



Formulación de iniciativas comunitarias y sensibilización en inglés para el turismo

Módulo de Aprendizaje
para el Emprendedor Turístico

#5



FORMULACIÓN DE INICIATIVAS COMUNITARIAS Y SENSIBILIZACIÓN EN INGLÉS PARA EL TURISMO

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – FONTUR.

José Manuel Restrepo Abondano - Ministro de Comercio Industria y turismo
Julián Guerrero Orozco - Viceministro de Turismo
Constanza Olaya Cantor - Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo
Raquel Garavito Chapaval – Presidenta de FONTUR
Helga Hernández Reyes - Vicepresidenta de Planeación y Proyectos FONTUR

British Council.

Soraya Colmenares - Directora
Laura Barragán Montaña – Directora de Educación y Sociedad
Diana Paola Basto Castro – Jefe de Educación Terciaria
Bárbara De Castro – Líder de Educación Terciaria
Daniela Manjarrés – Coordinadora Administrativa de Proyectos

Equipo Proyecto Eco Radio Meta.

Olga Lucia Riveros Gaona – Líder técnica de proyecto y redactora general
Jonny Chamorro – Gerente de proyecto
Diana Mora Castañeda – Redactora de contenidos de turismo y aviturismo
Josué Norberto Perdomo – Redactor de contenidos de emprendimiento
Claudia Rocío Rojas Tapia – Redactora del componente socioemocional
Edna Rocío Rojas – Instructora y redactora de contenidos de inglés
Constanza Rodríguez Zamora – Instructora y redactora de contenidos de inglés
Adriana Marcela Vergara Gejen – Instructora en Emprendimiento
Efraín Morales Rivera – Instructor en Emprendimiento
Nathalia Otero López – Instructora de Turismo
Wilson Ricardo Pinillos – Instructor de Turismo

Du Brands.

David Gonzalez Ariza - Diseñador gráfico
Daniel Caicedo - Corrección de estilo

ISBN: 978-958-52671-3-8

Bogotá, D.C.

© 2020

ECOMETA

RESUMEN

El diplomado “Formulación de Iniciativas Comunitarias y Sensibilización de Inglés para el Turismo”, se diseñó teniendo en cuenta preguntas orientadoras, que facilitan los procesos de acompañamiento y formación. Estas preguntas son: 1. ¿Cómo es el turismo en mi territorio y cómo se encuentra mi idea, emprendimiento o empresa? - módulo I, 2. ¿A dónde quiero llegar? - módulos III y IV, 3. ¿Cómo puedo hacerlo? - módulos IV y V, y 4. ¿Con quién puedo hacerlo desde los ámbitos interno y externo? – módulo VI. Por lo tanto, a partir del módulo IV venimos desarrollando el interrogante ¿cómo puedo hacerlo?, y en este módulo nos centraremos en conceptos como el precio del producto o servicio, turismo sostenible y discriminación. En inglés veremos vocabulario relacionado con el cuidado del medio ambiente y con el precio de un producto o servicio.

En **emprendimiento** continuaremos con la elaboración del plan de negocio, ya que es una herramienta de gran utilidad que permite al emprendedor organizar y presentar el análisis de su idea de negocio. Adicionalmente, veremos los pasos para establecer los precios de los productos o servicios teniendo en

cuenta la preparación de la oferta que se ha venido estructurando en los módulos (II, III y IV) de emprendimiento y turismo, así como la importancia de los encadenamientos productivos para articular acciones de desarrollo social, teniendo en cuenta la relevancia del trabajo colaborativo.

Por otro lado, en **turismo** se abordarán las prácticas para la sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica. Además, en este módulo, desde el componente socio emocional y de género, se propondrán buenas prácticas para evitar la discriminación y/o violencia debido a género, orientación sexual, raza o religión, entre otras. Y se promoverá la garantía y respeto por los derechos humanos de todas las personas.

Finalmente, y articulado a emprendimiento y turismo, el componente de inglés llevará a los participantes a diseñar EcoCards para el cuidado del medio ambiente con frases que den órdenes y/o instrucciones; y a usar las expresiones más comunes del inglés a la hora de realizar una acción de compra o venta, para ofrecer diferentes servicios y productos a turistas extranjeros.

Conceptos clave: encadenamiento, asociatividad, precio, trabajo colaborativo, turismo sostenible, discriminación, *do's* y *don'ts* para el cuidado del medio, *how much, how many*, y precios en inglés.

COMPONENTE	MÓDULO
Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso • Recursos humanos de género • Encadenamiento productivo • Trabajo colaborativo
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo sostenible • Buenas prácticas en turismo • Diversidad humana • Prácticas para mitigar discriminación y/o violencia de género u orientación sexual • Identificación de las aves • Aplicaciones móviles y páginas
Inglés	<ul style="list-style-type: none"> • Buenas prácticas • Cuidado del medio • Productos artesanales de la región • Costo de un producto

DESCRIPCIÓN:

Resultados de Aprendizaje:

- Estructurar la iniciativa empresarial teniendo en cuenta la proyección deseada, variables operativas y administrativas.
- Proponer buenas prácticas en las actividades turísticas aplicando principios de calidad y sostenibilidad ambiental, económica y sociocultural.
- Participar en conversaciones básicas en inglés acerca del cuidado del ambiente y de compra y venta de productos.

SESIÓN I. EMPRESA TURÍSTICA



Podemos definir **precio** como “la cantidad de dinero que el comprador intercambia por productos y/o servicios recibidos del vendedor” (Díez de Castro, 2004). En otras palabras, el ingreso de venta representa, desde el punto de vista del comprador, la cantidad de dinero que debe desembolsar o entregar por la adquisición del derecho de uso y disfrute de un servicio o producto, y, desde el punto de vista del vendedor,

la cantidad de recurso recibido por la venta de un servicio o producto. En nuestros propios términos, la cantidad de dinero que se cobra o se paga por un producto o servicio.

I.I. TIPOS DE PRECIO

De acuerdo con Johnson (como se citó en Díez de Castro 2004) es posible estudiar los siguientes tipos:

“Precio Conjunto: es el precio que se deriva de la práctica de ofrecer dos o más productos y/o servicios de forma asociada. Por ejemplo, si prestas servicios de hospedaje y alimentación, y el huésped se aloja más de dos días, el valor de la habitación incluye el desayuno. Es lo que regularmente se conoce como “combo”.

Precio corriente o habitual: es un precio fijo que no varía a corto o mediano plazo. Durante el tiempo de vigencia del precio corriente, pueden cambiar los atributos del servicio, pero no el precio. Por ejemplo, prestas el servicio de caminatas ecológicas y decides agregar refrigerio por el mismo precio, como, si ofertaras solamente hidratación.

Precio de costo: se refiere a todo lo que ha costado la fabricación de un producto, o, la prestación de un servicio o bien, antes de calcular la ganancia. Por ejemplo, en el servicio de alimentación, debes conocer cuánto cuesta preparar determinado plato, incluyendo los costos fijos y variables. Esta cifra la divides por el número de platos y te arroja el costo real.

Precios finales: son el precio más bajo y más alto de los establecidos para una línea de productos o servicios. Siguiendo con el ejemplo anterior, al costo del plato, le agregas el porcentaje, que, en tu concepto, se debe ganar. Puedes fijar un precio mínimo y un máximo de acuerdo con el poder adquisitivo de tu cliente.

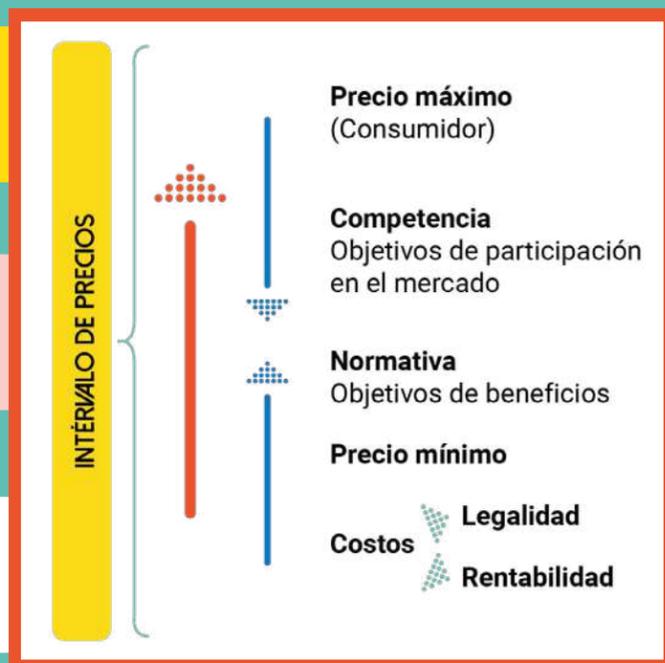
Precio de línea de producto: son los precios que se fijan a los distintos artículos o servicios que componen la línea. Por ejemplo, si ofreces un servicio de piscina puedes establecer una tarifa para niños y otra para adultos, aunque utilicen la misma estructura.

Precio de origen: es el precio del producto en el momento de su fabricación. Es decir, lo que hay que pagar por el producto directamente en la fábrica, sin incluir el transporte, y los intermediarios, entre otros. Por ejemplo, si haces la compra de las verduras directamente en la huerta donde se producen y tú mismo la transportas, ahorras pagos extra por transporte.

1.2. DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Esta es una de las tareas más complejas que debemos realizar durante la planeación del proyecto o idea productiva. Es indispensable fijar el precio más adecuado para nuestro servicio, de tal manera que no genere pérdidas por estar subvalorado o sobre valorado para el sector y lugar en el que se está prestando.

Debemos comprender que la fijación del precio no debe hacerse de manera caprichosa, sino que hay que tener en cuenta aspectos como el costo, la demanda y la competencia. En la siguiente figura podemos entender mejor los elementos que inciden de manera directa en la fijación del precio de nuestro servicio:



Fuente: Díez 1999

También debemos tener en cuenta que, para la determinación del precio dentro de nuestro plan empresarial, es necesario observar y analizar el mercado, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1. Fijación de precios según el mercado

FASES DEL PROCESO	ACCIONES GENERALES	ACCIONES CONCRETAS
¿CUÁL SERÁ LA REACCIÓN DEL MERCADO FRENTE AL PRECIO?	<ul style="list-style-type: none"> Examinar el producto. Comparar el producto con el de los competidores. Calcular la amplitud de los segmentos del mercado. Calcular los objetivos de participación en el mercado. Calcular el pronóstico de ventas. 	<ul style="list-style-type: none"> Investigación primaria-secundaria Características-servicios-aplicaciones. Ingresos – volumen de ventas-estacionalidad. Precios-ingresos-unidades-descuento
OBJETIVOS Y PLANES	<ul style="list-style-type: none"> Establecer beneficios. Desarrollar planes para alcanzar los objetivos. 	<ul style="list-style-type: none"> Cifra total-relación con ingresos-relación con capital total empleado. Comercialización -ventas -distribución-promoción-finanzas-administración.
¿CUÁL SERÁ EL COSTO MÍNIMO?	<ul style="list-style-type: none"> Fijar objetivos de costos. Diseño del plan de producción. 	<ul style="list-style-type: none"> Costos directos-semidirectos-generales. Volumen producción-costo por unidad-niveles de existencia-programas de producción.

Fuente: Winkler (como se citó en Díez de Castro 2004)

Así como los costos establecen el límite inferior de los precios, el mercado y la demanda establecen el límite superior.

1.3. RECOMENDACIONES PARA CALCULAR EL PRECIO DE MI SERVICIO

Debemos saber cómo se calcula el precio, para no ofrecer un servicio con un valor muy alto, o, por el contrario, generar pérdidas en el negocio. Veamos pues, unos tips que ayudarán en la tarea de valorar el servicio.

- Identifica y evalúa el mercado al que vas a dirigir tu producto: este ejercicio lo realizaste en el módulo tres (3). Debes tenerlo presente en el momento de realizar el cálculo del precio de venta.
- Conoce los precios de tus competidores en la región: este proceso lo estudiaste en los módulos dos (2) y tres (3).
- Establece tus costos fijos y variables: recuerda que éstos se encuentran en el módulo cuatro (4).
- Define el porcentaje de utilidad deseado: una vez que has establecido los costos del servicio, debes definir cuánto quieres ganar o cuánto crees que éste vale. Para lograrlo es importante que pienses en términos de porcentaje. Por ejemplo, deseo ganar un 30%. Esto permitirá saber claramente cuál será la utilidad real del servicio, sin perder de vista los precios fijados por los competidores.



ACTIVIDAD I. CALCULO EL PRECIO DE MI SERVICIO

Introducción: es fundamental estructurar el precio de un producto de manera adecuada, entendiendo que, a partir de éste, la empresa podrá ser exitosa y generar utilidades o pérdidas. La presente actividad contribuye efectivamente a evitar el riesgo de cometer errores en el cálculo del precio para el éxito de la idea de negocio.

Objetivo de la actividad: disminuir el riesgo de tener desaciertos en el cálculo del precio final del servicio o producto y obtener utilidades.

Materiales: calculadora, papel, lápiz, computador, video beam.

Paso a paso:

La empresa “turismo mochilero” desea ofertar en el mercado el servicio de caminatas ecológicas para colegios, las cuales, estarán dirigidas a una población del segmento de jóvenes entre los 14 y los 20 años. El dueño de la empresa don Ramón Soriano, no conoce cómo calcular el precio, por lo tanto, contrata tus servicios como experto en cálculo de precios. Para ello, es necesario asesorarlo y orientarlo teniendo en cuenta las siguientes condiciones:

COSTOS FIJOS

Costos Fijos	\$
Salario del guía	\$
Arriendo	\$
Servicios públicos	\$
Asesoría	\$
Costos variables	\$
Transporte	\$
Hidratación	\$
Alimentación	\$
Seguros	\$
Subtotal	\$
Porcentaje de utilidad	%
Valor total	\$
Valor por persona	\$

1. El grupo mínimo de caminantes será de 20 personas y máximo de 30 teniendo en cuenta su impacto ambiental y la capacidad del lugar.
2. Los servicios requeridos son: transporte, alimentación, hidratación y guianza.
3. La propuesta debe contemplar costos fijos y variables de acuerdo con lo estudiado en el módulo cuatro (4).
4. Incluye dentro de los costos variables el valor de tu asesoría.
5. Establece, junto con tu cliente, y de acuerdo con las condiciones del mercado, el porcentaje de utilidad óptimo.
6. Desarróllalo en el formato:

CIERRE

Prepara una exposición de cinco (5) minutos en la que le demuestres a tu cliente el proceso que desarrollaste y muestra la rentabilidad del negocio.

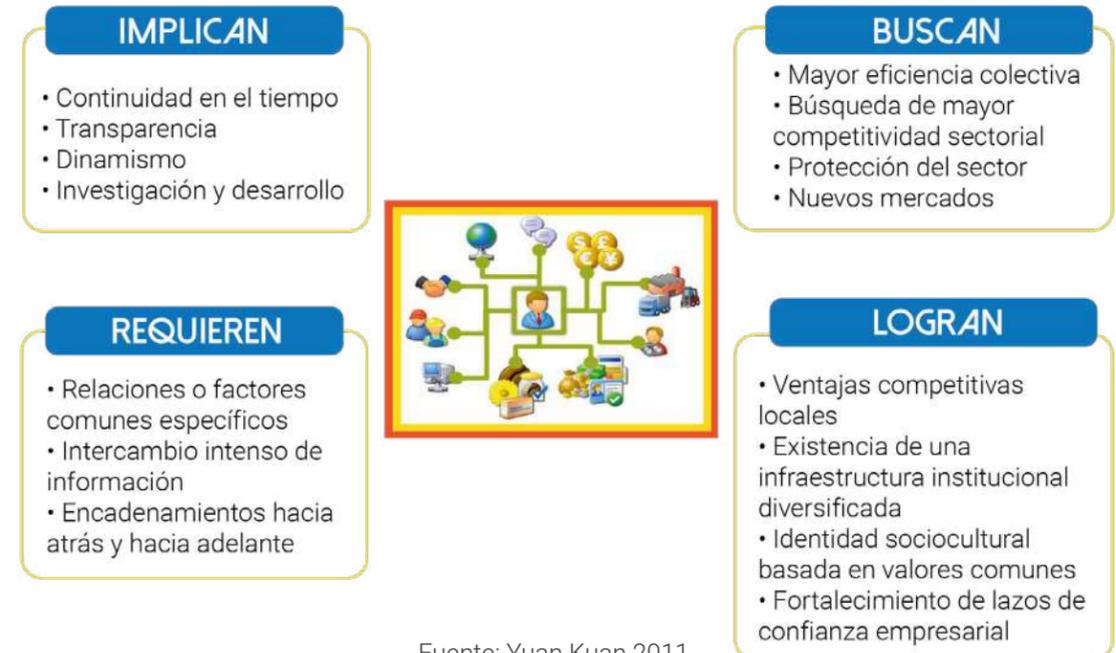
3. ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

Se conoce como encadenamiento productivo al agrupamiento de empresas de la misma actividad, con una estrategia en común, que deciden interactuar de forma especial entre sí para aumentar sus niveles de competitividad. No sólo se agrupan entre sí, sino que además se vinculan con los sectores soporte y mantienen entre ellas lazos de proveeduría y prestación de servicios, organizadas en redes, con el propósito de elevar sus niveles de productividad, competitividad y rentabilidad.

Para (Cárdenas, 2015) “un encadenamiento productivo, es la relación de largo plazo establecida entre las empresas con el objetivo de obtener beneficios en conjunto, generados por un producto o servicio. Por medio de un encadenamiento se forma una relación de insumos y productos finales, donde existe además un compromiso que va más allá de una transacción de compra o venta. Igualmente, el esfuerzo de identificar un encadenamiento implica la localización de recursos y geografía económica, pues la actividad dentro de un proyecto de encadenamientos debe concentrarse en un área determinada, es decir, empezando en la región y poblaciones vecinas”.

“Se entiende también por encadenamientos productivos el conjunto de organizaciones enlazadas entre sí que buscan aprovechar oportunidades de negocios y que ofrecen valor al cliente final. Las empresas involucradas no necesariamente pertenecen al mismo sector productivo, sino que se complementan y crean relaciones a largo plazo tras identificar oportunidades del mercado” (Cárdenas, 2015).

Esta reunión de empresas también es conocida como clúster. Allí se establecen parámetros de funcionamiento como lo podemos observar en la siguiente gráfica:



3.1. VENTAJAS DEL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

Crear un encadenamiento productivo entre empresas del sector turismo trae consigo grandes beneficios como:

- El sector privado se amplía, se diversifica y se fortalece.
- Generación de mayor cantidad de empleos.
- Alianzas estatales – privadas en búsqueda de objetivos comunes.
- Apoyo financiero, técnico y de mercado.
- Mayor bienestar social y eficiencia económica al hacer énfasis en sectores menos privilegiados.

3.2. BARRERAS A VENCER EN EL ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO

- Escasez de espíritu empresarial de los emprendedores
- Falta de confianza
- Barreras al traspaso de información
- Falta de identidad con el gremio

3.3. ORGANIZACIÓN COMUNITARIA

Desde el punto de vista social, (Hernández, 2009) afirma que la organización comunitaria “hace referencia al tipo de ordenamiento, de funcionamiento y de articulación que tiene la sociedad”.

Organizarse socialmente, se ha convertido en los últimos años en una necesidad y un reto para muchas comunidades de nuestro país. Por eso, se hace necesario que las personas conozcan cómo se organiza una comunidad, sus características, sus rasgos, sus ancestros y sus tradiciones; de esta manera se podrá forjar una identidad que le permitirá realizar proyectos, de cualquier índole, desde lo social y lo productivo. Rose (como se citó en Barbero, 2014) define la organización comunitaria como el proceso mediante el cual una comunidad identifica necesidades y objetivos, los ordena y clasifica, encuentra recursos internos y externos para afrontarlos y actúa; al hacerlo así, desarrolla en la comunidad actitudes cooperadoras, colaboradoras y maneras de actuar.

La organización comunitaria es una reunión de personas que se agrupan con el propósito de identificar problemas presentados en su comunidad o para trabajar por metas comunes. Organizarse podrá ayudar a un grupo social en la consecución y movilización de recursos, y en el desarrollo e implementación de estrategias para lograr los objetivos que la colectividad quiere alcanzar.

La organización comunitaria es un proceso de base, es decir, nace de la misma comunidad y no requiere de la presencia de “expertos externos”, que le digan al grupo social qué aspecto deben trabajar. La idea es empoderar a las personas para buscar el mejoramiento de su calidad de vida y la de su grupo social de la manera más efectiva posible.

De acuerdo con lo expresado por (Rodríguez, 2016) organizarse comunitariamente nos permite:

- Comprender el contexto de la comunidad o localidad
- Realizar una planificación de la comunidad para toma de decisiones
- Suscitar acción y movilización de la comunidad
- Comprender los problemas y diferencias
- Aunar los esfuerzos de intervención y mantenimiento
- Promover el cambio comunitario
- Influir en los cambios
- Lograr mejoras en la comunidad

3.3.1. ¿POR QUÉ DEBEMOS PARTICIPAR EN UNA ORGANIZACIÓN COMUNITARIA?

De acuerdo con (Kansas, 2017), “Organizar a los miembros de una comunidad – cualquiera que sea la meta – tiene beneficios generales que ocurrirán si el trabajo está bien hecho. Éstos incluyen:

Un mayor potencial para que ocurran los cambios que se quieren ver: la voz colectiva de mucha gente que trabaja en conjunto en un problema es mucho más fuerte que una voz individual.

Empoderamiento: hacer que la gente participe (especialmente aquellos que tradicionalmente no han tenido mucho poder) en mejorar las condiciones que definen sus vidas, puede incrementar el sentido de autoestima de las personas y de sus capacidades, ayudándoles a llevar vidas más satisfactorias.

Mayor independencia entre los miembros de la comunidad: organizar a la gente para originar un cambio ayuda a mantener un nivel alto de control sobre su propio destino. En última instancia, esto reduce la cantidad de ayuda externa que se necesitará.

Apoyo social cada vez mayor: al integrar diversos grupos de personas que trabajan por un bien común, se tiene la oportunidad de conversar y aprender con otros, a quienes no se hubiera conocido en una situación convencional. Tanto en lo profesional como en lo social, la organización comunitaria ofrece a la gente una gran oportunidad de crecimiento y esparcimiento.

Mayor igualdad en la sociedad: Cuando la gente gana cierto control sobre las fuerzas que definen sus vidas, el equilibrio de fuerzas en la comunidad cambia, extendiéndose de forma más amplia y distribuyéndose de forma más equitativa. Esto, a su vez, cambia positivamente la situación de las personas con menor poder, contribuyendo así a una sociedad más justa”.

12 3.4. ASOCIATIVIDAD

M5

- Se entiende como asociatividad el esfuerzo de cooperación interempresarial que tiene como objetivo mejorar la gestión, la productividad y la competitividad de sus participantes.
- Se diferencia de las asociaciones o gremios empresariales en que éstas tienen como objetivo principal la representatividad frente al sector público y la defensa de intereses sectoriales de cara a las políticas públicas que los afectan.

3.4.1. CONDICIONES BÁSICAS PARA LA ASOCIATIVIDAD

De acuerdo con (Mathews, 2014) para crear y sostener la asociatividad empresarial es fundamental que se cumplan las siguientes condiciones:

“Confianza: la idiosincrasia y la desconfianza “natural” resultan muchas veces ser las barreras más difíciles de vencer en los esfuerzos de asociatividad, en cualquier actividad comercial.

Precisión de objetivos y metas: es muy importante definir con la mayor exactitud posible lo que se persigue con esta alianza estratégica. Los números son fundamentales: plazos, porcentajes de participación de mercado, facturación proyectada, etc.

Compromiso: una vez cerrado el acuerdo, es fundamental que todos los participantes asuman los compromisos acordados, más allá de cualquier cambio en el entorno.

Definición de roles: tratándose de un trabajo en equipo y entendiendo que todos apuntan en la misma dirección, resulta fundamental que las responsabilidades de cada participante estén plenamente definidas.

Términos de la membresía: la alianza puede estar formada por un determinado grupo y no aceptarse ningún integrante posteriormente. Otra posibilidad es que se defina el perfil de cada nuevo integrante con suma precisión, indicando cada una de las condiciones que deberá cumplir.

Liderazgo de gestión: quien asuma la dirección/gerencia general de esta alianza estratégica debe estar preparado profesionalmente y contar con experiencia en estas tareas.

Penalidades y sanciones: es clave ser muy precisos en la definición de situaciones de incumplimiento de alguna de las partes; preverlas y establecer a priori cómo se sancionarán.

Todos asumen solidariamente la pérdida: este tipo de situaciones tienen que estar previstas, así como definidas las penalidades que correspondan en cada caso.

Contrato integral: lo señalado debe plasmarse, con todos los anexos necesarios, en un contrato que considere la totalidad de términos del acuerdo, incluyendo la vigencia de este y la resolución de conflictos (por ejemplo, vía una corte arbitral)”.

3.4.2. VENTAJAS DE LA ASOCIATIVIDAD EMPRESARIAL

“Siempre existirá la siguiente disyuntiva: opero solo o busco aliarme con otros. Para optar por el segundo camino se debe estar absolutamente convencido de las ventajas que generará dicha alianza a la empresa. Algunas de ellas son:

Complementación de capacidades: los participantes de la alianza no necesariamente son iguales. Por lo general tienen fortalezas y capacidades distintas y, en consecuencia, pueden complementarse y potenciarse.

Economías de escala: las compras de insumos, por ejemplo, pueden efectuarse en forma colectiva, con lo cual se obtienen costos menores que representan una ventaja tangible para cada uno de los participantes.

Fuerza negociadora: sin duda se fortalece la capacidad de negociación frente a los proveedores (materias primas, insumos), suministradores de servicios (financieros, por ejemplo) y clientes (precios, términos de pago, plazos, etc.)

Posibilidad de marca: posicionar una marca en un país y más aún en mercados internacionales supone normalmente un costo alto. Se requiere inversión en la mezcla promocional: publicidad, promoción de ventas, venta personal y relaciones públicas. Este costo puede ser distribuido entre los miembros de la alianza, permitiendo el posicionamiento de una marca propia que le da mayor sostenibilidad al negocio.

Menos intermediarios: aunque, en muchos casos hay intermediarios que difícilmente podrán ser excluidos de la cadena, siempre existe la posibilidad de saltar uno o más eslabones respaldados en la alianza estratégica (mayor volumen)” (Mathews, 2014).

M5

13

ENCADENAMIENTO PRODUCTIVO Y TRABAJO COLABORATIVO

El trabajo colaborativo se define como una metodología de enseñanza y de realización de actividades laborales en grupo. Se basa en la premisa de que los resultados y la actividad laboral se incrementan cuando se desarrollan destrezas cooperativas para aprender y solucionar los problemas que pueden presentarse.

Ahora que sabes la importancia de realizar encadenamientos productivos y de apostarle a la organización comunitaria para potenciar tu emprendimiento, así como los de tus compañeros de diplomado, contribuyendo de esta manera al desarrollo de la región y aprovechando que en este momento has afinado tu propio emprendimiento y conoces los proyectos y empresas de tus compañeros, te proponemos que incorpores estrategias de trabajo colaborativo que coadyuven al funcionamiento óptimo de los encadenamientos que realices.

Para ello ten en cuenta los siguientes aspectos relacionados con los fundamentos de la colaboración:

1 PEDIDOS Y OFERTAS:

Los pedidos y las ofertas constituyen los pilares fundamentales de los encadenamientos, ya que a través de ellos se coordinan acciones para conseguir aquello que deseamos que suceda en conjunto. Muchas veces no es suficiente saber que queremos trabajar con alguien o crear un acuerdo rápido y sencillo, por ello es fundamental aprender a pedir y a ofertar.

Recuerda la feria de emprendimientos en la que conociste las distintas iniciativas de tus compañeros de diplomado. Seguramente en este espacio encontraste muchas oportunidades para unir esfuerzos con otras iniciativas.

Ahora piensa ¿a quiénes de tus compañeros te gustaría pedirles algo? ¿a quiénes de tus compañeros te gustaría ofrecerles algo? Teniendo presente la respuesta a estas dos preguntas, procede a buscar conversaciones para pedir y ofrecer dónde garantices que las siguientes condiciones estén presentes:

- a) Orador: eres tú y lo primero que debes tener presente es saber exactamente lo que quieres pedir o lo que quieres ofertar.
- b) Oyente: será la persona que recibirá tu pedido y/o oferta, es decir el responsable del emprendimiento con el que quieres generar encadenamiento.
- c) Acción: representa la acción explícita que vas a pedir y/u ofertar y que se realizará a futuro.
- d) Plazo: es definir el tiempo exacto en el que se va a realizar la acción.
- e) Competencia de la persona o la empresa: es imprescindible que verifiques que la persona o la empresa a quién vas a hacer el pedido o a quién vas a ofertar, cuente con las competencias para brindarte eso que quieres o esté en capacidad de recibir o aceptar eso que ofertas.
- f) Trasfondo de obviada: es necesario que garantices que toda la información relacionada con tu pedido u oferta sea explícita (condiciones, precios, tiempos, garantías).
- g) Condiciones de satisfacción: es crucial tener en cuenta las expectativas sobre la concreción de tu pedido u oferta y que éstas sean claras para ti y para la persona que representa el emprendimiento al que le harás pedidos y/o ofertas.

2 APROPIACIÓN Y ALINEACIÓN

Una vez cuentas con acciones específicas para iniciar encadenamientos productivos, es necesario que empieces a generar con tus socios un sentido de pertenencia que les permita apropiarse del negocio y el encadenamiento. Que posibilite una visión compartida del negocio; hasta dónde quieren llegar, para propiciar una misma comprensión de las metas y también de las dificultades que puedan surgir.

3 IMPLÍCITO - EXPLÍCITO

La buena comunicación hace parte del éxito de la organización comunitaria y de los encadenamientos. Algunas veces no manifestamos todo aquello que queremos decir o nos basamos en supuestos relacionados con que el otro ha comprendido todo lo que hemos dicho.

Por ello, es primordial que seas lo más claro y explícito posible con las personas con las que estás consolidando encadenamientos. Ten en cuenta que es necesario siempre hablar de lo que está sucediendo, de las emociones que se están experimentando con el éxito o con las dificultades del negocio. Y, como premisa, establecer acuerdos concretos que pueden ser dinámicos a medida que las negociaciones y la organización comunitaria vayan solidificándose

4 CONTENIDO Y PROCESO:

Implica que pienses conjuntamente con los representantes de las iniciativas o empresas con las que estás generando encadenamientos, las siguientes preguntas: ¿qué queremos lograr? y ¿cómo podemos hacerlo? Y, a partir de sus respuestas definir un plan de acción que permita llevar a cabo el **plan**.

5 GANAR - GANAR

Implica que todas las partes involucradas en el encadenamiento ganan algo. Y tu emprendimiento también propicia beneficios para las personas o empresas con las que has consolidado encadenamientos productivos; de esta manera las ganancias siempre serán mutuas.



El trabajo colaborativo es una estrategia para la asociatividad, que permite aprovechar la inteligencia colectiva para potenciar encadenamientos y emprendimientos y que posibilita cambiar lo que se requiere modificar, promoviendo la corresponsabilidad.



ACTIVIDAD 2. CONSTRUYO MI PLAN DE NEGOCIO

INTRODUCCIÓN

Es importante continuar la construcción de tu propuesta de plan de negocio, con el fin de llevar tu idea, iniciativa o emprendimiento a buen puerto, para obtener los resultados esperados a partir de complementar el trabajo hasta aquí realizado con la creación del plan de acción.

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD

Complementar la elaboración del plan de negocios con la creación del plan de acción a partir de la metodología establecida.



MATERIALES:

- Fotocopias
- Hojas de papel
- Marcadores

PASO A PASO

1. Teniendo en cuenta la matriz DOFA desarrollada en el módulo uno (I), plasma en este documento las estrategias construidas.
2. Toma la actividad uno (1) del módulo número cuatro (IV) y pasa lo construido: misión, visión y objetivos
3. De acuerdo con la actividad dos (2) valoro mis servicios del módulo número cuatro (IV) realiza el cálculo real del precio de tu servicio
4. Diseña el plan de acción de acuerdo con el siguiente cuadro:

ESTRATEGIA DOFA

OBJETIVO

ACTIVIDAD

RESPONSABLE

TIEMPO

REALIZA LOS SIGUIENTES PASOS:

- a. En la casilla de estrategias, escribe las estrategias construidas en el DOFA. Dale un orden, priorízalas.
- b. Apareja los objetivos creados con las estrategias ya consignadas en el cuadro. Es importante que las estrategias concuerden o tengan una relación con los objetivos.
- c. Ahora debes crear las actividades que vas a realizar para alcanzar y cumplir el objetivo. Cuantas actividades sean necesarias las debes consignar.
- d. En la columna cuatro (4), es importante colocar un responsable. Muy seguramente serás tú y los demás socios en el proyecto. No importa así inician todas las empresas.
- e. En la siguiente casilla debes determinar qué tiempo te va a tomar realizar esas actividades y establece una fecha prudente. No tan lejos que se pierda el interés o en su defecto tan cerca que no la puedas cumplir.

f. En la casilla titulada producto, debes determinar para la actividad propuesta, qué producto o servicio vas a consolidar. Esto te ayudará a orientar tus esfuerzos y centrarte en crear un producto.

CIERRE

Prepara una exposición de cinco (5) minutos en la que le demuestres a tu cliente el proceso que desarrollaste y muestra la rentabilidad del negocio.

BUENAS PRÁCTICAS DE TURISMO SOSTENIBLE

TURISMO SOSTENIBLE

Como veíamos en los módulos anteriores (I y II), el turismo es uno de los sectores con mayor crecimiento en el mundo; hay más personas viajando a nuevos lugares y más empresas organizando nuevos productos que ofrecer. También, veíamos que el turismo puede generar grandes beneficios, pero también tiene consecuencias negativas, como, por ejemplo, el aumento de personas en un lugar (destino) consumiendo recursos como agua y energía, y generando residuos sólidos. O simplemente,

alterando el medio ambiente y la cultura locales al interactuar con sus comunidades. Esto, ha impulsado a prestadores de servicios turísticos, turistas y demás actores a conocer y aplicar buenas prácticas para mitigar los impactos negativos y potencializar los positivos.

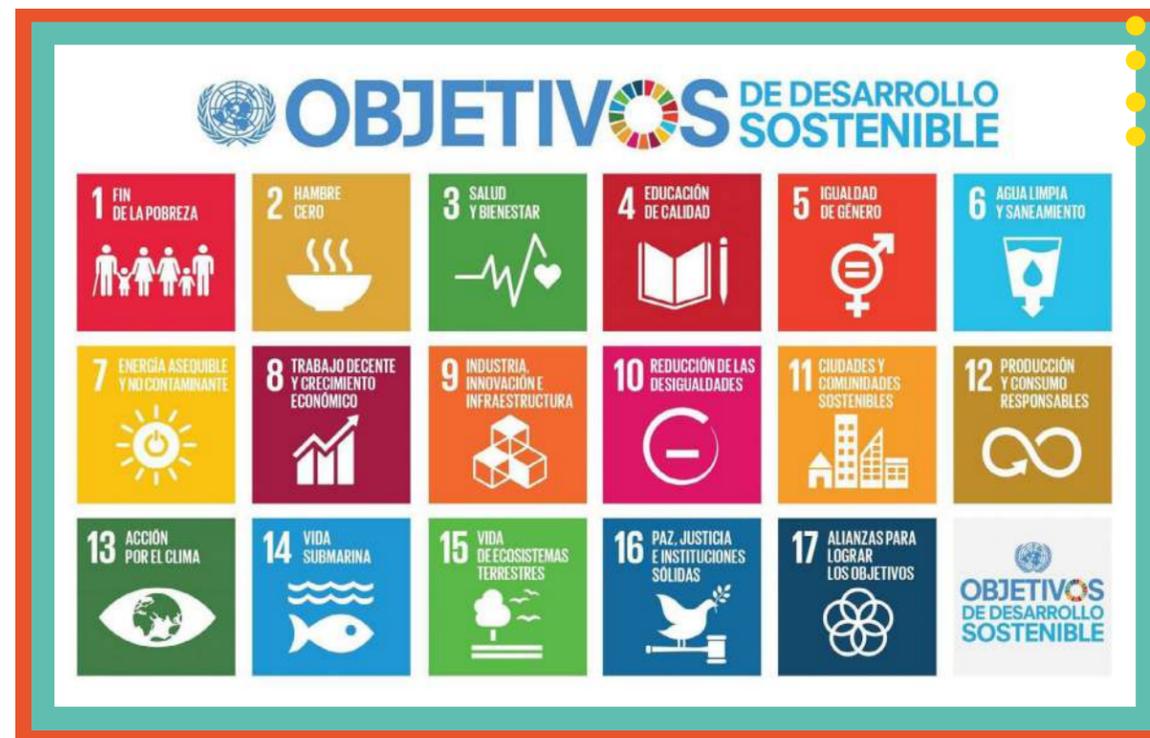
DESARROLLO SOSTENIBLE

Para referirnos a la realización de actividades turísticas “sostenibles”, iniciaremos con la definición de desarrollo sostenible:

“Si se integran las preocupaciones relativas al medio ambiente y al desarrollo y si se les presta más atención, se podrán satisfacer las necesidades básicas, elevar el nivel de vida de todos, conseguir una mejor protección y gestión de los ecosistemas y lograr un futuro más seguro y más próspero” (ONU, 1992).

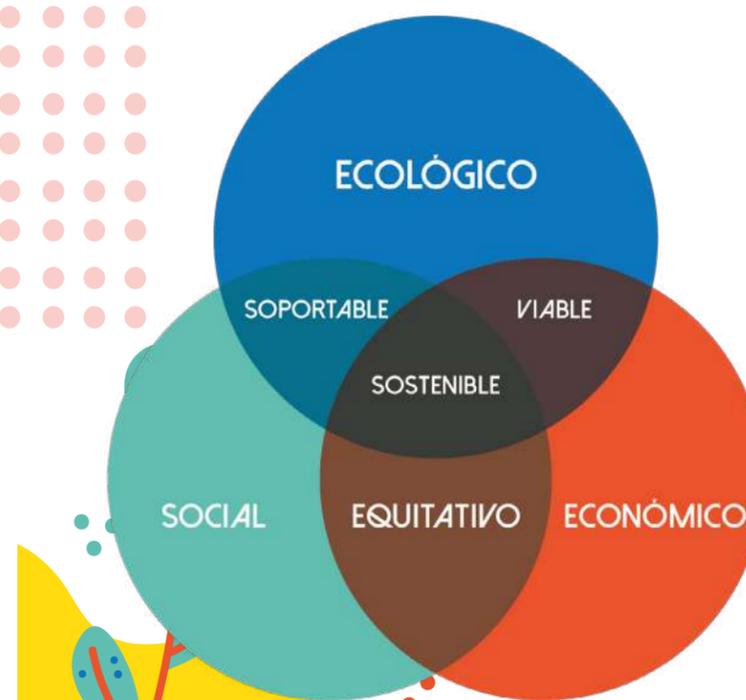
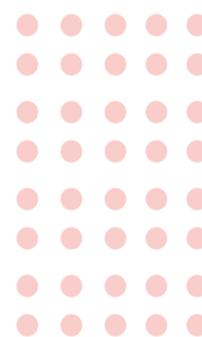
Este concepto, fue adoptado por primera vez en la Asamblea de las Naciones Unidas, y acuñado por la Comisión Mundial de Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas donde se analizaron las políticas de desarrollo económico y se incorporó la sostenibilidad como criterio de desarrollo. Posteriormente, en 1992 se realizó la Conferencia de la ONU sobre Medio Ambiente y Desarrollo conocida como “Cumbre de la Tierra”, en Río de Janeiro, en la cual se creó la Agenda 21, o Convenio sobre el Cambio Climático y Convenio sobre la Diversidad Biológica.

La Agenda 2030 de 2015 contempla los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), el cual fue aprobada por líderes mundiales en el que se incluyen 17 objetivos.



Fuente: (PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, 2015)

La sostenibilidad tiene “tres pilares”:



Se deberá promover y fortalecer e integrar en todas las actividades, el desarrollo económico y social, así como la protección del medio ambiente.

- Ambiental: la actividad minimiza cualquier daño al ambiente (flora, fauna, agua, suelos, uso de energía, contaminación, etc.) e idealmente trata de impactarlo en forma positiva (mediante la protección y la conservación).

- Social y cultural: la actividad no perjudica, y más bien puede revitalizar la estructura social o la cultura de la comunidad donde se ubica.

- Económico: la actividad, no solo, empieza y luego muere rápidamente (debido a malas prácticas empresariales), sino que continúa contribuyendo al bienestar económico de la comunidad local. Una empresa sostenible debe beneficiar a sus dueños, a sus empleados y a sus vecinos.

20 Sin embargo, para todos los sectores se presenta un desafío, dado que la responsabilidad es compartida entre los actores privados y públicos, pues la sostenibilidad debería aplicarse en las actividades diarias, para medir los impactos y empoderar a las personas. Y específicamente, el sector del turismo se ha ideado para generar poco impacto y promover la conservación del patrimonio cultural y natural de nuestro país.

¿EN QUÉ CONSISTE EL TURISMO SOSTENIBLE?

La Organización Mundial del Turismo – OMT define:

“El turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas”.

Algunos datos importantes del Turismo Sostenible:

- En 1995 se adoptó la “Carta Mundial del Turismo Sostenible” en el Marco de la Conferencia Mundial del Turismo Sostenible.
- En 1996 se adoptó la declaratoria “Agenda 21 para la Industria Turística: hacia un Desarrollo Sostenible” en el marco del Consejo Mundial de Viajes y Turismo.
- En 1997 se firmó la “Declaración de Manila sobre el Impacto Social del Turismo.”
- En 2017 se establece el año internacional del turismo sostenible por Naciones Unidas.

Teniendo en cuenta los pilares del desarrollo sostenible, la OMT también plantea que son principios turísticos que promueven el equilibrio y deben aplicarse en todos los destinos y tipos de turismo existente:

1. Se debe propender por dar uso óptimo a los recursos medioambientales y promover su conservación.
2. Se debe respetar la cultura (tangible e intangible) de las comunidades locales.
3. Se deben promover actividades económicas viables, la generación de empleo y emprendimientos que tengan reflejo en el mejoramiento de la calidad de vida de las comunidades anfitrionas.

¿QUÉ SON LAS BUENAS PRÁCTICAS?

De acuerdo (Rainforest Alliance, 2015) las buenas prácticas pueden definirse como:

*“Acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos de la operación turística. Éstas se pueden implementar en todas las áreas de servicio y operación de las empresas. Su adopción y **aplicación beneficiará ambiental, sociocultural y económicamente al emprendimiento y a la comunidad.** Las buenas prácticas deben garantizar que se produce el menor impacto posible sobre los recursos, que se mejora la calidad del producto turístico, que mejora la imagen de la empresa frente al cliente, que la gestión empresarial es más eficiente y que se consigue un mejor desempeño socioeconómico”.* (Rainforest Alliance, 2015).

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES:

Son aquellas que se realizan para prevenir los impactos ambientales al medio ambiente:

ÍTEM

DISEÑO Y CONSTRUCCIONES

BUENAS PRÁCTICAS AMBIENTALES

- Identificar los impactos ambientales de la construcción, ampliación o mantenimiento
- Mantener la armonía del patrimonio natural y cultural del destino
- Usar materiales locales en lo posible sin deteriorar bosques, fauna local o ríos
- Aprovechar la luz natural, la difusión de calor y el aislamiento térmico en el diseño interior del recinto, así como el disfrute paisajístico natural
- Conservar y restaurar infraestructura antigua o tradicional
- No destruir para volver a construir
- La infraestructura debe, en lo posible, mimetizarse con el paisaje
- Restaurar la cobertura vegetal
- Evitar actividades de alto impacto (motores de alto cilindraje)
- Diseñar la ubicación del recinto con plantación de árboles que brinden sombra alrededor.
- Las construcciones pequeñas son mejores que las grandes, pues armonizan con el entorno.
- Utilizar siluetas, figuras o líneas adhesivas sobre las ventanas para evitar que las aves se choquen contra los vidrios.
- Tener en cuenta a visitantes con capacidades diferenciales y requerimientos especiales (rampas, servicios higiénicos, etc.).
- Construir de día ahorra electricidad y minimiza el impacto auditivo.

ÁREAS NATURALES Y DE CONSERVACIÓN

- Establecer la zonificación del lugar, teniendo en cuenta planes de manejo y de ordenamiento territorial
- Definir la capacidad de carga de lugar
- No usar especies exóticas o foráneas
- Utilizar repelentes y abonos orgánicos
- Diseñar caminatas teniendo en cuenta diferentes grados de dificultad
- Incentivar y participar en programas de limpieza
- Elaborar guiones interpretativos del patrimonio natural y cultural
- Evitar el desvío de canales hídricos naturales

EMISIONES Y DESECHOS

- Implantar sistemas de aguas residuales
- Construir un sistema propio de tratamiento de aguas residuales
- Disponer de los desechos en lugares apropiados
- Aprovechar el agua lluvia, captándola con canales a tanques de almacenamiento
- No descargar aguas residuales en cuencas hidrográficas
- Separar desechos y adoptar programas de reciclaje
- Evitar el uso de productos tóxicos y químicos
- Minimizar el uso de aerosoles contaminantes

USO EFICIENTE DEL AGUA

- Capacitar anualmente, a prestadores y visitantes, sobre la importancia del agua, su ahorro, uso eficiente, y sobre la identificación de daños.
- Realizar seguimiento y control de consumo a través de medidores. O calcular el volumen gastado mensualmente, si no cuenta con los equipos de medición.
- Utilizar preferiblemente jabones biodegradables y siempre líquidos o espumados.
- Instalar inodoros ahorradores de agua. Si tiene sanitarios antiguos, coloque en el interior del tanque una botella de litro.
- Colocar letreros en las habitaciones, baños, cocinas y lavandería, que inviten a ahorrar agua a cerrar la llave de lavamanos y lavaplatos y a usar cargas completas en lavadoras de ropa.
- Revisar tuberías e instalaciones periódicamente
- Establecer medidas para utilizar la menor cantidad de cloro posible en las piscinas
- Instalar mensajes en las habitaciones invitando a cambiar sábanas y toallas cada tres días según las condiciones del clima en cada lugar
- Utilizar recipientes para depositar los papeles del baño

USO EFICIENTE DE ENERGÍA

- Tener un plan de uso eficiente y ahorro de energía
- Capacitar y sensibilizar a empleados y visitantes acerca del consumo de energía su ahorro y uso eficiente
- Instalar sistemas de generación de energía solar, eólica, pequeñas centrales hidroeléctricas u otro tipo de energía amigable acorde a las condiciones del lugar
- Implementar sistemas de registro y control
- Revisar periódicamente instalaciones eléctricas
- Registrar y monitorear el consumo de energía
- Diseñar un plan de prevención emergencia y contingencia
- Realizar la mayoría de las actividades con luz día
- Limpiar los sistemas de iluminación
- Utilizar iluminación ahorradora de energía y en lo posible sensores de presencia que automáticamente prenden y apagan las luces
- Desconectar los equipos tecnológicos y audiovisuales
- Programar el cambio de equipos viejos

MANEJO DE DESECHOS

- Capacitar y sensibilizar a empleados y visitantes sobre el manejo de residuos
- Contar con un plan de manejo de residuos sólidos orgánicos e inorgánicos
- Establecer un buen sistema de almacenamiento para evitar pérdidas y gastos
- Evitar usar elementos desechables (platos y vasos “de un solo uso”)
- Informar al huésped sobre las medidas de generación de desechos
- Clasificar desde la fuente la generación de desechos
- Ubicar estratégicamente los recipientes de residuos
- Reusar la cara limpia de papel impreso para imprimir o escribir notas
- En los sitios de oficina separar el papel de reciclaje
- Preferiblemente utilice toallas de papel para las manos, y si tiene la posibilidad, instalar secadores de aire caliente
- Identificar las cooperativas o recicladores de vidrio, papel, metal, cartucho de impresora etc., para establecer una ruta para el manejo adecuado de estos elementos
- Disponer de pilas recargables, Y, en el caso dado de que los turistas usen pilas desechables, pedirles que las lleven consigo de regreso a su sitio de origen.

FAUNA Y FLORA

- Mantener actualizada la información sobre las especies del área
- Adoptar medidas para minimizar el ruido e iluminación de las actividades



COMPRA DE INSUMOS Y PRODUCTOS

- Contar con un plan de compras acorde al consumo y las temporadas de turistas
- Adquirir productos a proveedores locales que cultiven o elaboren los mismos de manera limpia, ecológica u orgánica
- Elegir productos e insumos frescos en vez de conservas
- Evitar el uso de colorantes artificiales para los alimentos, azúcares y harinas refinadas
- Adquirir elementos de limpieza y cosméticos biodegradables, de acuerdo con la oferta del lugar
- Utilizar dosificadores o dispensadores para los productos cosméticos en lavamanos, lavaplatos y duchas
- Utilizar en sus compras y empaques, bolsas de tela o materiales reutilizables como papel, cartón, hojas de plantas, según el caso, y envases de vidrio

Fuente: elaboración propia, tomando información de la "Guía para la elaboración de un plan de negocios de ecoturismo" (Duque & Ochoa, 2008) y "Buenas prácticas de turismo sostenible" (Osorio, 2019)

La capacidad de carga se refiere al número máximo de visitantes que puede soportar un espacio, lugar o destino turístico generando un mínimo impacto negativo.

Con el fin de analizar los impactos que se pueden presentar al realizar las actividades turísticas que se diseñaron en los módulos anteriores (III y IV), la matriz de impactos ambientales es una tabla que nos permite identificar aspectos claves a tener en cuenta para mejorarlas así como optimizar la prestación de servicios relacionados:

AMBIENTAL	ACTIVIDAD	EFFECTOS AMBIENTALES	TIP O	MAGNITUD	MEDIDA PREVENCIÓN / POTENCIACIÓN	EFFECTIVIDAD
AGUA	Vertimiento de residuos	Deterioro de la calidad del agua	(-)	Medio	Establecimiento de letrinas	2
FAUNA	Recorrido por los hábitats	Disturbar las poblaciones	(-)	Bajo	Disminuir el ruido, evitar prendas de vestir muy llamativas	2
SUELOS	Tránsito por caminos	Erosión compactación	(-)	Medio	Utilización de caminos principales	2
ECOSISTEMA	Entendimiento del entorno	Contribución a la conservación	(+)	Alto	Buen desarrollo de la guianza	3

Fuente: elaboración propia, tomada de (Duque & Ochoa, 2008)

A continuación, se describen los ítems:

- Ambiental: cada uno de los elementos ambientales que se analizarán
- Acciones: aquellas actividades que se realizan en la prestación de servicios turísticos
- Efectos ambientales: aquellas reacciones que generan impactos ambientales durante la prestación de servicios turísticos
- Tipo: acciones identificadas como causantes de impactos negativos (-) o positivos (+).
- Magnitud: se pueden utilizar escalas de 1 a 10, donde 1 es bajo y 10 alto, o, escalas con criterios bajo, medio y alto para indicar el grado de los efectos planteados
- Medida de prevención: los prestadores de servicios turísticos deberán aplicar buenas prácticas para mitigar los impactos medioambientales negativos y potencializar los positivos
- Efectividad: se evalúa si la medida de prevención cumple con el propósito o es capaz de lograr el efecto que se desea

BUENAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES:

ÍTEM

COMUNIDADES LOCALES

BUENAS PRÁCTICAS SOCIOCULTURALES

- Capacitar y sensibilizar a los prestadores de servicios y visitantes acerca de los valores culturales y sociales locales, las costumbres y formas de relacionarse con las comunidades
- Promover el respeto de los derechos, valores y costumbres, la visión del mundo de las comunidades indígenas, afrodescendientes, campesinas y pobladores locales
- Vincular laboralmente a la comunidad local y promover su capacitación
- Promover proyectos turísticos con la participación de la comunidad local
- Fomentar procesos de capacitación
- Propender por la generación de empleo y emprendimientos
- Los empleos locales deben ser remunerados y contar con la seguridad social de acuerdo con lo estipulado en la ley. Los niños no deben ser empleados. Por el contrario, se deben fomentar programas para que estudien y se formen en oficios y ocupaciones útiles para el desarrollo local
- Contribuir con las iniciativas de recuperación de costumbres, lenguas y tradiciones en armonía con la dignidad de las personas y el ambiente natural, así como con las aspiraciones de grupos étnicos y pobladores locales
- Fomentar la recuperación de prácticas tradicionales y artesanales

PROVEEDORES Y CLIENTES

- Promover la compra de productos y materias primas a proveedores locales.
- Incluir procesos de cooperación y asesoría
- Promover con otros empresarios y la autoridad local un acuerdo de tarifas justas.
- Promover y apoyar la producción de artesanías y productos locales elaborados con materias locales extraídas de forma sostenible sin impacto para los atractivos o recursos naturales

Fuente: elaboración propia, tomada de (Duque & Ochoa, 2008)

¿SABIAS QUE?

La Declaración Universal de los Derechos Humanos plantea los siguientes artículos:

Artículo 1. Todos los seres humanos nacen libres e iguales en dignidad y derechos y, dotados como están de razón y conciencia, deben comportarse fraternalmente los unos con los otros.

Artículo 2. Toda persona tiene derechos y libertades, sin distinción alguna de raza, color, sexo, idioma, religión, opinión política o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica, nacimiento o cualquier otra condición. Además, no se hará distinción alguna fundada en la condición política, jurídica o internacional del país o territorio de cuya jurisdicción dependa una persona, tanto si se trata de un país independiente, como de un territorio bajo administración fiduciaria, no autónomo o sometido a cualquier otra limitación de soberanía.

Artículo 3. Todo individuo tiene derecho a la vida, a la libertad y a la seguridad de su persona.

Por lo tanto, es imprescindible que como prestador de un servicio turístico garantices que estos tres artículos sean una realidad para todos los turistas y también para las personas que contribuyan al funcionamiento de tu emprendimiento. Por eso ten en cuenta las siguientes buenas prácticas:

1. Consulta y respeta los planes de manejo de territorios colectivos y los planes de vida de las comunidades afrodescendientes, resguardos indígenas y de comunidades campesinas. Esto implica que respetes y valores sus identidades y culturas.

2. Pon en práctica políticas de lucha contra la explotación sexual y comercial de todas las personas, especialmente de niños, niñas y adolescentes. Para ello, prohíbe explícitamente en la prestación de tu servicio, el turismo sexual y promueve desde las prácticas cotidianas la garantía de la dignidad humana. Denuncia ante las instituciones pertinentes cualquier tipo de explotación y/o abuso del que fueres testigo.

3. Fomenta el apoyo a iniciativas locales sanas y denuncia ante las autoridades la existencia de actividades indeseables, como violencia hacia mujeres, hombres y menores de edad o el comercio de drogas, entre otras.

4. Promueve prácticas y actividades turísticas que garanticen equidad entre hombres y mujeres, erradicando violencias explícitas y/o implícitas (como por ejemplo comentarios con contenido sexual y/o lenguaje sexista).

5. Genera en la prestación de tu servicio, prácticas de inclusión y valoración de la diversidad humana, donde se erradique de manera contundente cualquier tipo de discriminación en razón a nacionalidad, orientación sexual, posición social y/o económica, entre otras. Recuerda que el Código Penal Colombiano, considera la discriminación como un delito. Luego, es importante que seas garante de derechos y que denuncies ante las autoridades pertinentes cuando presencias algún acto de éste tipo. Fuente: (PTP, Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Organización para la Educación y Protección Ambiental OpEPA, 2014).

ECONÓMICAS

- Contar con los permisos para realizar un aprovechamiento de los recursos naturales para construcción, extracción de materias primas para la elaboración de artesanías y otras creaciones, así como para el funcionamiento de infraestructura y otros aspectos culturales del lugar
- Motivar y realizar un seguimiento de los recursos que se destinan a las comunidades locales o para el mantenimiento de áreas naturales.
- Rechazar todo tipo de inversión que promueva hábitos no deseables para el turismo y la sociedad, como el alcoholismo y la prostitución
- Apoyar y participar en las iniciativas de las comunidades estimulando así la cohesión social
- Cumplir con la legislación en materia laboral para todos los empleados y los servicios derivados del turismo
- Apoyar la formación de capacitadores locales para que integren a otros miembros de la comunidad interesados en la prestación de servicios turísticos
- Establecer alianzas entre empresarios y autoridades locales para presentar proyectos y gestionar recursos de cooperación

Fuente: elaboración propia, tomando información de la "Guía para la elaboración de un plan de negocios de ecoturismo" (Duque & Ochoa, 2008) y "Buenas prácticas de turismo sostenible" (Osorio, 2019).

BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN:

Adicionalmente a las prácticas ambientales, socioculturales y económicas, presentamos algunas buenas prácticas en materia de gestión y administración, incluidas en la "Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza", y, teniendo en cuenta que los participantes del diplomado se encuentran en procesos de formulación o fortalecimiento de empresas turísticas:

ÍTEM

PLANIFICACIÓN Y ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

BUENAS PRÁCTICAS EN GESTIÓN

- Organizar en diferentes áreas de funcionamiento: administrativas, operativas y de control
- Establecer los valores, principios y lineamientos con los que será operada la empresa. De esta manera el negocio cobra identidad y obtiene directrices de funcionamiento
- Desarrollar la actividad turística bajo los principios de un código de ética
- Consolidar relaciones con la comunidad estableciendo acuerdos o convenios para facilitar el desarrollo de proyectos o la solución de problemas

NORMAS LEGALES VIGENTES

- Verificar que se cuenta con los permisos y autorizaciones para acceder a destinos que se encuentran en propiedades privadas o públicas
- Constituir su empresa legalmente. Revise y aplique la normatividad ambiental y fiscal vigente

ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN

- Tener claros los gastos y costos de la empresa
- Elaborar el plan de acción y contingencia de las actividades turísticas
- Preparar una lista de los recursos y equipos requeridos para la actividad y contar con los equipos y materiales adecuados para el desarrollo de esta
- Verificar con el cliente los servicios contratados
- Tener clara su misión, visión, plan operativo, estudio de mercado, objetivos estratégicos y metas económicas
- Conocer el punto de equilibrio de su empresa y disminuir los costos variables.
- Contar con políticas de pago y cancelación, de ventas y de garantías

CAPACITACIÓN DEL PERSONAL

- Implementar un proceso de capacitación integral
- Crear prácticas de formación entre los empleados para que aprendan a comunicarse satisfactoriamente con los clientes
- Fomentar la buena presentación personal

COMUNICACIONES

- Contar con materiales y señalización que eduquen y orienten a los visitantes y que identifiquen visualmente las diferentes especies de fauna y flora
- Realizar tácticas de difusión de su actividad y de la empresa para la que presta sus servicios
- Generar estrategias de comunicación interna que permitan el empoderamiento de todos los integrantes de su empresa y su participación en la toma de decisiones para el mejoramiento continuo; tanto en productividad como en sostenibilidad
- Realizar una evaluación de satisfacción de acuerdo con los protocolos establecidos por su empresa

MERCADEO

- Desarrollar estrategias de mercadeo y comercialización
- Conocer las principales características de los clientes
- Informarse acerca de nuevas tecnologías que puedan ayudarle a mejorar los procesos de mercadeo y comercialización, así como a generar alianzas

Fuente: elaboración propia, tomando información de (Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza, 2014)

NORMAS TÉCNICAS SECTORIALES DE SOSTENIBILIDAD NTS - TS

Las Normas Técnicas Sectoriales se han creado para que los establecimientos de tipo gastronómico, alojamientos y hospedajes, guías de turismo y agencias de viaje, entre otros, busquen la calidad y sostenibilidad en la prestación de servicios turísticos.

Las Normas Técnicas Sectoriales de Turismo Sostenible NTS – TS son de obligatorio cumplimiento y sirven para orientar la gestión sostenible del turismo, y propiciar su desarrollo como una actividad en un país megadiverso. La normatividad se presenta en la siguiente figura:

LEY 300 DE 1996

Creación de las Unidades Sectoriales de Normalización



LEY 1558 DE 2012

Obligación de implementar las NTS de Sostenibilidad y Aventura



RESOLUCIÓN 3860 DE 2015

Se reglamenta el cumplimiento de la NTS Sostenibilidad y Aventura

Las NTS -TS buscan que el prestador de servicios sea consciente de los impactos que genera y busque establecer actividades con metas a corto, mediano y largo plazo.

Hay NTS – TS para Destinos Turísticos y Prestadores de Servicios Turísticos:

- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 001-1. Destinos turísticos - Área turística. Requisitos de sostenibilidad. 2014
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 002. Establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH). Requisitos de sostenibilidad. 2014
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 003. Agencias de viajes. Requisitos de sostenibilidad (Primera actualización) 2018
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 004. Establecimientos gastronómicos y bares. Requisitos de sostenibilidad 2008
- Norma Técnica Colombiana NTS - TS 005. Empresas de transporte terrestre automotor especializado, empresas operadoras de chivas y otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico. Requisitos de sostenibilidad, 2009
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS – TS 001-2. Playas turísticas. Requisitos de sostenibilidad, II actualización 2015
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - TS 006-1. Sistema de gestión para la sostenibilidad. Organizadores profesionales de congresos, ferias y convenciones, 2012
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - TS 006-2. Sedes para eventos, congresos, ferias y convenciones. Requisitos de sostenibilidad, 2012
- Norma Técnica Sectorial Colombiana NTS - TS 007. Empresas Comercializadoras de Esquemas de Tiempo Compartido y Multipropiedad. Requisitos de sostenibilidad, 2016

Fuente: elaboración propia, información tomada de (Ministerio de Comercio, Industria y Turismo)



ACTIVIDAD 3. "IDENTIFICANDO IMPACTOS Y PROPONIENDO BUENAS PRÁCTICAS"

INTRODUCCIÓN

Para la implementación de buenas prácticas en las actividades turísticas que estas diseñando y en la empresa en general es importante medir los impactos, y después proponer prácticas para evitar o mitigar los efectos negativos o al contrario generar acciones que potencien los efectos positivos.

OBJETIVO

Calificar los posibles impactos que se pueden generar en turismo y proponer buenas prácticas, teniendo en cuenta la idea de negocio o fortalecimiento empresarial.



MATERIALES:

- Plumones
- Marcadores
- Esferos
- Colores
- Cartulinas
- Objetos
- Alimentos para el ejercicio de sensaciones
- Cartilla

DESARROLLO

PARTE I. CALIFICANDO

Es posible calificar los impactos de acuerdo con su intensidad baja, media y/o alta en relación con las actividades turísticas.

Matriz de impactos ambientales

COMPONENTE AMBIENTAL	ACTIVIDAD	EFFECTOS AMBIENTALES ¿QUÉ TIPO DE IMPACTO GENERA?	¿QUÉ TAN PROBABLE?			MAGNITUD		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
			3	2	1	3	2	1
AGUA			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1

Matriz de impactos sociales

COMPONENTE SOCIAL	ACTIVIDAD	EFFECTOS SOCIALES ¿QUÉ TIPO DE IMPACTO GENERA?	¿QUÉ TAN PROBABLE?			MAGNITUD		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1

Matriz de impactos económicos - empresariales

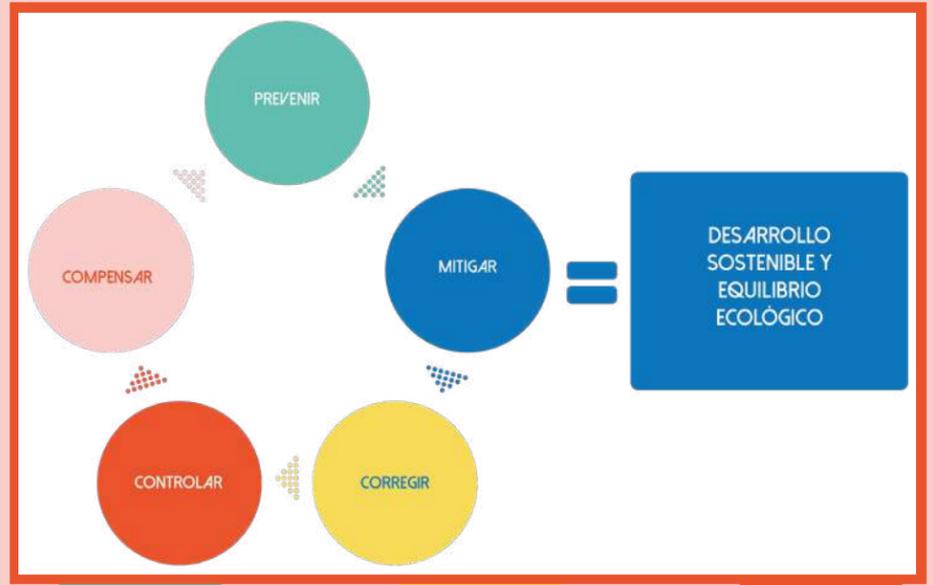
COMPONENTE SOCIAL	ACTIVIDAD	EFFECTOS SOCIALES ¿QUÉ TIPO DE IMPACTO GENERA?	¿QUÉ TAN PROBABLE?			MAGNITUD		
			ALTO	MEDIO	BAJO	ALTO	MEDIO	BAJO
			3	2	1	3	2	1
			3	2	1	3	2	1

PARTE II. PROPONIENDO BUENAS PRÁCTICAS

Una vez se identifican los impactos que genera cada una de las iniciativas empresariales turísticas, es importante establecer acciones para crear nuestra política de sostenibilidad.

La gestión ambiental inicia con estas acciones: prevenir, compensar, controlar, corregir y mitigar.

Por lo tanto, se deberán enlistar dichas actividades y unificar en programas de sostenibilidad.



COMPONENTE AMBIENTAL SOCIAL ECONÓMICOS	IMPACTO POSITIVO O NEGATIVO	BUENAS PRÁCTICAS ¿QUÉ PUEDO HACER PARA MITIGAR EL IMPACTO?

PARTE III. BUENAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN

Teniendo en cuenta que adelantas tu Plan de Negocio, realiza un listado de las acciones que vas a ejecutar para llevar a cabo tu idea. Esto te permitirá organizar fácilmente las actividades que has pensado implementar en la oferta de productos y servicios turísticos. Por ejemplo: 1. Adecuar la zona de camping. 2. Adecuar la cocina y baños de acuerdo con la capacidad. 3. Brindar actividades de observación de aves, entre otras.

Recuerda que se deben organizar siguiendo un orden de prioridades y que algunas son inmediatas y otras de corto, mediano o largo plazo.

NO.	ACTIVIDAD	MES - AÑO
1		
2		
3		
4		
5		
6		
7		
8		
9		
10		

CIERRE

Presenta de manera creativa las buenas prácticas que implementarás en tu empresa o iniciativa turística. Puedes usar carteleras, folletos o álbumes, entre otros.



ACTIVIDAD 4. ESTUDIO DE CASO, "LAS EMPRESAS TURÍSTICAS LE APUNTAN A LA SOSTENIBILIDAD"

INTRODUCCIÓN: la implementación de buenas prácticas y de las Normas Técnicas Sectoriales, resulta para muchas empresas algo difícil de lograr, y, en muchos casos, desisten de ponerlas en práctica. Por lo tanto, conocer experiencias positivas de empresas turísticas nos ayudarán a visualizar lo que se puede lograr.

OBJETIVO: conocer experiencias de empresas turísticas que han aplicado buenas prácticas y obtuvieron las certificaciones pertinentes en Normas Técnicas Sectoriales, con el fin de visualizar su implementación en las empresas e iniciativas turísticas.



MATERIALES:

- Plumones
- Marcadores
- Esferos
- Colores
- Cartulinas
- Objetos
- Alimentos (para el ejercicio de sensaciones)
- Cartilla

DESARROLLO:

CASO RESERVA NATURAL RANCHO CAMANÁ

A continuación, presentamos las metas de sostenibilidad y algunos programas y acciones que pueden servir de réplica. En palabras de Martha Lucía López, propietaria del lugar "no significa tener todo implementado, sino de lograr establecer la política y los pasos a seguir, desde el deber ser".



METAS DE SOSTENIBILIDAD

- Los proveedores de Reserva Natural Rancho Camaná ofrecen garantías de calidad y de respeto a los derechos humanos y al medio ambiente
- Utilizar los recursos naturales, como el agua y la energía, con moderación y entendiendo que son escasos
- Minimizar la generación de residuos y cuando se tengan, manejarlos, para garantizar su adecuado destino
- Favorecer la economía de las comunidades locales y promover la conservación de su historia y tradiciones culturales
- Promover la conservación de especies de flora y fauna nativas
- Contribuir con el desarrollo de un turismo sustentable en la zona de cordillera, construyendo un ambiente más saludable y solidario

PROGRAMA:	Uso eficiente del agua	Minimización y manejo de los productos químicos	Uso eficiente de la energía	Manejo de residuos sólidos
ACCIONES:	<ul style="list-style-type: none"> • Recolección de agua lluvia para cultivo de peces • Implementación de biofiltros para manejo de aguas grises • Implementación de biodigestores para manejo de aguas negras • Dotación de filtros de arcillas para potabilización del agua 	<ul style="list-style-type: none"> • Reemplazo de cloro por bicarbonato y vinagre • Eliminar el uso de jabones no biodegradables • Reducción de impresiones • Preferir papel reciclado 	<ul style="list-style-type: none"> • Reemplazo del sistema de bombillos • Implementación de sensores de movimiento • Instalación de claraboyas • Ampliación de ventanas • Creación de secador solar para tendidos y toallas 	<ul style="list-style-type: none"> • Compostaje • Módulos de reciclaje • Creación de Bloques ecológicos

Así mismo tiene más de 20 proveedores locales que han pasado el análisis de impacto a través del cual, desde las dimensiones ambiental, socio - cultural y económica, así como de la búsqueda de la calidad, se reconocen aspectos positivos y negativos. Promueve la compra y el consumo de bienes y servicios producidos y comercializados por la comunidad local y lidera un proceso permanente de responsabilidad social a través de la Fundación Camaná, Conservación y Territorio.

De esta manera, Reserva Natural Rancho Camaná fue el primer alojamiento en el departamento del Meta auditado y certificado en el año 2016 sin presentar alguna No conformidad en la Norma Técnica Sectorial de Turismo Sostenible para establecimientos de alojamiento y hospedaje (EAH) - NTS TS 002.

Luego, en el año 2017, fue elegido como el negocio verde con mejor puntaje, con 91 de 100 puntos según la evaluación del Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. “Podríamos decir que este lugar ha alcanzado estos logros, ya que fueron juiciosos en la implementación de actividades para reducir impactos y en 3 años llegar a ser un negocio totalmente sostenible”. Fuente: (Otero, Natalia 2020).



CASO ASOCIACIÓN COMUNITARIA YARUMO BLANCO

La Asociación Yarumo Blanco es una organización comunitaria que administra los servicios turísticos del Santuario de Fauna y Flora en Otún Quimbaya. Se han destacado por el trabajo comunitario y la implementación de buenas prácticas sostenibles. En el año 2013, el Viceministerio de Turismo le otorgó el Premio Nacional de Turismo Sostenible. Luego obtuvo reconocimientos en 2014 y 2016; y en 2017 fue elegido como uno de los 100 destinos sostenibles del mundo. “La elección se hace a través de un panel especializado de 60 expertos en temas de turismo y sostenibilidad, bajo un criterio de elección que hace parte del proceso de admisión y nominación de los 155 destinos de 57 países” (Parques Nacionales Naturales de Colombia, 2017).

“Ubicado en el departamento de Risaralda, el Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, se ha venido posicionando durante los últimos años, como un destino por excelencia para realizar Ecoturismo en Colombia. Con una infraestructura que le conecta con la ciudad de Pereira (a tan solo 50 minutos del centro del municipio), Otún Quimbaya es el lugar ideal para los amantes de la naturaleza y en especial de las aves.

Y es que son innumerables los elementos que convierten al Santuario en un lugar único. Como primera medida, el Santuario de Fauna y Flora Otún Quimbaya, ha hecho parte en tres oportunidades, de la lista “100 Destinos Sostenibles Mundiales”. Reconocimientos entregados por Green Destinations en los años 2014, 2016 y 2017, que evidencian su cumplimiento de los Criterios Globales de Turismo Sostenible.

Todo lo anterior, logrado por la Asociación Comunitaria Yarumo Blanco en su trabajo mancomunado con Parques Nacionales Naturales de Colombia, y que ha dado como fruto análogo, el Premio Nacional de Turismo Sostenible del Viceministerio de Turismo de Colombia, recibido en el año 2013 por sus acciones en pro del bienestar de la comunidad local. El de Otún Quimbaya, es un caso excepcional, en un país que apuesta por un sector comprometido con el desarrollo sostenible”. Fuente: (Asociación Comunitaria Yarumo Blanco, 2017)

De acuerdo con las lecturas anteriores responde con tus compañeros:

¿Cuáles son los factores que consideras fueron clave para la implementación de buenas prácticas de sostenibilidad en los casos presentados?

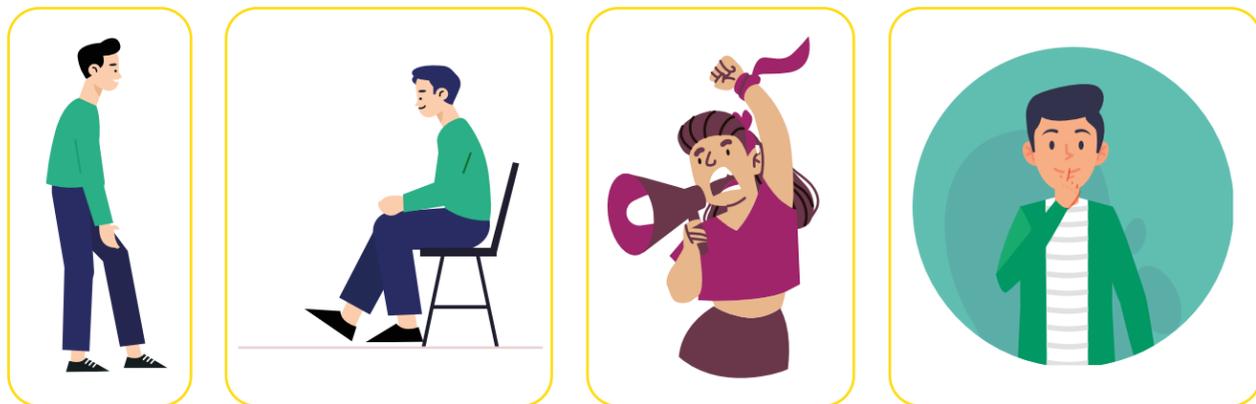
¿Conoces otros casos de empresas que se hayan certificado en Normas Técnicas Sectoriales, en tu municipio o en otro lugar?

CIERRE
presenta ante el grupo las respuestas, resaltando los beneficios del turismo sostenible.

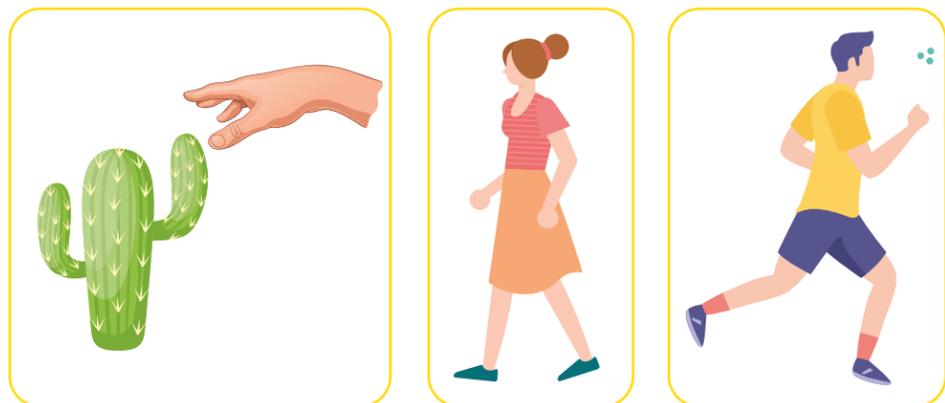
ENGLISH MODULE V

TAKING CARE OF OUR ENVIRONMENT

1. LET'S PLAY SIMON SAYS, THEN LOOK AT THE PICTURES AND MATCH THEM WITH THE CORRESPONDING WORD. (Juguemos Simón dice, luego mira las imágenes y únelas con la palabra correspondiente)



SCREAM / YELL WALK TOUCH SIT DOWN BE QUIET STAND UP RUN



LOOK AT THE SIGNS. THEN, FIND THE COMMAND FOR EACH ONE AND WRITE IT DOWN. (Ahora, escribe tus propias instrucciones para las señales.)

Open your book!
Do not shout!
Look at the board!

Don't cross the street!
Don't park your car here!
Don't smoke!

Close the door!
Be careful!
Do not enter!

<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

LET'S TALK ABOUT IMPERATIVES

We use imperatives when we want to tell someone to do something (most commonly for advice, suggestions, requests, commands, orders or instructions). (Usamos imperativos cuando queremos decirle a alguien que haga algo, más comúnmente para consejos, sugerencias, peticiones, órdenes o instrucciones).

¿CÓMO HACER FRASES EN IMPERATIVO?

AFIRMACIÓN

- Verbo + complemento (+!)
- Enjoy **your meal!** (Disfruta **tu comida**)
- Help **your father.** (Ayuda **a tu padre**)

NEGACIÓN

- Don't (do not) + Verbo + complemento (+!)
- Don't **worry!** (No se preocupe)
- Do not **cross the street!** (No cruce la calle)



REWRITE THE SENTENCES IN ORDER (Escribe la oración ordenando las palabras.)

• The - classroom - keep - tidy

• Noise - don't - make

• Your - do - homework

• Police - call - don't

• A - circle - form

• To - the - teacher - listen

• Hands - clap - yours

• Play - games - don't

NOW, WRITE YOUR OWN COMMANDS FOR THE FOLLOWING SIGNS. (Ahora, escribe tus propias instrucciones para las señales.)



ACTIVITY!!

IN GROUPS, IDENTIFY THE INAPPROPRIATE ACTIONS OF SOME TOURISTS; THEN MAKE A POSTER WITH THOSE ACTIONS AND THE CORRESPONDING RECOMENDATION FOR TOURISTS. (En grupos, identifica posibles acciones inapropiadas de algunos turistas. Realiza un poster con esas acciones y sus correspondientes recomendaciones. (do's and don'ts).

DO'S



DON'TS

MONEY!!

1. LOOK AT THE FOLLOWING CHART. THEN FILL IN WITH THE CORRESPONDING PRONUNCIATION (Mira la siguiente tabla; luego llena los espacios con la pronunciación correcta).

BILL

MONETARY AMOUNT

PRONUNCIATION



ONE THOUSAND PESOS



TWO THOUSAND PESOS



FIVE THOUSAND PESOS



TEN THOUSAND PESOS



TWENTY THOUSAND PESOS



FIFTY THOUSAND PESOS



ONE HUNDRED THOUSAND PESOS

2. LOOK AT THE FOLLOWING VOCABULARY FOR A BUSINESS TRANSACTION AND PRACTICE IT WITH YOUR CLASSMATES. (Mira el siguiente vocabulario para una transacción monetaria y practica su uso con tus compañeros)

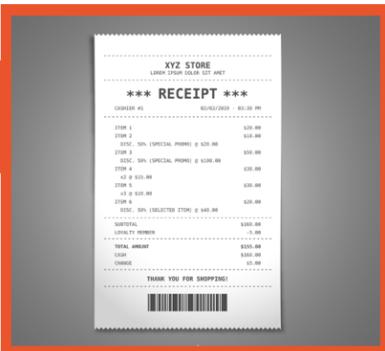
LOOK AROUND



PICK



PICK



GIFT



EXPRESSION

- May I Help you?
Can I Help you?
- How much is it?
What is the cost of this?
- I want...
- Do you have...?
- It'll be (amount of money)
- Here is the money
- Here is the change
- Here is the receipt.

MEANING

- ¿Puedo ayudarle?
- ¿Cuánto es?
- ¿Cuál es el costo de esto?
- Yo quiero...
- Tiene...?
- Seria (cantidad de dinero)
- Aquí está el dinero
- Aquí están las vueltas
- Aquí está la factura

3. CHOOSE THE CORRECT WORDS TO COMPLETE THE CONVERSATION, then practice with your classmates. (Escoge las palabras correctas para completar la conversación; después practica con tus compañeros)

- A. Good _____
- a. morning b. Help
- Can I _____ you?
- a. write b. Help
- B. Yes, I _____ a cup of coffee, please.
- a. want b. write
- A. _____ you are
- a. here b. there
- B. How _____ is it?
- a. old b. much
- A. _____ be \$1.000 pesos
- a. It'll b. this
- B. _____ is the money
- a. there b. here
- A. Here is the _____
- a. pencil b. change
- B. Thank you.
- A. You're welcome!!



BIBLIOGRAFÍA

Asociación Comunitaria Yarumo Blanco. (2017). Obtenido de <https://yarumoblanco.co/ecoturismo-en-colombia/> Barbero, J. y. (2014). Trabajo Comunitario, Organización y desarrollo social. Madrid: Alianza Editorial.

Cárdenas, A. (2015). Encadenamientos Productivos: La Guía práctica. Bogotá: Colegio de Estudios Superiores de Administración –CESA-.

Díez de Castro, E. y. (2004). Gestión de precios. Madrid: Esic Editorial.

Echeverría, R. (2003). Ontología del Lenguaje. Chile: Comunicaciones Noreste Ltda.

Hernández, J. (2009). Trabajo social comunitario en la sociedad individualizada. Sevilla: Nau Libres.

Kansas, U. d. (2017). Caja de herramientas comunitarias. Recuperado el 18 de Febrero de 2020, de Caja de herramientas comunitarias: <https://ctb.ku.edu/es/tabla-de-contenidos/vision-general/modelo-de-cambio-y-mejora-comunitaria>

Mathews, J. C. (2014). Asociatividad empresarial. Lima: Universidad del Pacífico.

ONU: Asamblea General, Declaración Universal de Derechos Humanos, 10 Diciembre 1948, 217 A (III), disponible en esta dirección: <https://www.refworld.org/es/docid/47a080e32.html> [Accesado el 20 Febrero 2020]

Rodríguez, A. (2016). Emprende 3.0. Recuperado el 18 de febrero de 2020, de Emprende 3.0: <http://emprend3.com/organizacion-comunitaria-cual-es-su-importancia-para-el-desarrollo-humano-y-que-impactos-genera/>

Duque, R. I., & Ochoa, F. A. (2008). Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo. Bogotá: Universidad Externado de Colombia e Instituto de Investigación de Recursos Biológicos Alexander von Humbolt.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f.). Recuperado el febrero de 2020, de <http://www.mincit.gov.co/minturismo/calidad-y-desarrollo-sostenible/calidad-turistica/normas-tecnicas-sectoriales>

ONU, O. d. (1992). Agenda 21. Obtenido de <https://www.un.org/spanish/esa/sustdev/agenda21/agenda21spchapter1.htm>

Osorio, C. E. (2019). Buenas prácticas de turismo sostenible. Bogotá.

PNUD, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. (2015). Obtenido de <https://www.undp.org/content/undp/es/home/sustainable-development-goals.html>

PTP, Programa de Transformación Productiva del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; Organización para la Educación y Protección Ambiental OpEPA. (2014). Guía de buenas prácticas para prestadores de servicios en turismo de naturaleza. Bogotá.

Rainforest Alliance. (2015). Guía de Buenas Prácticas de Turismo Sostenible para Comunidades de Latinoamérica. Recuperado el 14 de febrero de 2020, de <https://www.rainforest-alliance.org/lang/es/publications/tourism-best-practices-latin-america>

UNWCED, U. N. (1987). Our Common Future (Reporte Brundtland), Nueva York, Oxford University Press.



El progreso
es de todos

Mincomercio



FONTUR
COLOMBIA

**BRITISH
COUNCIL**

ISBN: 978-958-52671-3-8



9 789585 267138