



Diseñando Iniciativas Turísticas

(Guía básica)

“Puelenje Ruta Gastronómica”

Diseñando iniciativas turísticas (Guía básica)

Unicauca. Colombia: 2018

ISBN:

Esta guía es una herramienta para las comunidades interesadas en desarrollar proyectos de turismo con base comunitaria. Surge a partir de la experiencia obtenida en el trabajo de grado “*Puelenje ruta gastronómica*” para optar al título de Diseñador Gráfico de la Universidad del Cauca.

Se prohíbe toda reproducción parcial o total de esta obra, sin la anuencia por escrito del titular de los derechos correspondientes.

Proyecto desarrollado por:

Antony Yesid Carabali | Yesid-3@unicauca.edu.co

Diego F. Mera Bravo | diegofmerab@gmail.com

Tipografías utilizadas:

Gandhi - Cristóbal Henestrosa, Raúl Plancarte,
Gabriela Varela y David Kimura.

Magra - FontFuror

Puelenje - Popayán 2018



**Diseñando
Iniciativas Turísticas**
(Guía básica)

Contenido

EL PORQUÉ DE LA RUTA Pág.8

SOBRE LA CARTILLA Pág.12

METODOLOGÍA..... Pág.16

Analizar..... Pág.19



- Observar el entorno.....Pág.20
- Conocer la comunidad.....Pág.22
- Identificar el cliente.....Pág.24
- Conocer la competencia.....Pág.26

Implementar..... Pág.29



- Diseñar las bases del producto.....Pág.30
- Generar el equipo de trabajo.....Pág.32
- Diseñar el producto.....Pág.34
- Establecer los precios.....Pág.36
- Poner en funcionamiento.....Pág.38
- Dar a conocer y promocionar.....Pág.40

Evaluar..... Pág.43



- Evaluar, revisar corregir.....Pág.44

GLOSARIO Y BIBLIOGRAFÍA Pág.46

Introducción

Esta cartilla surge a partir de la experiencia obtenida durante el trabajo de grado *“Puelenje Ruta Gastronómica”* y tiene como fin apoyar y motivar el desarrollo de nuevos proyectos comunitarios de turismo, ya que las herramientas podrían ser replicadas en contextos rurales similares. Aquí se puede encontrar contenidos que ayudarán a identificar aspectos que se deben tener en cuenta a la hora de planificar una ruta o proyecto turístico.



> **Testeo Ruta de los saberes. Puelenje.**
• **Fotografía: Samuel Martínez. 2018.**



EL PORQUÉ DE LA RUTA

EL PORQUÉ DE LA RUTA

Es importante entender lo que significa una ruta turística, para ello Jambey (2016) la define como *“un producto turístico estructurado que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio rural”*.(Pág. 1187)

En este sentido este tipo de proyectos traen beneficios como unión comunitaria, fomento de la economía local y mejora de la imagen del sector, tal como se identificó en el proyecto “Puelenje Ruta Gastronómica”.

Los primeros cambios suceden a nivel comunitario cuando se genera participación comunidad, así como vínculos y redes de cooperación; aumento el sentido de pertenencia de sus integrantes teniendo en cuenta que trabajan en busca de un objetivo en común.

Del mismo modo **se fomenta la economía local**, con el aumento del flujo de visitantes atraídos por la comida, postres, ropa y artesanías ofertados por los diferentes establecimientos, motivando la creación de nuevos negocios.

Por otro lado **fomenta el reconocimiento de la vereda o corregimiento** al pasar de ser un lugar desconocido para convertirse en un espacio de interacción, donde los visitantes pueden disfrutar de servicios novedosos, promoviendo la conservación de las prácticas tradicionales de la comunidad para que no tiendan a desaparecer.

Con lo anterior, puede que las entidades gubernamentales sienta la necesidad de invertir recursos en el lugar, con el fin de que los visitantes se lleven una mejor experiencia en aspectos como acceso vial, seguridad, salud y mantenimiento del espacio público, lo que en últimas conlleva a la generación de una imagen positiva del sector.

Finalmente, uno de los mayores beneficios que puede generar el desarrollo de este tipo de iniciativas, es el crecimiento a nivel de aprendizaje por medio de la retroalimentación entre el grupo de trabajo y las personas que acceden al producto, lo que en cierta medida “obliga” a mejorar y al crecimiento continuo.



> *Textura de platos tejidos . Puelenje.*
• *Fotografía: Diego Mera. 2017.*



A close-up photograph of a woven basket, showing the intricate texture of the brown, fibrous material. The weaving pattern is a tight, diagonal twill. A solid green horizontal band is positioned across the lower third of the image, containing the text.

SOBRE LA CARTILLA



SOBRE LA CARTILLA

Esta cartilla es una herramienta sencilla que busca motivar e incentivar la creación de espacios, proyectos, iniciativas o acciones turísticas en las zonas rurales y sirve como material de apoyo para aquellas personas, líderes o comunidades en general que tienen el deseo de construir y plantear un proyecto turístico en sus territorios.

Con este material se quiere compartir la experiencia recolectada con el proyecto “*Puelenje Ruta Gastronómica*”, para que otros sectores pares puedan alcanzar una meta igual o superior, teniendo en cuenta múltiples aspectos que influyen en el éxito de un producto turístico tal como se ha mostrado en todo el desarrollo de este trabajo.

No obstante, es satisfactorio que desde la culminación de este trabajo que llevo más de 2 años teniendo en cuenta los cursos académicos (*Talleres*), poder entregar además de los resultados del proyecto una herramienta necesaria para el contexto actual de una de las ciudades más turísticas de la región y del País, que de momento carece de orientación y apoyo a este tipo de iniciativas.



> José María Lemos "Peluzo" construyendo tambor.
• fotografía: Daniel Chantre • 2017



METODOLOGÍA





> Testeo Ruta de los saberes. Puelenje.
• Fotografía: Samuel Martínez. 2018.



METODOLOGÍA

Analizar



Esta es la etapa inicial y tiene como propósito descubrir y recolectar información relevante sobre el entorno, la comunidad, el cliente y la competencia, con el fin de contar con los insumos para la toma de decisiones y empezar a construir el producto turístico.

Observar el Entorno

Para iniciar se debe reconocer el entorno, observar y preguntarse, ¿Que diferencia esta vereda o corregimiento de los demás?, Acaso hay paisaje únicos, ríos, lugares históricos, eventos culturales, practicas gastronómicas, tradiciones, etc.

¿Qué servicios se ofertan en sector?

(restaurantes, hoteles, zonas deportivas, establecimientos nocturnos, etc.)

¿Que festividades, eventos culturales o actividades recreativas se realizan?

(Ferias, Fiestas religiosas, actividades deportivas, etc.)

¿Que elementos son atractivos?

(Productos, lugares, paisajes, senderos)



Cartografía: Construcción de un mapa y ubicación los hallazgos encontrados a partir de las preguntas anteriores.

Requerimientos
para la actividad:



Cartografía (Revisar definición en el glosario pág. 46)



(Para ampliar la información sobre la cartografía visite el menú de **Atractivos** en la Página Web.)

Conocer la Comunidad

Una vez observe el entorno e identifique los elementos atractivos, lugares y servicios que hay en la comunidad, debe realizar un cuestionamiento más profundo sobre temas que pueden influir en el desarrollo de la iniciativa.

¿Que tipo de etnias hay en la comunidad?

(Indígenas, blancos, afrocolombianos, mestizos, etc)

¿Qué organizaciones o grupos sociales existen en la comunidad?

(Juntas de acción comunal, consejo comunitario, cabildos, etc.)

¿Qué prácticas tradicionales se dan y cómo llegaron a la vereda?

(Chirimía, grupos de baile, bebidas y comidas artesanales, rituales etc.)



Observación : seleccione los lugares que considere pueden articularse a la iniciativa y realice una visita con el fin de conocer más acerca de ellos.

Requerimientos
para la actividad:



Observación

¿Qué servicios y en que horarios los ofrecen?

(Alimentación, hospedaje, sitios nocturnos, actividades recreativas, etc.)

¿A Través de qué medios los promocionan?

(Impresos, digitales, auditivos, etc.)

¿Quiénes los visitan?

(Adultos mayores, mujeres embarazada, jóvenes, niños, etc.)



(Para saber más sobre la información que debe recopilar, visite los menús llamados **Atractivos y Sobre Puelenje.**)

Identificar el Cliente

Identifique qué tipos de personas frecuentan su corregimiento o vereda. Conoscan que hacen, como se transportan, sus gustos, etc.

Si ya ofrecen algún tipo de servicio se debe cuscar la forma de conocer lo que piensan acerca de su negocio.

¿Cuál es su procedencia?

(País, región, departamento, ciudad, municipio o barrio, etc)

¿Qué Hacen?

(Profesión, gustos, preferencias, etc.)

¿Cuales son los motivos por los que visita este lugar?

(Trabajo, gastronomía, aventura, cultura, etc.)

¿Cuales son las expectativas del cliente en el lugar?

(Buena atención, variedad de actividades y productos, calidad de los servicios, etc.)



Mapa de Empatía: Imagine y piense como el cliente para identificar sus necesidades. Las hipótesis que salgan deben ser validadas con usuarios reales.

Requerimientos
para la actividad:



Mapa de Empatía



(Amplíe la información sobre los tipos de clientes en la página web, en el menú llamado **Sobre el Proyecto - Clientes.**)

Conocer la Competencia

Conocer su competencia es importante porque le permite identificar las debilidades y fortalezas que tienen. Para que logre conocer diferentes aspectos que lo ayuden a mejorar su negocio y a partir de esto construir su factor diferenciador.

¿Qué servicios y en que horarios los ofrecen?

(Alimentación, hospedaje, sitios nocturnos, actividades recreativas, etc.)

¿A través de qué medios los promocionan? *(Impresos, digitales, auditivos, etc.)*

¿Quiénes los visitan?

(Adultos mayores, mujeres embarazada, jóvenes, niños, etc.)

¿Cuáles son sus debilidades y fortalezas?

(Identifique fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas, etc.)



Análisis de competencia: construya conclusiones a partir de los aspectos analizados, servicios, medios de promoción, clientes, debilidades y fortalezas. Con el fin de identificar y aprovechar todos los elementos posibles para establecer una ventaja competitiva.

Requerimientos
para la actividad:



Competidor 1

Competidor 2

¿Qué puedo aprovechar de la competencia?

(Modelos de atención, servicios, precios, canales de promoción y comunicación, etc.)



*(La competencia es importante, revise como se en el proyecto Puelenje gastronómico en: el menú llamado **Sobre Puelenje - La competencia**)*



Taller de preparación de empanadas. El edén de mis abuelos
• Fotografía: Samuel Martínez. 2018.



METODOLOGÍA

Implementar



En esta segunda etapa se busca motivar al lector no solo a idear e imaginar sino que también tome decisiones y llegue a implementar la información recolectada en la fase de “Analizar”.

En este espacio el usuario encontrará ayuda con respecto a: definir la bases del producto, generar el equipo de trabajo, diseñar el producto y definir roles, establecer los precios, para ponerlo en funcionamiento, darlo a conocer y promocionarlo.

Diseñar las bases del Producto

Con los hallazgos encontrados en el entorno, la comunidad, el cliente y la competencia, cuenta con los insumos necesarios para definir las bases del producto, para ello es muy importante segmentar los públicos, definir tipo de experiencia y las actividades más importantes que vas a realizar.

¿Cual es el objetivo de tu producto?

(Relajación, participación activa, enseñanza, etc.)

¿Cuál será la temática de la experiencia o producto?

(Gastronomía, historia, agricultura y naturaleza)

¿Que tipo de clientes atenderás?

(Niños, adultos, familias, etc.)

¿Ofrecerás el mismo producto para cada cliente o habrán cambios?



Lluvia de ideas: se debe emplear una hoja para escribir ideas o propuestas acerca del producto turístico, para luego debatir sobre ellas y seleccionar las mejores. (Nota: herramienta para compartir y debatir en grupo)

Requerimientos
para la actividad:



Lluvia ideas



(Para conocer más sobre el producto Turístico, visita la página web en el menú de **Rutas turísticas.**)

Generar el equipo de Trabajo

Contar con un buen equipo de trabajo es muy importante para el desarrollo de iniciativas turísticas, dividir las responsabilidades para hacer el proceso mas eficiente. De esta manera presentar una propuesta útil para el desarrollo de un brief.



Brief: preparación de una presentación resumida que permita hablar sobre la iniciativa a desarrollar en la comunidad.

Requerimientos
para la actividad:



El brief debe responder a lo siguiente:

¿Que voy a hacer? - Introducción

(Breve explicación de la iniciativa)

¿Porque lo voy a hacer? - Problemática

(Explicación de qué necesidad solventa)

¿Para quien lo voy a hacer? - Clientes

(Caracterización del cliente, procedencia, profesión, gustos y preferencias)

¿Para que lo voy a hacer? - Beneficios

(Explicación del porqué es importante que se desarrolló la iniciativa)



Encuentro: convoca a una reunión o participa en una de la junta de acción comunal o grupo que haya en tu corregimiento o vereda, con el fin de presentar tu propuesta, conocer que piensan y si quieren vincularse a ella.

Requerimientos
para la actividad:



Preguntas que pueden servir de guía:

- ¿Cree que es posible desarrollar el proyecto?*
- ¿Considera que el proyecto beneficia a la comunidad?*
- ¿Qué cree usted que se podría mejorar del proyecto?*
- ¿Cuál sería su aporte al proyecto?*
- ¿Cuáles son tus fortalezas y debilidades?*
- ¿Qué percepción tiene la gente sobre la comunidad?*
- ¿Que le hace falta a la comunidad?*
- ¿Qué problema cree que existen en la comunidad?*



(Conocen quienes conforman el equipo de trabajo de “Puelenje Ruta Gastronómica”
Visita el menú llamado **Sobre el Proyecto - El grupo de trabajo.**)

Diseñar el Producto

A partir de los ítem anteriormente definidos es momento diseñar a detalle las actividades, recursos, contenidos, encargados y duración de la experiencia o producto que se está construyendo.

Recomendaciones:

- Tenga en cuenta la ubicación espacial de los lugares.
- Considere si necesita Transporte.
- Tenga en cuenta la disponibilidad de tiempo de las personas y establecimientos que forman parte de la ruta o experiencia.

La Ruta:

Lugar ¿En qué lugar estarán?	Actividad ¿Qué harán los turistas o visitantes?	Recursos Tendré mapa, impresos, vehículo, guía	



La Ruta: Construcción del itinerario de la ruta teniendo en cuenta el lugar, las actividades, recursos, contenidos y tiempos para cada estación.

Requerimientos
para la actividad:



Contenidos De que se hablara, que se mostrara	Encargados Personas responsables del desarrollo de la actividad	Duracion Tiempo de la actividad



(Para conocer más sobre el producto Turístico, visita la página web en el menú de **Rutas turísticas**)

Establecer los Precios

Teniendo en cuenta los hallazgos encontrados en el entorno, el clientes, la competencia el tipo de experiencia que quiere o busca brindar, cuenta con los insumos necesarios para construir un producto, para ello es muy importante seleccionar a quien la va a vender y definir el itinerario de la "Ruta" incluyendo actividades, narrativa y precios.

Recomendaciones:

- Busque asesoramiento profesional para establecer los costos de su producto.
- Establezca un precio que le permita cubrir gastos inesperados sin llegar a cobrar demasiado, ya que es más fácil bajar el precio que aumentarlo.
- Tenga en cuenta los gastos que hay antes, durante y después de que los visitantes acceden al servicio.
- Establezca los precios por persona para agilizar el proceso de compra y acceso al servicio.
- Defina los medios y formas de pago para el servicio.



Estructura de descomposición del trabajo (EDT): teniendo en cuenta lo definido en la herramienta anterior “Diseñar el producto”, se debe separar las actividades en pequeñas tareas y establecer el precio de cada una de ellas, para luego sumar y así obtener el costo aproximado de la actividad.

Requerimientos
para la actividad:



Estructura de descomposición de tareas

Actividades 1	Actividad 2	Actividad 3	Actividad 4
Tareas	Tareas	Tareas	Tareas
Precio	Precio	Precio	Precio
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____
_____	_____	_____	_____



(Visita la página web de Puelenje Ruta Gastronomía en el menú de **Rutas turísticas**)

Poner en Funcionamiento

Cuando termine el proceso de diseñar y planificar la experiencia de la ruta, es pertinente que se realicen los ajustes y cambios que se hayan visto necesario realizar, teniendo en cuenta aspectos como arquitectura, mobiliario y selección del personal.

Recomendaciones:

- Antes de poner en funcionamiento la experiencia turística se debe realizar una serie de pruebas con los visitantes para terminar de realizar los debidos ajustes y presupuestos.
- Generar alianzas con entidades y/u organizaciones de carácter público o privado para responder a servicios (*Transporte, Promoción, hospedaje, etc.*) que usted no pueda cubrir y sean necesarios para llevar a cabo la experiencia turística.
- El Guía turístico o director del recorrido debe tener la capacidad para manejar grupos. Tener total conocimiento sobre los lugares, productos y servicios que se van a ofertar de tal forma que tenga la capacidad de responder preguntas o dudas a los turistas.
- Trate de desarrollar las actividades cómo se han planeado desde un principio para que las cosas no parezcan improvisación.
- El recorrido debe ser fluido y natural, por lo que es necesario que en cada lugar donde se ha presupuestado realizar alguna actividad turística todo esté debidamente organizado y listo para que cuando lleguen los visitantes se pueda iniciar sin interrupciones.
- Brindar espacios para que los participantes interactúen entre sí, ya que esto hace que el recorrido no sea monótono y se logre mayor integración y participación de los turistas.
- Si la Ruta va a ser dirigida a personas de diferentes idiomas, trate de que todos los contenidos y piezas de comunicación estén adecuadas para ello.



Observación encubierta: Observación sobre el cliente y su interacción con el servicio sin que él sepa que es evaluado, para conocer sus reacciones sinceras sobre aspectos específicos.

Requerimientos
para la actividad:



Observación encubierta:

Instalaciones y mobiliario

(Limpieza, mobiliario, ambientación, acceso vial, etc.)

Logística entre actividades

(Transporte, inclinación del terreno, tiempo, material impreso, etc.)

Personal de apoyo

(Amabilidad, manejo de público, conocimiento del tema, etc.)



(Descubre lo que ha pasado con el proyecto en los menu de **sobre el proyecto - Implementación y Testeo de la ruta.**)

Dar a conocer y Promocionar

En este punto es necesario Proyectar la imagen del proyecto, definir mensajes, lenguaje y canales de comunicación para persuadir al público y atraer su atención.

Recomendaciones

- Establezca medios de comunicación acordes al público que quiere atraer. Tenga en cuenta el “análisis de competencia” (Pág. 26) para este proceso.
- No genere falsas expectativas con imágenes y textos falsos acerca de la Ruta o la experiencia, esto puede ser perjudicial para su reputación y futuro desarrollo.
- Utilice imágenes que captan las sensaciones y emociones de las personas en su experiencia.
- Construcción de un lenguaje emotivo y emocional para las actividades, además de incluir en el mensaje los beneficios que tendrán los visitantes por estar en su ruta o experiencia turística.
- Informe con debida anticipación sobre las condiciones o limitaciones que presenta la experiencia con el fin de que el visitante sepa a qué se va a enfrentar durante el recorrido.

Define las piezas de diseño que necesitas para desarrollar la ruta, desde que el cliente se entera del servicio, hasta que lo disfruta y se despide.

Antes	Durante la Ruta	Después

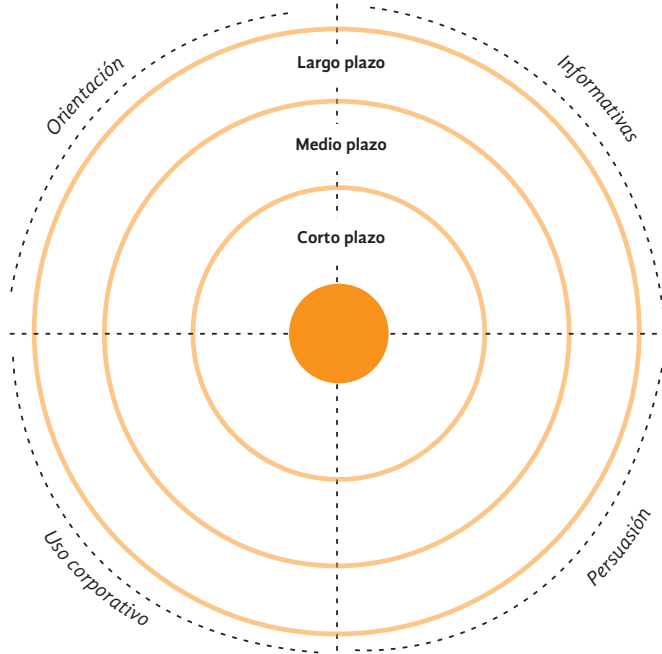


Diagrama de Prioridades: Defina las piezas graficas que utilizara a corto, medio y largo plazo, además de identificar el tipo de grupo o categoría a la que pertenecen.

Requerimientos
para la actividad:



Diagrama de Prioridades:



Algunas Piezas de podría necesitar para la Ruta



Señalética



Valla de bienvenida



Pagina Web
Redes sociales



Video clips



Puntos de
Información



Tarjeta



Plegable



Pendón



(Conoce lo implementado en el proyecto, Visita la página web en el menú llamado **Sobre el proyecto - Implementación**)



*Evaluación de la ruta de los saberes, Puelenje . El edén de mis abuelos
• Fotografía: Samuel Martínez. 2018.*

METODOLOGÍA

Evaluar



Finalmente se motiva a desarrollar un proceso de evaluación que permita mejorar la estrategia antes de ser implementada. En este espacio se dispondrá de un modelo de evaluación con diferencial semántico, una lista de referencias y material web donde puede ampliar información sobre creación, organización y ejecución de proyectos turísticos

Evaluar, revisar y corregir

La mejor forma de progresar en las actividades comerciales de base turística es la evaluación constante, ya que los gustos y tendencias van cambiando cada día, por lo cual es necesario implementar evaluaciones periódicas tanto hacia los visitantes como a las personas que trabajan contigo.

Recomendaciones:

- Ser autocrítico con los servicios que se ofertan y estar dispuesto a escuchar cosas negativas.
- Realizar evaluaciones periódicas de todos los servicios que ofrece. Así como de las instalaciones.
- Validar la información obtenida del “*mapa de empatía*” con actores reales (Pag.25)
- Tener en cuenta todas las recomendaciones producto de las evaluaciones y testeos para realizar los cambios que usted considere necesario.



Encuesta: realice un modelo de encuesta para evaluar la implementación de su ruta turística o experiencia a partir de la construcción de criterios de evolución, para luego darle una valoración de 1 a 5, donde 1 es un nivel de satisfacción bajo y 5 un nivel de satisfacción alto.

Requerimientos
para la actividad:



Encuesta de satisfacción

¡Hola!, estamos desarrollando una experiencia turística en la vereda. Por esta razón queremos saber cómo fue su experiencia durante el recorrido para mejorar la calidad, atención y el servicio.

Profesión: _____ Edad: _____ Sexo: F () M ()

Procedencia _____
(barrio, vereda, municipio, etc.)

Introducción

Datos
Demográficos

Lugar o establecimiento

	Insatisfecho		Ni satisfecho. Ni insatisfecho		Satisfecho
	12		35	4	
Trato y amabilidad del personal del establecimiento					
Instalaciones físicas del lugar					
limpieza de lugar					
Conocimientos brindados durante la experiencia					
Que cree que hace falta y como podría Mejorar el servicio					

Criterios de
Evaluación

Sugerencias



(Observa lo que vivieron visitantes franceses en la Ruta de los Saberes, visita el menú llamado **Sobre el proyecto - Testeo de la ruta.**)





GLOSARIO Y BIBLIOGRAFÍA



GLOSARIO

En este apartado se encuentra el significado de algunos de los términos utilizados a lo largo de la cartilla, con fin de que haya un mayor entendimiento y que se desarrollen las herramientas adecuadamente.

- **Cartografía:** Técnica de trazar mapas.
- **Mapa de empatía:** Es una herramienta para que la persona se “situé en el lugar del cliente” con el fin de identificar características que permitan ajustar los productos y servicios según las necesidad o intereses del cliente.
- **Itinerario:** Es la programación secuenciada de los lugares por donde se pasa o se pretenden visitar.
- **Brief:** es una herramienta enfocada en resumir los detalles principales de las iniciativas, proyectos o negocios que se quieren iniciar o se van a desarrollar.
- **Pieza de Diseño:** se refiere a una Producción visual, la cual puede variar en soporte y formato (físicos, visuales, auditivos) según sus necesidades. usualmente se relaciona con la publicidad.
- **Turismo comunitario:** Es una estrategia de desarrollo rural y conservación del patrimonio natural y cultural”. (*Procolombia*)
- **Recurso Turístico:** Todo elemento material que tiene capacidad, por sí mismo o en combinación con otros, para atraer visitantes a una determinada localidad o zona. (*Vogeler y Hernández, 2002*)
(*Nota: para que un recurso pueda ser considerado como un atractivo turístico debe superar los 70 puntos de calificación, según los establece la Ley 300 de 1996 y la Ley 1101 de 2006*).
- **Atractivo Turístico:** Es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico. (*Manual de Presentación de Proyectos – Fontur*)
- **Producto turístico:** Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas. (*Ley 300 de 1996*)

BIBLIOGRAFÍA

La revisión bibliográfica es otra herramienta útil a la hora de desarrollar una iniciativa turística, debido a que permite tener claridad frente a lo que quieres hacer.

Para profundizar en el tema puedes consultar las siguientes referencias bibliográficas.


- **Servicio Nacional del Turismo (SERNATUR).** (2016). MANUAL DE DISEÑO; experiencias La revisión bibliográfica también puede ser una herramienta útil para construir la experiencia turística, si quiere profundizar en el tema puedes consultar los siguientes links. Turísticas. Santiago, Chile: Editorial Verde Ltda. Recuperado de: https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2017/05/Manual_Dien%CC%83o_Experiencias_Turisticas_FINAL.pdf
- **Servicio Nacional del Turismo (SERNATUR).** (2016). PRODUCTOS TURÍSTICOS INNOVADORES EN CHILE - CASOS DE ÉXITO. Santiago, Chile. Recuperado de: <https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2017/05/ProductosTuristicosInnovadoresMedia.pdf>
- **Cooperación Suiza – SECO.** (2014). Manual para la planificación de productos turísticos. Destinos del Perú, iniciativa apoyada por la Cooperación Suiza – SECO en convenio con Mincetur y PromPerú y ejecutada por Swisscontact. Lima, Perú; Editorial: Lance Gráfico S.A.C. Recuperado de: <https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf>.
- **Procolombia.** (2017). Turismo comunitario, Un modelo de negocio. Seminario perfil turismo comunitario. Bogotá, Colombia. Recuperado de: <http://www.procolombia.co/memorias/turismo-comunitario-un-modelo-de-negocio>
- **Ronda León, Rodrigo.** (2013). Diseño de Experiencia de Usuario: etapas, actividades, técnicas y herramientas. En: No Solo Usabilidad, nº 12, 2013. <nosolousabilidad.com>. ISSN 1886-8592
- **Universidad Católica de Plata (Ucalp).** (2015). ¿Qué es el Diseño de Experiencia de Usuario?. La Plata, Argentina. Recuperado de: <http://www.ocalp.edu.ar/que-es-el-diseño-de-experiencia-de-usuario/>




Cartilla disponible en la página de “Puelenje Ruta Gastronómica”

 /puelenjegastronomico

 www.puelenjegastronomico.tk

 @puelenjegastronomico

 www.popayanmas.co/puelenje



Universidad
del Cauca

