

Trabajo Final de Graduación

Docente: Walter Adrián De Poi

Tutoras: Ane Miren Diez Alberdi

Alumno: Soledad Estefania Aguirre

Año: 2022



BOSQUE ESCONDIDO

TU PRÓXIMA AVENTURA



Índice

1.	Índice	2
2.	Introducción	3
3.	Resumen ejecutivo	4
	a) Nombre del proyecto	
	b) Breve resumen de la idea del proyecto	
	c) Nombre del destino turístico donde se desarrolla el proyecto	
	I) Característica del destino	
	II) Estado de desarrollo del turismo local	
4.	Síntesis Foda	
	i) Foda del destino	10
	ii) Foda del proyecto	11
5.	Objetivo del proyecto	12
	Objetivo general	12
	i) Objetivo de corto plazo	
	ii) Objetivos a mediano y largo plazo	
7.	Descripción detallada del producto	13
8.	Perfil de mercado	16
9.	Estrategia de Marketing	18
10.	Política de precios	20
11.	Política de comunicación	21
12.	Política de Comercialización	25
13.	Calidad Turística	26
14.	Conclusiones	27
15.	Bibliografía	28
16.	Anexo	29

Introducción

La idea principal nace por una necesidad de acceso al atractivo que es el Parque Nacional Calilegua el cual se encuentra en la Provincia de Jujuy en la Ciudad de Libertador General San Martín.

El destino turístico tiene grandes características para acrecentar su potencial.

El parque es el atractivo principal de la ciudad que enriquece la zona con su belleza natural pero lamentablemente se cuenta con un solo medio de transporte local para llegar que tiene un horario de ida y vuelta, que limita la visita y no permite recorrer con tranquilidad las áreas naturales.

Por ese motivo se generó el proyecto de una excursión privada para poder incentivar la actividad turística y permitir el traslado hacia el lugar

Con la idea se pretende poder incentivar a la comunidad local tanto niños, jóvenes y adultos a ir al parque recorrer, disfrutar la naturaleza, avistaje de aves y el mirador.

Para poner en marcha el mismo se necesitará autorización del área municipal y un trabajo en conjunto con la Dirección de Turismo.

Palabras Claves: Excursión - Actividad turística – Parque Nacional Calilegua – Potencial – Viajeros

Resumen ejecutivo

NOMBRE DEL PROYECTO: Bosque Escondido “Tu próxima Aventura”

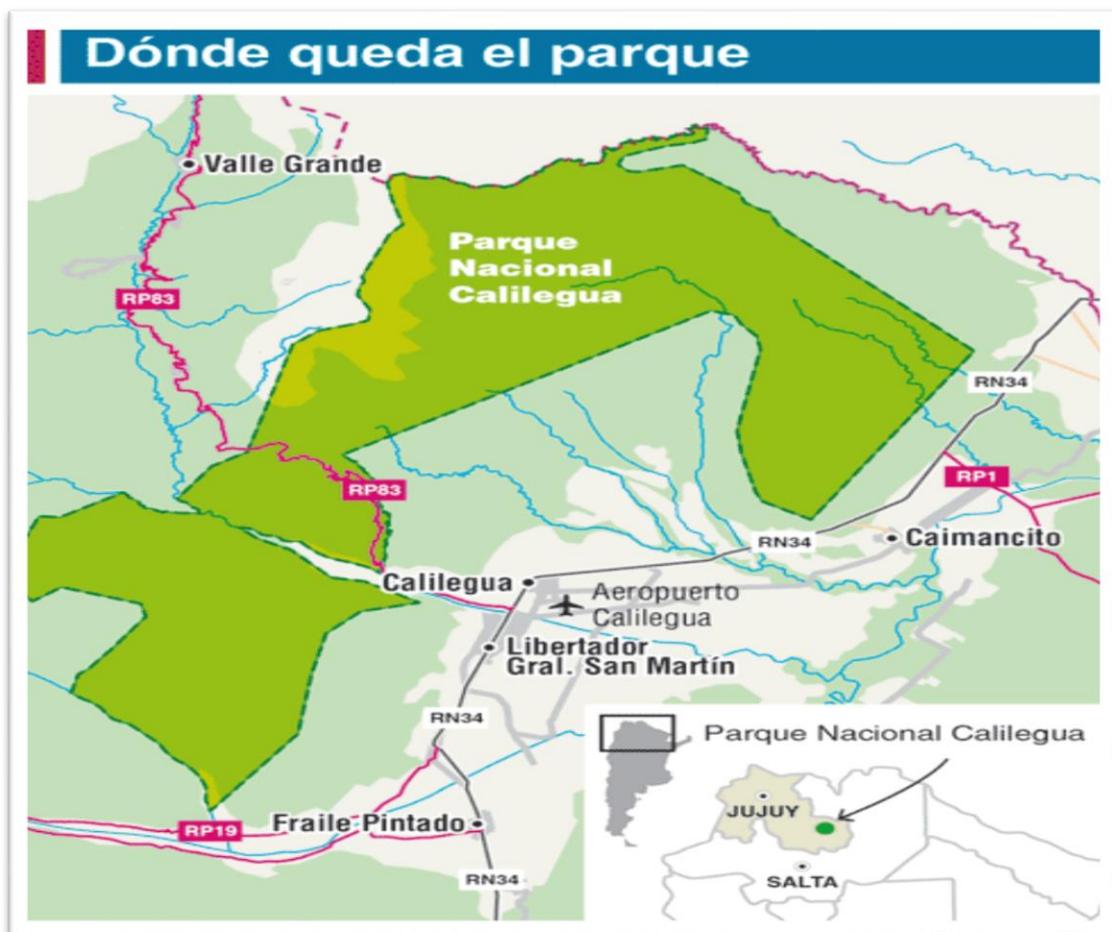
El nombre surgió porque es un lugar misterioso y esconde un tesoro natural, donde se puede conectar con la naturaleza y tu paz interior.

BREVE RESUMEN DE LA IDEA DEL PROYECTO: la idea principal de este proyecto es brindar a los viajeros una excursión al Parque Nacional Calilegua para poder vivir una experiencia de vida silvestre (acampar, avistaje de aves) recorrer el mirador y observar la belleza natural.

NOMBRE DEL ATRACTIVO TURÍSTICO DONDE SE DESARROLLA EL PROYECTO:
Parque Nacional Calilegua.

Se encuentra en la Provincia de Jujuy, Ledesma

Se ingresa por la Ruta N°34 y luego se deriva hasta la Ruta N°83



(Tafitravel, 2015)

Características del lugar: Es una de las áreas protegidas más grandes destinada a la preservación de los bosques tropicales de montaña, y abre sus puertas de forma gratuita.

Está situada en el Sureste de Jujuy la mayor muestra conservada en la Argentina de la Selva Yungas.

El ingreso al Parque Nacional Calilegua sufrió una serie de impactos negativos en el medioambiente porque había una gran contaminación de residuos que arrojaban los mismos ciudadanos. Es por ello que se busca es la conservación del recurso natural y se requiere establecer un cambio en la conducta de la sociedad con el ambiente.

En el transcurso de los últimos años se fueron viendo cambios, la Empresa Ledesma S.A.A.I.C cedió a la Secretaria de Turismo el terreno de 3500 metros cuadrado para poder diseñar un área de Inversión Turística dispuesta para la atención del visitante en el ingreso del parque.

El centro está preparado para atender a los turistas que ingresan por la Ruta Nacional 34.



Fuente: tomas propias

Antes



Después

El objetivo específico es la protección del área representativa de las Yungas o Selva de montaña del noroeste argentino.

Sus 76306 hectáreas lo convierten en el parque nacional más extenso del noroeste argentino.

La ecorregión se caracteriza por el clima cálido húmedo, con lluvias estivales de entre 900 y 1300 mm. Se encuentra integrada con las sierras subandinas, cuyas alturas oscilar entre 400 y los 3000 msnm. De relieve montañosos, muy abruptos, que descienden principalmente de las serranías de Calilegua.

La Flora: solo el parque nacional Calilegua posee un sector de la selva pedemontana. Este sector es un ambiente de transición entre dos ecosistemas contráctales, el seco Bosque Chaqueño y la húmedas Yungas.

Se encuentran en las áreas más bajas las especies como el cebil colorado, la tipa blanca y el lapacho rosado.

En la franja altitudinal superior la selva montana que en gran parte es una nimbosilva, la que ocupa la mayor superficie del Parque. Se caracteriza por la presencia de laurel, ceibo, cedro colla y cebil blanco.

En las laderas de los cerros se encuentran una franja de bosque montano, donde predominan lo nogales, lapachos amarillos, pinos del cerro, alisos y saucos.

A mayor altura aparecen los bosques de queñoa cuyo porte y densidad va disminuyendo a medida que aumenta la altura, hasta llegar a los bosques casi puros de alisos por encima de los 2300 msnm.

Irán menguando a alturas superiores dejando una cobertura vegetal asimilables a una pradera.

La Fauna: en el parque nacional presentan interesantes ejemplares de fauna autóctona. Algunas de las especies que encuentran su hábitat en el área protegida son endémicas o bien están globalmente amenazadas.

Mamíferos, Yagareté, puma, gato montés, jaguarundí, taruca, corzuela colorada, zorro gris, zorro de monte, hurón mayor, entre otros.

Reptiles, yacaré overo, serpientes, culebras y la coral chaqueña.

Anfibios, varios sapos, y la rana mono yungueña.

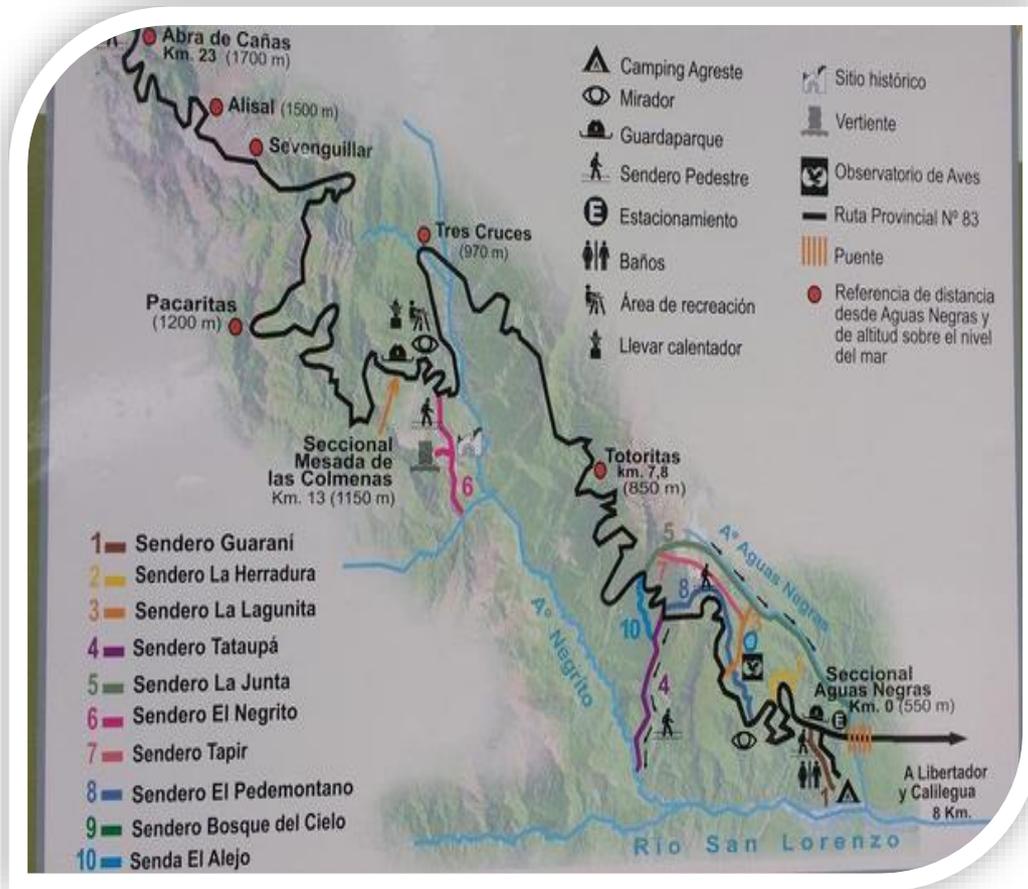
Aves, es un área importante para la conservación de las aves en Argentina.

Se registraron 377 especies, algunas raras o globalmente amenazadas. Entre ellas, se encuentran la pava de monte alisera, el carpintero oscuro y el vencejo montaños.

Se pueden observar la presencia de picaflores ermitaños canela, cometa, frente azul, común.

(<http://www.proyungas.org.ar>, 2022)

Llegando al Parque Nacional Calilegua se brindan recomendaciones e información sobre los senderos:



(Wikiloc, 2022)

Estado de desarrollo del turismo local: La provincia de Jujuy se divide en 4 regiones:

- Puna (Santa Catalina, Rinconada, Susques, Yavi, Cochinoca)
- Quebrada (Humahuaca, Tilcara, Tumbaya)
- Valle (Dr. Manuel Belgrano, San Antonio, El Carmen, Pálpala)
- Yungas (Valle Grande, Ledesma, San Pedro y Santa Bárbara.)

La Región donde mayor promoción sobre el turismo se realiza es la Quebrada, cuando se escucha hablar de Jujuy, es lo primero que las personas identifican.

En enero del 2022 “las localidades visitadas fueron Purmamarca con el 95%, Tilcara con un 93%, Maimará con el 74%, el pueblo de San Francisco (Yungas) con el 72% y la ciudad de San Salvador de Jujuy con el 71%” ¹

En la localidad de las Yungas se cuenta con hoteles, restaurantes y diferentes propuestas para poder disfrutar de la ciudad, se cuenta con un Centro de visitantes.

Hoteles	Tipo
Posada del Sol	Familiar 3 estrellas
Hotel del Ingenio	Familiar
Ayres del norte	Familiar
Hotel Artaza	Familiar, negocios.
Hostería Real Victoria	Familiar
Hotel Anzoátegui	Familiar
Hotel Munay	Familiar

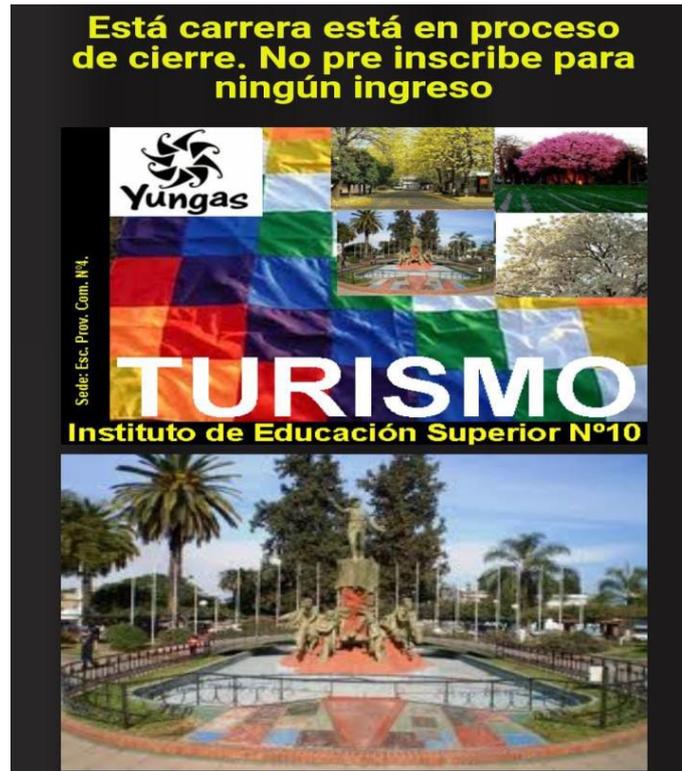
Restaurantes
Parador punto medio
Pizzería el inmoral
Parrillada la yapa
Parador 34
Club Atlético Ledesma
Ayres del campo

En relación al turismo siempre tuvo una difusión inferior a otras localidades de la Provincia de Jujuy.

El turismo local está bastante descuidado en relación a promoción del atractivo, educación y empleo.

La carrera Técnico Superior en Turismo que se dictaba en el Instituto de Educación Superior N°10 fue cerrada. En el Año 2019 ya no se podía gestionar inscripciones.

¹ <https://prensa.jujuy.gob.ar/turismo/el-turismo-jujuy-enero-marco-otro-record-ocupacion-n105316>



(<https://ifdc10-juj.infed.edu.ar/>, 2022)

Por ello con esta propuesta se pretende fomentar el desarrollo del destino turístico, ser fuente generadora de empleo, proteger la naturaleza y generar conciencia ambiental.

Es un proyecto privado que se busca trabajar en conjunto con el municipio y brindar publicidad sobre el atractivo principal que es el Parque Nacional Calilegua (PNC)

Foda del Destino

Fortalezas

- Existencia de diversidad de flora y fauna
- Áreas naturales protegidas
- Cuenta con el único parque nacional Provincial
- Diversidad de paisajes naturales

Oportunidades

- Mayor flujo de visitantes extranjeros ²
- Región en crecimiento
- Incentivo al turismo nacional con el Pre viaje
- Continuidad del Estado por conservar feriados y puentes turísticos.

Debilidades

- Falta de promoción a nivel local y nacional.
- insuficiente frecuencia en el transporte público, tiene un horario de partida a las 9hs de la mañana y retorna a las 18hs. Se cuenta con dos colectivos.
- Durante las temporadas de lluvia entre los meses de noviembre a mayo suele estar la ruta limitada por desborde del Rio San Lorenzo

Amenazas

- Condiciones climáticas factor fundamental al momento de realizar la excursión.
- Posible deterioro del medioambiente
- La poca conciencia ecológica de los visitantes puede alterar el ecosistema del parque
- Uso inadecuado del atractivo turístico, se pide respetar la capacidad de carga de los senderos.
- Inestabilidad económica del país.

² <https://www.eltribuno.com/jujuy/nota/2022-8-4-1-0-0-se-triplicaron-visitas-en-parque-calilegua-entre-junio-y-julio>

Foda del Proyecto

Fortalezas

- Son actividades no estacionales
- Único proyecto en la localidad
- El proyecto cuenta con un vehículo 0km

Oportunidades

- Tendencia de turistas hacia la búsqueda de una experiencia de avistaje de aves³
- Mayor conciencia ecológica en la preservación del medioambiente
- Disponibilidad del recurso natural

Debilidades

- Capacidad limitada de personas para realizar la excursión
- Falta de presupuesto para las publicidades
- Insuficiente dominio en el Sistema de informática.

Amenazas

- Posibilidad de futuros competidores en la Ciudad
- Situación de crisis económica en el País.
- Cambio climático: por fuertes tormentas se impide poder realizar la excursión.

En el análisis FODA se puede ver que existe una gran oportunidad para poder realizar el proyecto porque sería el primero en la ciudad.

Lo principal es trabajar con el cuidado del medioambiente, protegiendo el recurso natural, brindando una oportunidad de empleo para las distintas generaciones, siempre respetando las leyes ambientales y capacitando al personal.

La propuesta es que la excursión no solo sea un recorrido en los senderos, el avistaje de aves, sino que además se pueda pernoctar y poder disfrutar de la experiencia en la naturaleza.

Existen factores tales como la falta de conocimiento en el cuidado del medioambiente por lo cual se va a ir trabajando para generar una valoración del atractivo.

³ <https://www.tribuno.com/jujuy/nota/2021-5-30-0-0-0-aves-del-parque-calilegua-el-mayor-atractivo-es-verlas-en-libertad>

Objetivos del Proyecto

Objetivo General

Implementar en la localidad un proyecto nuevo turístico consistente en una excursión al Parque Nacional Calilegua una experiencia con pernocte en el destino y un disfrute del contacto directo con la naturaleza.

Con el proyecto se pretende tener un negocio que se autosustente, sea innovador y genere empleo a la comunidad local.

i) Objetivos a Corto plazo

Lograr una ocupación promedio del 30% de la capacidad de la excursión en el lapso 6 meses.

Lograr que en los próximos 7 meses el 20% de turistas que llegan al destino contraten el servicio.

Aumentar un 40% las visitas en la página web durante el primer año, respecto del primer semestre.

Incrementar las ventas un 30% durante el segundo año, respecto del primero.

i) Objetivos a Mediano y largo plazo

Ampliar las ventas durante el año 2024 un 45% respecto del 2023 a través de despegar.com

Lograr una ocupación del 30% de turistas internacionales en un periodo de 3 años.

Lograr la visita del 50% los colegios locales (primarios, secundario y terciarios) en un lapso de 4 años.

Alcanzar una valoración de calidad mayor a 8 entre quienes responden a la encuesta de satisfacción en al menos el 75% a partir del 2do año.

Descripción detallada del producto

Característica del producto innovador

La idea de este producto innovador es que a través de las excursiones se busca hacer conocer el atractivo principal que es el Parque Nacional Calilegua, ofreciendo realizar caminatas en los senderos interpretativos, avistaje de aves y disfrutar de una noche de pernocte.

El tour comienza partiendo desde la terminal de ómnibus de la localidad de Libertador General San Martín, dirigiéndose hacia el Parque Nacional Calilegua. Llegando ahí se brinda una pequeña introducción sobre los senderos y algunas recomendaciones del lugar que las explican los guardaparques.

Los senderos tienen diferentes grados de dificultad (baja, media, alta)

- ▶ Sendero Intercultural Guaraní. Duración: 2 hora. Dificultad: media.
- ▶ Sendero La Herradura. Duración: 10 minutos. Dificultad: baja.
- ▶ Sendero La Lagunita. Duración: 2 horas. Dificultad: media.
- ▶ Sendero Tatapuá. Duración: 5 horas. Dificultad: alta.
- ▶ Sendero La Junta. Duración: 4 horas. Dificultad: alta.
- ▶ Sendero El Negrito. Duración: 3 horas. Dificultad: alta.
- ▶ Sendero Tapir. Duración: 2 horas. Dificultad: media.
- ▶ Sendero El Pedemontano. Duración: 1 hora. Dificultad: baja.
- ▶ Sendero Bosque del Cielo. Duración: 10 minutos. Dificultad: baja.
- ▶ Sendero El Alejo. Duración: 15 minutos. Dificultad: Media.

(<https://www.tripadvisor.com.ar/>, 2022)

Se ofrecen los folletos y se empieza el recorrido hacia el Sendero Guaraní, con la guía donde se realiza una ceremonia de ingreso, pidiendo permiso a la MADRE TIERRA. Un recorrido por la selva pedemontana se puede apreciar la simbología y espiritualidad del pueblo guaraní. Los guías guaraníes originarios se destacan porque cuenta la historia del pueblo Ava guaraní.





El recorrido es de 1 hora, y de dificultad media.

Luego se ofrece un mini refrigerio en el camping (café, té, mate)

En la tarde se realiza el recorrido de los senderos interpretativos:

Fuente: tomas propias





(www.tripadvisor.com.ar, 2022)

Se brinda una guía para el avistaje de aves.

Se culmina con la noche de pernocte en el camping, haciendo una fogata.

Se ofrecerán diferentes programas de pernocte, excursiones alternativas y prestaciones familiares.

Otros temas más relevantes del producto

Este proyecto pretende una consolidación de una oferta de calidad ambiental. Con el objetivo de integrar el uso basado en los recursos renovables y la accesibilidad con la cual no se cuenta para llegar al destino.

EXCURSION DEL DIA	EXCURSION CON PERNOCTE
<p>9hs Llegada al Parque Nacional Calilegua e indicaciones sobre el recorrido y cuidado del medioambiente. 9:30 Se comienza el recorrido hacia el sendero guaraní. 11:30 Refrigerio y descanso. 13hs Almuerzo 15hs Recorrido del sendero la herradura y sendero pedemontano. 17hs Finaliza excursión</p>	<p>PRIMER DIA 9hs Llegada al Parque Nacional Calilegua e indicaciones sobre el recorrido y cuidado del medioambiente. 9:30 Se comienza el recorrido hacia el sendero guaraní. 11:30 Refrigerio y descanso 13hs Almuerzo 15hs Recorrido del sendero la herradura y sendero pedemontano. 17hs Merienda 18hs Se comienza el armado de las carpas 21hs Cena y fogata.</p> <p>SEGUNDO DIA 08hs Desayuno 09hs Partida.</p>

Perfil del Mercado

El proyecto se orienta a:

- Personas que buscan tener contacto con la naturaleza y estudiar la flora del lugar.
- Clase social media-alta.
- Condición física buen estado de salud

Este producto está dirigido a jóvenes (nivel primario, secundario, terciario) y adultos.

Se busca involucrar a la comunidad en un espacio de diversidad cultural, la riqueza de los paisajes y espacios naturales; que conforman esta región.

El proyecto está dirigido a consumidores que cumplan o se reúnan las siguientes características:

- ▶ Segmentación Geográfica

Local, Provincial, Nacional e Internacional

- ▶ Segmentación demográfica y social

Edad: 12 a 55 años

Sexo: femenino y masculino

Nacionalidad: argentina-extranjera

Social: poder adquisitivo medio-alto

- ▶ Segmentación comportamental

Personalidad: apasionado de la naturaleza, explorador, amigable, interesado por lo nuevo.

Motivaciones: cuidado del medioambiente, conocer la historia, la cultura, el viajar, explorar, viajes grupales y de estudio.

Estatus de fidelidad: mediana, mucha.

- Segmentación Psicografica: estilo de vida, deseos e intereses

Segmentación

- ❖ Excursión local: podrán acceder a la excursión por día.

Es un programa que le permite conocer y explorar el atractivo, poder disfrutar de una convivencia con los visitantes residentes.

- ❖ Excursión Familiar: podrán acceder a la excursión con pernoctación

Es un programa que le va a permitir tener contacto con la naturaleza y forjar los lazos familiares.

- ❖ Excursión educativa: podrán acceder a ambas excursiones.

Es un programa educativo donde se va a aprender y enseñar sobre la flora y fauna del lugar.

El segmento de turista que se desea atraer es muy amplio, pero se destaca el perfil familiar y educativo con un nivel de ingresos medio o alto., motivado con el deseo de aprender y la protección del cuidado del medioambiente.

Estrategia de Marketing

Estrategia de posicionamiento

El proyecto Bosque Escondido busca su posicionamiento a través de la implementación de estrategias basadas principalmente en los beneficios del atractivo para los turistas. (www.redalyc.org, s.f.)

Posicionamiento en función de sus beneficios

El producto nace por una necesidad y se impulsa por esta dificultad a crearse el proyecto Bosque Escondido es un tour en el Parque Nacional Calilegua que incluyen servicio de traslado, comida y pernocte.

Es el único tour en la localidad que ofrece un contacto directo con la naturaleza y se enfoca en la conservación de la flora y fauna.

Los beneficios son mediante la caminata, avistaje de aves y exploración del espacio natural, fomenta un ambiente de vida saludable, de conocimientos nuevos en el que se genera experiencias únicas e inigualable.

Marca del destino

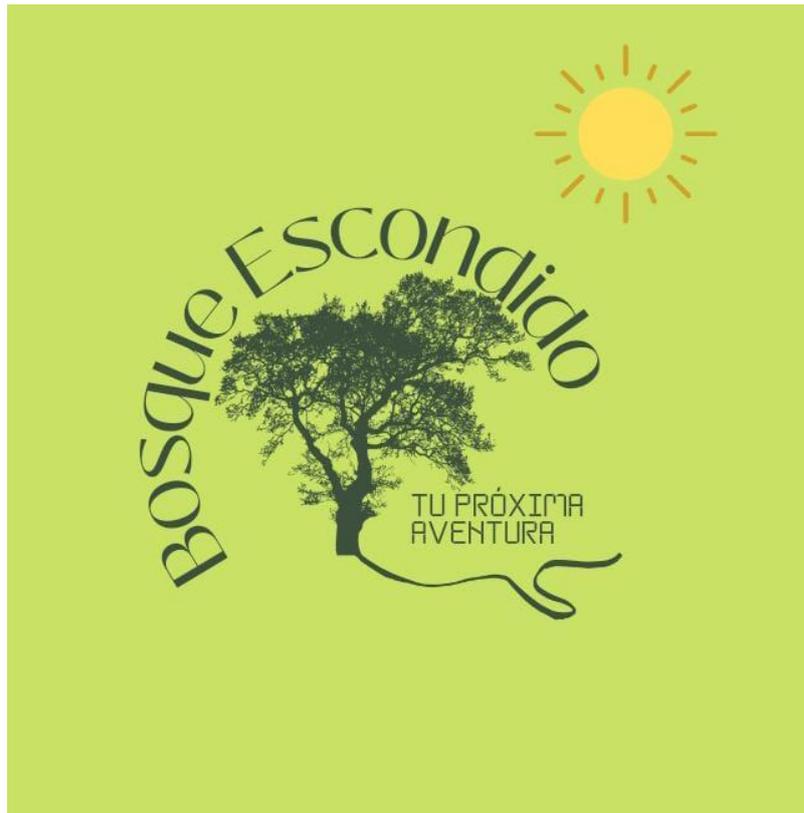


(<http://www.turismo.jujuy.gob.ar/>, 2022)

Marca del Producto

Es un isologotipo que representa con su color verde un espacio natural y el sol brillando con energía vital.

Es un símbolo de simplicidad, originalidad y permanencia.



Política de precios

Inversión inicial:

- ✓ Vehículo \$1.500.000
- ✓ Página web \$15.000
- ✓ Folletería: \$ 5.000
- ✓ Refrigerio, almuerzo sin pernocte \$10.000 y con pernocte incluida cena \$25.000
- ✓ Computadoras \$110.000
- ✓ Muebles \$75.000
- ✓ Teléfonos móviles \$120.000

Costos mensuales:

- ✓ Salario Gerente Lic. en Turismo \$150.000
- ✓ Asistente Virtual \$40.000
- ✓ Alquiler \$60.000
- ✓ Expensas y tasas municipales \$25.000
- ✓ Promotoras
- ✓ Guías \$ 70.000
- ✓ Chofer \$100.000
- ✓ Seguro del vehículo \$20.000
- ✓ Servicios (luz, internet, abono de celulares) \$50.000
- ✓ Combustible \$15.000
- ✓ Publicidad \$20.000

Precios comparativos

Es la primera excursión en la localidad, es por ellos que no se establece un precio diferenciado con otras.

Se puede hacer una comparación con excursiones al norte por ejemplo a Salinas Grandes, Jujuy, se cobra una excursión aproximado un total \$9.200 por persona.

<https://www.civitatis.com/ar/tilcara/excursion-salinas-grandes-trekking-colorados/>

Fijación de los precios

- ▶ Tour familiar: 4 a 6 personas \$4.000 por pasajero (incluye folletería y pernocte)
- ▶ Tour estudiantil: 20 personas máximo \$15.000 (incluye folletería y pernocte)
- ▶ Tour privado: \$25.000 (incluye folletería y pernocte)

El tour se puede realizar durante todo el año. Se aplica descuento en grupo familiar de un valor de \$3000 sobre el total de la excursión

Existe mayor flujo de demanda en la época de vacaciones de invierno y primavera, se mantienen los precios en ambas temporadas.

La excursión solamente se suspende en situaciones de fuertes lluvias y tormentas. Se realiza una nueva programación.

Política de comunicación

El proyecto se difundirá por distintas vías de comunicación:

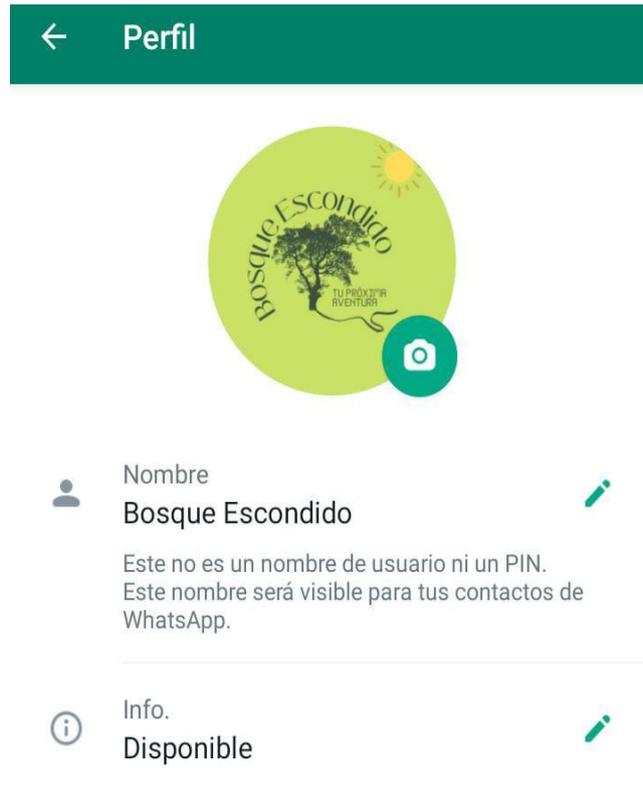
- Sitio web: www.BosqueEscondido.com.ar

Donde el cliente podrá acceder a conocer las actividades que se ofrecen y los precios.

Podrá ver videos, fotos y detalles de la excursión, en donde también podrá realizar reservas y cuenta con un asistente virtual que responderá sus dudas o inquietudes.

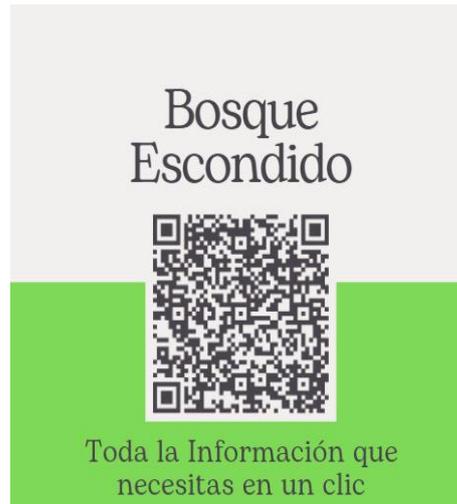


- Redes sociales: es una de las fuentes más referenciales que tienen los turistas a la hora de elegir un producto. Es fundamental poder aumentar la cantidad de visitas y comentarios porque se tiene un contacto directo con los clientes futuros.
 - ▶ Instagram: @bosqueescondido se buscará interactuar con los seguidores mediante contenidos, información inmediata y ágil respuesta a sus preguntas. Se compartirán reels, publicidad en colaboración con otros creadores, fotos,
 - ▶ Facebook: la cuenta se encuentra conectada con Instagram y simultáneamente en ambas aplicaciones verán reflejada las actualizaciones de las noticias e información
La página de Facebook es Bosque Escondido.
 - ▶ WhatsApp: es un contacto directo, se enviará información sobre la excursión, detalles y precios. Se reciben llamadas y audios.



- Workshops en la Feria Internacional de Turismo (FIT) edición 2023
Son lugares de intercambio de información sobre el producto, además permite establecer contactos y relaciones de negocios entre los distintos agentes del sector turístico.
- Prensa: se busca llegar a los futuros clientes mediante medios locales:
 - Radiales: Radio Sinfonía y Radio Ledesma
 - Televisivos: Canal 6 y Canal de la CooperativaBrindando información sobre la excursión. La publicidad sería dos veces al mes.
- Folletería con QR: es la carta de presentación de la excursión donde se ofrecerá detalle del programa, precios, número de contacto y redes sociales.

La entrega de folletería será por parte de las promotoras, se encontrarán en puntos estratégicos de la ciudad.



Fuente: elaboración propia

- Despegar: se creará un perfil para dar a conocer el tour a los turistas. Se brinda detalle de la excursión con fotos, videos y el precio. Por la misma vía se puede contratar y elegir las fechas de la excursión.

Estrategias:

- ▶ Diseñar y repartir tarjetas de presentación una vez al año en eventos locales como ser:
 - Fiestas Patronales
 - Serenata a la Ciudad
 - Corsos de verano
 - Feria Navideña y Jornada de Cultura

- ▶ Proyecciones de videos realzando la belleza del atractivo en la plaza de la Cuidad.
- ▶ Ofreciendo descuentos y excursiones confiables.

Política de comercialización

Es de gran significación poder realizar la elección de las políticas de comercialización que se van a implementar en este caso son por canales propios y agencia de viaje:

- ▶ El sitio web www.BosqueEscondido.com.ar los clientes van a poder gestionar sus reservas, pagos con tarjetas de crédito o transferencia bancarias.
- ▶ Redes Sociales: Instagram, Facebook, WhatsApp o teléfono, correo electrónico.
- ▶ La oficina central está ubicada en el centro de la Ciudad de Libertador General San Martín se brinda asesoramiento.

Canales externos:

- ▶ Agencia de viaje minorista
La comunicación se realiza a través de la organización de actos sociales, de la producción y difusión de material de propaganda turística.
- ▶ Agencias de viajes online (Despegar)

Calidad turística

El objetivo del proyecto es mantenerse y brindar un servicio de calidad a los clientes, por ese motivo se implementa un sistema de satisfacción para conocer el grado de cumplimiento de los objetivos, descubrir deficiencias y solucionar inconvenientes.

Se realizará mediante la encuesta de satisfacción que será entregada al final del tour.

Se brindarán unos minutos para ser respondidas.

Formulario de encuestas de satisfacción

¿Cómo evaluarías el servicio?

Encuesta	Muy satisfecho	Satisfecho	Ni satisfecho Ni insatisfecho	insatisfecho	Muy insatisfecho
Guiado ofrecido					
Responsabilidad y puntualidad					
¿Cómo fue la atención para resolver sus dudas sobre la excursión?					
Higiene del transporte					
¿Se cumplieron sus expectativas?					
Sugerencias u observaciones					

Conclusión

Gracias a todo lo anterior, podemos interpretar que el proyecto Bosque Escondido posee un gran potencial de crecimiento.

Es un proyecto único en la zona con características naturales sublime para el desarrollo del producto, se enfoca en el cuidado del medioambiente y en la conciencia social.

Se cuenta con la ventaja de tener al alcance el atractivo y poder aprovecharlo al máximo, sin ningún tipo de necesidad de dañar o modificar el ambiente.

El objetivo principal en toda actuación e intervención turísticas, considerando la necesidad de preservar los recursos naturales para que sean no solo disfrutados por las generaciones actuales sino además para las venideras, independientemente de la modalidad de turismo del que se trate.

El proyecto pretende brindar experiencias interpretativas, dinámicas para los turistas, se presenta información significativa y pertinente.

Ambiciona posicionarse como una de las excursiones más visitada a nivel nacional y brindar un servicio de excelencia, calidad y prestigio

Bibliografía

- <http://www.turismo.jujuy.gob.ar/>. (24 de 11 de 2022).
- <https://www.tripadvisor.com.ar/>. (05 de 11 de 2022). *tripadvisor*.
- kotler. (2000).
- Tafitravel. (2015). *Tafitravel.blogspot.com*. Obtenido de Parque Nacional Calilegua.
- wikipedia.org. (s.f.). *yungas*. Obtenido de yungas .
- www.redalyc.org. (s.f.).
- Desarrollo medioambiental del turismo Unidad 2: desarrollo turístico Sostenible 2015
Universidad Fasta- Lic. Carolina Beber
- Formulación y Evaluación de Proyectos de inversión. Universidad Fasta Dr. Roberto Carro
- Estudios turísticos N° 160 Editada secretaria Gral. de turismo. Fecha 2004
- Unidad 2: Clasificación de las agencias de viajes. Fundación Universidad a distancia Hernandarias

Anexos:

Fotos del ingreso al parque: casilla de información



Introducción del Recorrido al parque



Introducción del cuidado del medioambiente



Fuente: tomas propias