Condiciones Enviar comentario 50 km



EL MAPA TOPOGRÁFICO

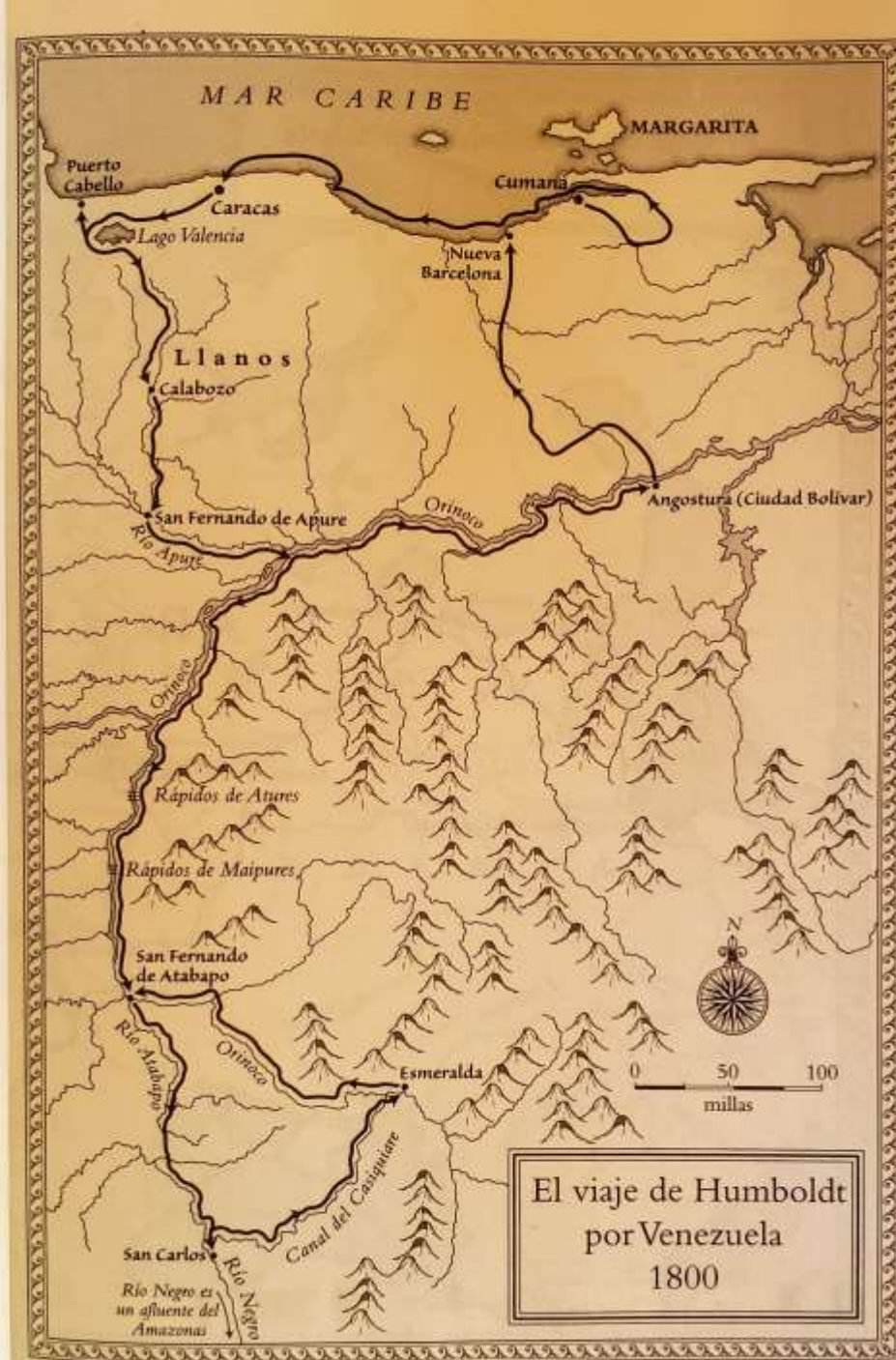


naturetrips.co
@naturetripscol

La puesta en valor de los recursos culturales, transformándolos en productos culturales, recibe un nombre especial: **la accesibilidad.**

La accesibilidad implica que el recurso esté disponible para su disfrute por las personas. Que puedan realizar alguna actividad en relación con el recurso. Y ya que

las dificultades para ello pueden ser de distinta naturaleza, **la accesibilidad debe incluir al menos cuatro dimensiones:**



Espacial:

localización del recurso y manera de llegar a él, lo que, entre otras cosas implica su ubicación en el territorio, mediante su señalización, y la información correspondiente.

Fotografía. César Angel. PNN Tuparro Vichada



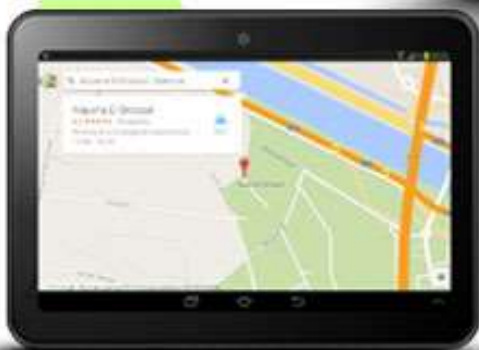
naturetrips.co
@naturetripscol



Buscar



Ver



información



naturetrips.co
@naturetripscol



Temporal:

fechas, horarios, temporadas en las que se puede disfrutar del recurso. Sin llegar a referirnos a las limitaciones que nos impone el clima, pensemos en determinadas fiestas o celebraciones que se llevan a cabo únicamente en determinados días del año; o que, como los lugares de culto, sea necesario compatibilizar su disfrute con su utilización por los fieles...

Fotografía. César Angel. Barranco colorado - Vichada



naturetrips.co

@naturetripscol



Económica:

determinación, en su caso, de los precios y tarifas que hay que pagar para poder disfrutar del recurso: si su acceso es o no gratuito, y si no lo es, las cantidades a pagar, la compra de los tickets de acceso...

Fotografía. César Angel. Barranco colorado - Vichada



naturetrips.co

@naturetripscol



Psicológica e intelectual:

la situación del recurso en su contexto, su explicación... Volveremos sobre esto un poco más adelante en la .

Fotografía. César Angel. Paisaje Cultural Cafetero de Colombia



naturetrips.co

@naturetripscol

Análisis de tiempos e itinerarios

Tour

Naturetrek Tour Itinerary

Outline itinerary

- Day 1** Fly Bogota
- Day 2** Arrive Cali; transfer Finca la Lolita
- Day 3** Queremal
- Day 4** KM 18/San Lorenzo forest
- Day 5/6** Montezuma
- Day 7** Otum Quimbaya
- Day 8** Nevado del Ruiz
- Day 9** Rio Blanco Reserve
- Day 10** Drive Pereira, fly Bogota. Depart
- Day 11** Arrive London

Departs

October, November and February

Focus

Birds

Grading

A. Day walks only

Dates and Prices

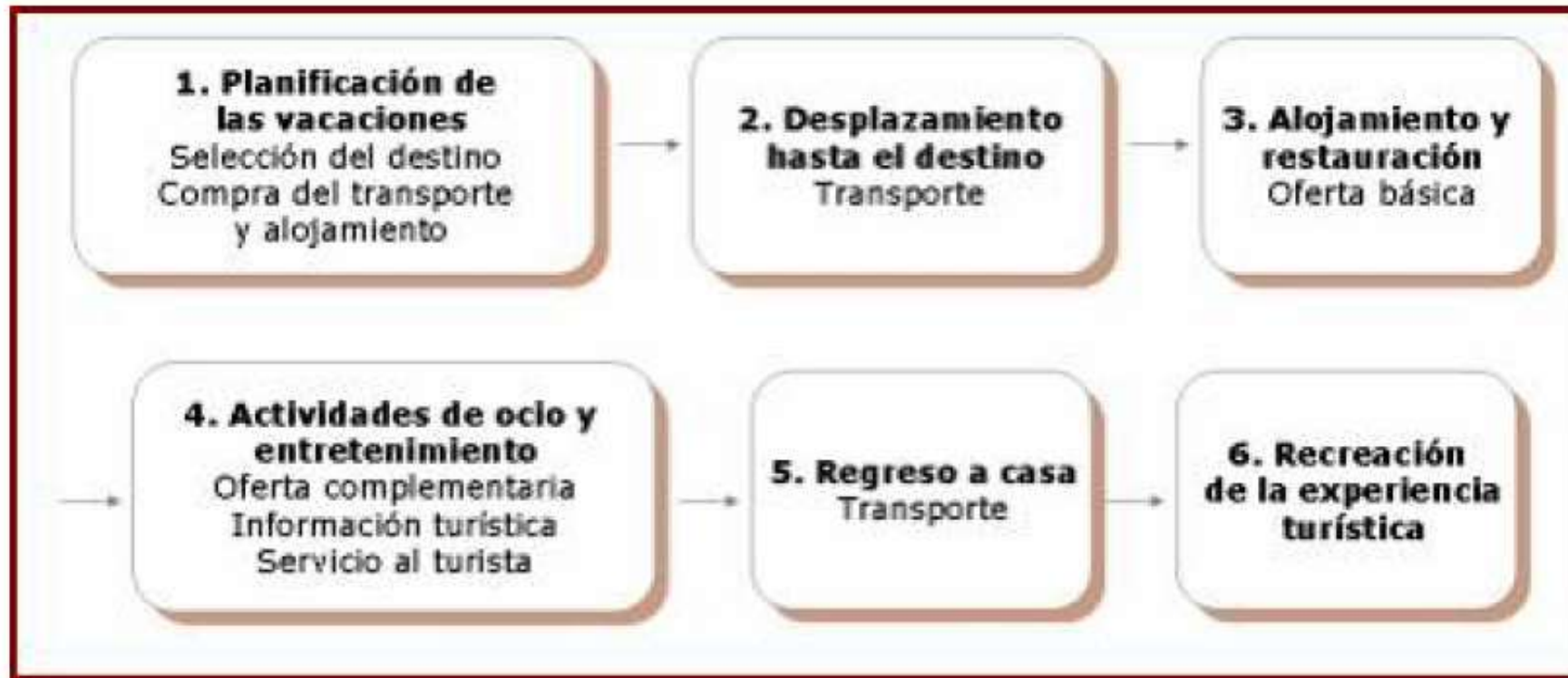
See website (tour code COL02)



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Itinerario de consumo de un turista:

conjunto de etapas, desde que idea el viaje hasta su recreación, una vez vuelto a casa, que compone la experiencia del turista.





CONOCIMIENTO DEL RECURSO

Fotografía. César Angel. Río Caquetá – PNN Cahuinari



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

INTERPRETACION DE PATRIMONIO

La herramienta a emplear para acercar - hacer **ACCESIBLE** el patrimonio al visitante durante la excursión es la interpretación del patrimonio o, más sencillamente la interpretación.

Pero ¿Qué es la interpretación?
¿Quién es y que hace un guía de turismo



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

La interpretación y el interprete de patrimonio



Fotografía. Inkaterra lodge. Perú



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com



"BEST GUIDE I EVER HAD."

¿Entretenido?



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)



¿La guianza – el interprete - tenia un

tema?



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)



search ID: pmnh74

© Original Artist
Reproduction rights obtainable from
www.CartoonStock.com
WELCOME TO THE OCEANARIUM.
TIM'S GUID SLIDE FOR TODAY.....

¿Qué
sentí en
aquel recorrido?



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)



¡Que guía!!!



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)

ANATOMÍA DEL TURISTA

SOMBRERO PARA IR DE SAFARI

El turista expone su piel blanca y fragil al sol colombiano y pone automaticamente una sonrisa de idiota!!

Así nos queda el turista si no lo orientamos de Manera adecuada

Camisa tropical de flores brillantes

Bisuteria vendida por nuestros artesanos indigenas. Lastimosamente no tradicionales de la región, pero el turista no lo sabe. Los precios le han parecido altos, pero ha pagado lo que fuera necesario....

"Chancla" talla 47.

Super mega morral de montaña con sus botas en la espalda, como un buen caminante. Carga su propia comida para varios meses, electrodomesticos, colchones y hasta algunos familiares.....!!!!??

Homo excursionistis desorientatus.....¡EN VÍA DE EXTINCIÓN DESPUES DE ESTE TALLER

REDUENGA 20/6/2009



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

ECUACION INTERPRETATIVA

Servicio Nacional de Parques U.E.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

RECORDEMOS LO QUE ES LA INTERPRETACION...



Fotografía. César Angel. Entre pájaros y flores. Calima Valle.

La interpretación es un proceso creativo de comunicación, entendido como el ‘arte’ de revelar *in situ el significado del* legado natural o cultural, al público que visita esos lugares en su tiempo libre. (Morales. AIP)



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



Fotografía. César Angel. Talleres para guías interpretes en Risaralda

Freeman Tilden (1952)

La interpretación es una actividad educativa que pretende revelar significados e interrelaciones a través del uso de objetos originales, por un contacto directo con el recurso o por medios ilustrativos, no limitándose a dar una mera información de los hechos.



OBJETIVOS GENERALES DE LA INTERPRETACION DE PATRIMONIO

1. Proporcionar una idea general del lugar objeto de la Interpretación al visitante,
2. Mostrar al Público el modo en que ha tenido lugar los procesos evolutivos en el entorno natural y como le ha afectado la actividad del hombre
3. Mostrar la influencia que han tenido las necesidades sociales y económicas en la naturaleza.
4. Estimular el interés de los visitantes en un determinado objeto o lugar y animarles a volver a visitarlo y descubrirlo más a fondo por propia iniciativa



OBJETIVOS ESPECIFICOS FUNDAMENTALES DE LA INTERPRETACION DE PATRIMONIO

OBJETIVOS EDUCATIVOS:

¿Qué queremos que los visitantes sepan?

OBJETIVOS EMOCIONALES:

¿Qué queremos que los visitantes sientan?

OBJETIVOS ACTITUDINALES:

¿Qué queremos que los visitantes hagan?



PODEMOS INFLUIR EN EL RECEPTOR DE NUESTRO MENSAJE INTERPRETATIVO TANTO EN SUS CONOCIMIENTOS, COMO SUS SENTIMIENTOS Y SU CONDUCTA



Fotografía. César Angel. Talleres para guías interpretes en Risaralda



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



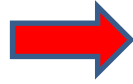
LA BUENA INTERPRETACION DEJARÁ A SUS VISITANTES QUE SE SIENTAN CONECTADOS, INSPIRADOS Y VIVOS EN CURIOSIDAD



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

TRES PALABRAS RESUMEN LOS PRINCIPIOS PARA LA REDACCIÓN DEL MENSAJE INTERPRETATIVO

PROVOCAR



RELACIONAR



REVELAR



Fotografía. César Angel. Formación de guías en Bojonawi Vichada - 2005

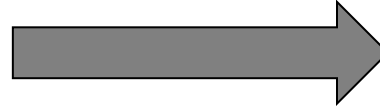


naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

MENSAJE INTERPRETATIVO

E

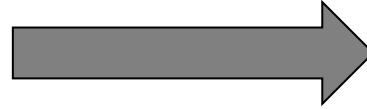
Entretenimiento



Es el gancho

R

Relevante



Provocar al visitante

O

Organizado



Fácil de entender para cautivar al visitante

T

Temático



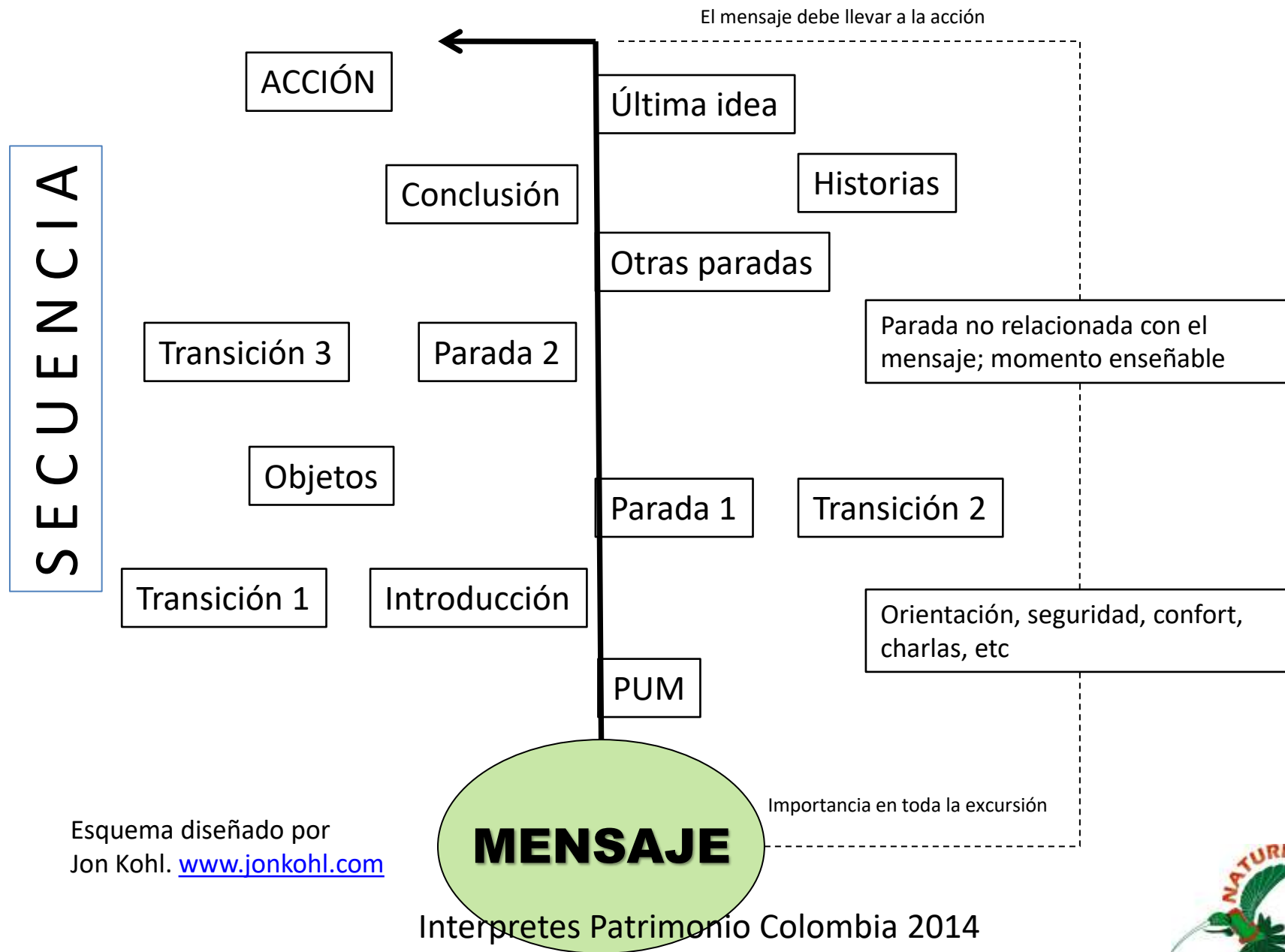
Mensaje

San Ham grafica el mensaje interpretativo con la palabra EROT. Erótico en español



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

PRESENTACIÓN DEL MENSAJE



Esquema diseñado por
Jon Kohl. www.jonkohl.com

Interpretes Patrimonio Colombia 2014



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://twitter.com/naturetripscol)

Recursos para la operación del producto experiencial



Talento humano (antes, durante, después de la operación)



Transporte



¡El guía es la clave!



Alimentación



Alojamiento



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



EL PRECIO DE VENTA



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

LA FIJACION DE PRECIOS LOS OBJETIVOS DE LA GANANCIA

Un Rendimiento deseado, su finalidad es un porcentaje determinado de rentabilidad sobre la sumatoria de los costos directos e indirectos del producto turístico



Beneficios satisfactorios, se busca garantizar la supervivencia de la compañía, ingresos a comunidades, deriva económica local, aporte de recursos financieros para la conservación, reposición y mantenimiento de equipos y no solo limitándose en algunos casos a recuperar solamente costos totales.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Beneficios máximos, el propósito es obtener un margen de beneficio alto y rápido.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

Política de Precios. El término Política entendido como “el arte de conducir un asunto para lograr un fin”. Esta afirmación es parte inherente al proceso de fijación de precios.

Sus **propósitos.....**



Mantener una demanda y consumo estable que le permita cubrir costos y obtener márgenes de beneficio que hagan rentable una inversión e el largo plazo.

Sostener una demanda y consumo estable para sostener en el tiempo la oferta de puestos de trabajo que generen bienestar y crecimiento social y económico tanto a la empresa como a la comunidad receptora

Generar recursos financieros para la empresa los cuales puedan ser invertidos en ampliación del negocio, apoyo a la protección y mantenimiento de los atractivos turísticos, ya sea bajo la figura de impuestos o como actividades de corresponsabilidad con la sociedad y con sus recursos.



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

PAQUETE TURISTICO

Nombre del Paquete:

Categoría del Producto: Naturaleza Cultura Recreación

Segmento del mercado:

Municipio ó municipios incluidos:

Duración: _____ días _____ noches No. pax: _____

PROGRAMA

Breve Descripción:

Actividades (ver siguiente página: programa)

Comisión Operador Receptivo: _____ % \$ _____

Tarifa Neta Agencia de Viajes Minorista: \$ _____

Incluye:

No incluye:

COSTOS**Subtotal**

Transporte:

Alojamiento:

A&B:

Refrigerios:

Entradas:

Guianza:

Seguros

Otros:

Totales

\$

\$

Vigencia:**Operación turística:**

Empresa: _____ Responsable: _____

Teléfonos: _____ Fax: _____ Ciudad: _____

E-mail: _____ RNT: _____

Aprender a costearlas experiencias y el producto, es fundamental en el proceso de desarrollo, puesta en marcha y comercialización.



naturetrips.co

@naturetripscol

FORMATO PARA COSTEO DE PAQUETES TURÍSTICOS (Pax)

COSTOS FIJOS	
Transporte	\$
Guías	
Coordinadores	
Subtotal Costos Fijos	\$
COSTOS VARIABLES	
Alojamiento (precios por Pax)	\$
Sencilla	
Doble	
Triple	
Junior Suite / Suite	
Alimentación según plan contemplado	
10% de servicio	
Impuestos	
Tours, espectáculos, visitas, deportes, otros	
Subtotal Costos Variables	\$
TOTAL COSTO POR PERSONA (Cto F+Cto V)	\$
Utilidad o beneficio (Dividido .90, .80, .70)	\$
PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO (PVP)	\$





Buenas prácticas y la
cadena de valor



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

CUADRO 1: LA CADENA DE VALOR DE UN DESTINO TURÍSTICO

	Creación de productos	Promoción	Logística interna	Servicios en destino	Servicio post-venta
ACTIVIDADES PRIMARIAS	<ul style="list-style-type: none"> Rutas y circuitos. Materiales de marketing. Paquetes turísticos. Interpretación de recursos. 	<ul style="list-style-type: none"> Publicidad al consumidor. Ferias turísticas y workshops. Viajes de familiarización. Relación con los medios de comunicación. Relación con intermediarios y operadores turísticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Servicios de acogida y transporte. Devolución del IVA. Formalidades de entrada/salida Manejo de equipajes. Seguridad. 	<ul style="list-style-type: none"> Centros de visitantes. Alojamiento. Gastronomía. Tours, itinerarios y recorridos. Actividades de recreo. Alquiler de vehículos. Información turística. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión de la información obtenida. Bases de datos. Seguimiento del cliente de origen. Retroalimentación de la industria
ACTIVIDADES DE APOYO	Planificación del destino e infraestructuras	<ul style="list-style-type: none"> Transporte público Infraestructuras: agua, electricidad, residuos, señalización 	<ul style="list-style-type: none"> Planificación del destino Usos del suelo 	<ul style="list-style-type: none"> Relación público-privado Coordinación institucional 	
	Gestión de los recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> Sensibilización de la población Actitud amistosa hacia el turista 	<ul style="list-style-type: none"> Mejora de las habilidades y conocimientos de los trabajadores 	<ul style="list-style-type: none"> Creación de puestos de trabajo 	
	Desarrollo de recursos y productos	<ul style="list-style-type: none"> Mejora y puesta en valor de recursos Mejora ambiental 	<ul style="list-style-type: none"> Aprovechamiento de nuevos mercados y segmentos 	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de calidad 	
	Tecnología y sistemas de información	<ul style="list-style-type: none"> Redes telefónicas y de conexión a Internet 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación de mercados 	<ul style="list-style-type: none"> Sistemas de reservas informatizados 	

VALOR AÑADIDO

Al producto y la experiencia turística



BENEFICIOS

- Integración de paquetes turísticos.
- Diseño de logística.
- Itinerario adecuado para el manejo de grupos.



INFORMACION

- Horarios de operación.
- Precios, tarifas y admisiones.
- Promociones.
- Eventos especiales.

PROVEEDORES

- Hoteles.
- Restaurantes.
- Empresas de transportación.
- Operadores de atractivos.
- Instituciones públicas.
- Centros de convenciones.
- Comunidades.

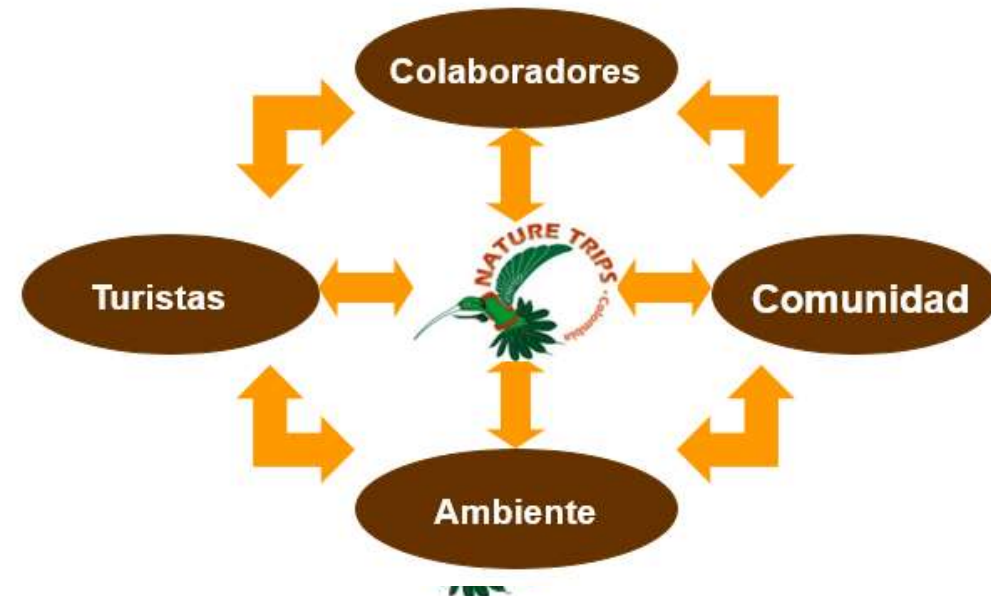
BENEFICIOS

- Mayor ocupación y demanda de servicios.
- Promoción regional, nacional e internacional.
- Integrcación al desarrollo

INCORPORACION A LA OFERTA

- Circuitos.
- Recorridos.
- Viajes todo pagado.

La cadena de valor en el modelo de negocio



BIOCOMERCIO COLOMBIA PABE

ESTAS EMPRESAS SON LAS GANADORAS DEL PROGRAMA DE ACELERAMIENTO DE BIO-EMPRESAS PABE

Manakin Nature Tours,
de Tunja (Boyacá)

Colorganics S.A.S,
de La Estrella (Antioquia)

Nature Trips,
de Pereira (Risaralda)

UNA INICIATIVA DE:

BIOCOMERCIO COLOMBIA **iNNpulsa Colombia**

CON EL APOYO DE:

MINAMBIENTE **TODOS POR UN NUEVO PAIS** **IMPACT HUB Bogotá** **CONNECT BOGOTÁ REGION**

Nature Trips Colombia

Por su aplicación de principios y criterios de sostenibilidad, ha sido reconocida como una de las tres mejores bio-empresas de Colombia.

Hacer esto, es fundamental en la propuesta de valor de nuestra oferta, en las relaciones con nuestros stakeholders, el territorio, colaboradores, la comunidad y nuestros clientes

iNNpulsa Colombia

BIOCOMERCIO COLOMBIA PABE

IMPACT HUB Bogotá

NATURE TRIPS Colombia

HOY, HEMOS SIDO RECONOCIDOS, ENTRE 100 EMPRESAS, COMO UNA DE LAS 3 BIOEMPRESAS DE COLOMBIA

Rutas del PAISAJE CULTURAL CAFETERO. Mi experiencia es un destino.



25 países participantes
 513 ciudades
 1407 proyectos participantes
 292 proyectos inscritos en desarrollo humano,
 inclusión social y reducción de la desigualdad.
 302 Casos inscritos por Colombia, de 85
 ciudades.

Ranking de los 500 Mejores Proyectos sociales y ambientales de América Latina

Ranking General	Ranking por Categoría	Categoría	Título	País	Proponente
11	4	Desarrollo Humano, Inclusión Social & Reducción de desigualdad	Nature Trips Colombia	Colombia	Cesar Augusto Angel Valencia

Fuente: <http://premioslatinoamericaverde.com/500mejores/>



naturetrips.co
 @naturetripscol

CONCLUSIONES



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

PASOS ESTRATEGICOS PARA EL DISEÑO DE LA EXPERIENCIA





**MUCHAS
GRACIAS!!!**



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)



www.naturetrips.co

Nature Trips Colombia

Finca Vista Alegre. Cto. Morelia.
Km 5. Vía Pereira - Alcalá
Pereira - Risaralda – Colombia
RNT: 27300



Nature Trips Colombia



@naturetripscol



info@naturetrips.co
cesar.angel@naturetrips.co



@naturetripscol



naturetripscol



+57 3137994983 /
+57 3122574519
+57 3105382774



naturetrips.co
[@naturetripscol](https://www.instagram.com/naturetripscol)

COLOMBIA

NATURE TRIPS

BIRDING TOURS, NATURE
AND CULTURE TRAVEL



www.naturetrips.co