

FORMATO “COMERCIALIZACIÓN”

Guion para el diseño y elaboración de proyectos del PROGRAMA DE TURISMO ALTERNATIVO Y PATRIMONIAL, 2018. Los proyectos deberán ceñirse al siguiente esquema:

1. PORTADA

1.1. Nombre del proyecto.

1.2. Dirección del espacio físico donde se realizará el proyecto (calle, número exterior e interior, colonia/ barrio/ pueblo, delegación y código postal).

1.3. Datos de la persona solicitante.

1.3.1. Nombre.

1.3.2. Edad.

1.3.3. Domicilio de la persona solicitante (calle, número exterior e interior, colonia/ barrio/pueblo, delegación y código postal).

1.3.4. Número telefónico (local, celular y recados).

1.3.5. Correo electrónico.

2. CONTENIDO DEL PROYECTO

2.1. ANTECEDENTES E IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO. Describir desde cuando realiza actividades turísticas o recreativas, los motivos que originaron la empresa o emprendimiento, número de personas que participan, apoyos obtenidos, número de empleos generados, si cuenta con alguna figura jurídica, nombre del responsable de la administración o coordinación del espacio.

2.2. DESCRIPCIÓN TÉCNICA DEL PROYECTO O EMPRENDIMIENTO.

2.2.1. DIRECCIÓN Y UBICACIÓN.

Indicar la dirección del proyecto (calle, número exterior e interior, colonia/ barrio/ pueblo, delegación y código postal). Mediante un mapa ubicar donde se localiza el proyecto. Describir si el espacio se ubica en una ruta, circuito o corredor turístico.

2.2.2. INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO O EMPRENDIMIENTO.

Describir las dimensiones del proyecto, la infraestructura turística con la que cuenta, incluyendo dimensiones y materiales. Incluir gráficos o fotografías ilustrativas.

2.2.3. RECURSOS NATURALES Y CULTURALES.

Describir de forma general los recursos naturales y culturales, su potencial turístico y explicar por qué considera que un turista visita el espacio y que características particulares le dan un carácter excepcional. Mencionar si cuenta con alguna declaratoria de protección y/o conservación de carácter comunitario o institucional.

2.2.4. DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES Y SERVICIOS QUE SE OFRECEN ACTUALMENTE EN EL ESPACIO.

Recorridos en trajinera, observación de aves, caminatas, talleres de educación ambiental, rappel, escalada, campismo, ciclismo de montaña, agroturismo, baños de temazcal, etc. Los servicios con que cuenta (hospedaje y/o alimentación y/o transportación). Además de la descripción especificar la capacidad con la que cuenta.

Especificar el número de visitantes recibidos en el último año, temporada de mayor afluencia turística y el perfil de los visitantes.

2.2.5. CAPACITACIÓN Y CERTIFICACIÓN.

Especificar si cuenta con algún distintivo de calidad y su status (vigente, vencido u otro); si ha recibido capacitación para operar el proyecto. (Anexar copia de constancias). Puntualizar los requerimientos de capacitación y certificación a corto y mediano plazo para cada una de las áreas operativas, así como requerimientos de asistencia técnica o acompañamiento.

2.3. JUSTIFICACIÓN.

Especificar las formas en que la estrategia de promoción mejorará o apoyará el desarrollo del turismo alternativo y patrimonial que se realiza en los ejidos, comunidades y pueblos originarios de la zona rural de la Ciudad de México.

2.4. OBJETIVO GENERAL.

2.5. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.

2.6. METAS. Describir cuantitativa y cualitativamente.

2.7 DIAGNÓSTICO DE LA EMPRESA. Realizar un breve diagnóstico de los medios de promoción y comercialización con los que cuenta actualmente la empresa o emprendimiento, así como sus alcances.

2.8. PROPUESTA TÉCNICO - ECONÓMICA Y CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.

Definir y describir en qué consiste la estrategia de promoción y comercialización propuesta, así como los entregables. Podrá incluir estudio de mercado; diseño de imagen corporativa; diseño e impresión de material promocional; diseño, pago de dominio y manejo de página web y redes sociales, levantamiento de fotografía, edición de video u otros productos encaminados a la promoción y comercialización de la empresa u emprendimiento.

2.9 DUMMY. El prestador de servicios profesionales o empresa que desarrollará la estrategia de promoción deberá proporcionar al menos una propuesta (dummy) de cada material promocional a entregar de acuerdo a las necesidades del proyecto o en su caso, una propuesta similar a la que elaborará (diseño de página web, diseño de aplicación para *smartphones*, redes sociales, diseños impresos, etc.).

2.10. CUADRO DE INVERSIÓN.

Concepto	Unidad de Medida	Cantidad	Precio unitario	Monto total solicitado

*Los precios referidos deben ser congruentes con la cotización presentada.

2.11. CRONOGRAMA DE INVERSIÓN.

Definir el periodo en el que se realizaran las actividades y servicios descritos con el siguiente formato:

Actividad	Mes 1				Mes 2				Mes 3			
	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4

** Adecuar el mes de acuerdo con cada actividad establecida por el grupo de trabajo

***S1...S4 significa semana 1...4