PROCESO DIRECCIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE N° 2

- Denominación del Programa de Formación: Operacion Turistica Local
- Código del Programa de Formación: 633100
- Nombre del Proyecto: **OPERACIÓN DE ACTIVIDADES TURISTICAS LOCALES EN EL DEPARTAMENTO DE CÓRDOBA**
- Fase del Proyecto: **Planeación**
- Actividad de Proyecto**: PRESENTAR PROPUESTAS DE PAQUETES TURÍSTICOS**
- Competencia: **Diseñar paquetes turísticos de acuerdo con componentes técnicos y estándares de servicio.**
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar**: CARACTERIZAR LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DEL TERRITORIO A PARTIR DE LOS ATRACTIVOS, SERVICIOS E INFRAESTRUCTURA DISPONIBLES EN ÉL.**
- Duración de la Guía: **30 Horas**

PRESENTACIÓN

Es necesario que el operador turístico, tenga un amplio conocimiento de la historia y evolución del turismo, ya que a lo largo de esta se relacionan diferentes épocas por las que ha transitado la humanidad para conocer algunos hechos que contribuyeron de cualquier forma al origen y al desarrollo del turismo, dando importancia al sistema turístico que se compone del conjunto de productos, servicios, consumidores, organizaciones y espacio geográfico, facilitando la interrelación de la oferta y la demanda, creando condiciones para que el turismo sea un eje dinamizador de la economía, mejorando la calidad de vida de las poblaciones locales, entre otras facultades.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Identificar la oferta turística del país como insumo y escenario para la operación turística, representa una las competencias mas importantes para todo operador turístico local, para lo cual, se hace indispensable, la creación del inventario turístico regional, lo que que les permitirá conocer e identificar, aquellos sitios turísticos de su departamento, en especial de su localidad.

Lo que conduce a el acercamiento a una metodología que permita registrar ordenadamente los factores físicos y culturales de la estructura de productos turísticos de una región, siendo el insumo de la planificación de destinos, los cuales hacen referencia a los principales atractivos de un lugar.

El propósito de esta actividad es reconocer y apropiar una metodología para el levantamiento de inventarios turísticos.

Para una comprensión de la temática en desarrollo, los invito a realizar de la siguiente actividad, la cual, le proporcionará las herramientas necesarias que les permitirán hacer un ejercicio de un inventario turístico de su localidad.

Actividad a desarrollar:

Consulta Dirigida: Consulta y lee el glosario propuuesto en esta guía de aprendizaje, una ves leído el glosario, escoge 30 términos, listarlos y realizar una sopa de letras, diferencia cada término escogido con colóres fiferentes, has uso, de toda tu creatividad, para presentar una evidencia limpia y organizada.

Evidencia: **Sopa de letras.**

Fecha de entrega:

3.2 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Resulta fundamental, que los técnicos en operación turística local, tengan pleno conocimiento de los actractivos turísticos que conforman la oferta turística de su destino local, en función de poder proyectar y promocionar el destino, razón por la cual, los insto a realizar la siguiente actividad.

Consulta dirigida: desarrolla el siguiente cuestionario de pregunatas y realiza **un Mapa conceptual,** en el cual evidencies la comprensión de la temática.

1. ¿Qué es actractivo Turístico?
2. ¿Cómo se clasifican los atractivos turísticos?
3. ¿Qué es un recurso turístico?

Evidencia a entregar: taller resuelto y mapa mental, que evidencie la comprensión del tema en mención.
Fecha de entrega:

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

La elaboración de los inventarios es una prioridad para el país en tanto que la ley 300 de 1996 y la ley 1101 de 2006 establecen la obligación de actualizar dicha información. Es importante recalcar que los inventarios de atractivos junto con otros insumos de información producidos en los procesos de planificación turística constituyen elementos de trascendencia para la toma de decisiones tanto para el sector público como para el privado en los niveles regional y nacional.

1. ¿Qué es inventario turístico?
2. ¿Cuáles son las características fundamentales de un inventario turístico?
3. ¿Cuáles son los componentes de un invetario turístico?
4. ¿Cuál es la importancia de un inventario turístico para un destino?

5. ¿Cuál es el objetivo de realizar un inventario tursístico?
   Evidencia a entregar: taller resuelto y mapa conceptual, que incluya los temas consultados.
   Fecha de entrega:

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

Consulta dirigida:

1. Consultar ¿Cuáles son los atractivos turísticos más representativos del departamento de córdoba? Hacer un listado que indique nmbre del atractivo, municipio de ubicación.
2. ¿ En qué consiste la Metodología para levantamiento de un inventario turístico?
3. Hacer un ejemplo del inventario turístico de tu localidad
   Evidencia a entregar, preguntas resueltas – inventario de su localidad.
   Fecha de entrega:

- Ambiente Requerido: Convencional y prácticas en las habitaciones de los hoteles del entorno.
- Materiales: Computadores con acceso a internet, whatsapp, TV, sonido**,** Guía de aprendizaje, programa de formación, Proyecto, documentos de apoyo, recursos didácticos, tablero acrílico, sillas

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento:	Describe las características del turismo según tipología e impactos.	cuestionario de preguntas, pruebas de conocimientos.
Evidencias de Desempeño:	Estructura inventario turístico del territorio según metodología.	observación directa, en la presentación personal, lista de chequeo.
Evidencias de Producto:	Organiza información teniendo en cuenta objetivo y herramientas de análisis, turístico, cadena de valor y sistema turístico local.	Presentación y Elaboración correcta de documentos requeridos en desarrollo de las actividades, caracterización del inventario turístico local.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acción motriz: proceso de realización de las conductas motrices de uno o varios sujetos que actúan en una situación motriz determinada. Esta se manifiesta por medio de comportamientos motores observables, relacionados con un contexto objetivo; comportamientos que sin embargo se desarrollan sobre una red llena de datos **subjetivos:** emoción, relación, anticipación y decisión.

Alteridad: la alteridad implica ponerse en el lugar del otro, alternando la perspectiva

propia con la ajena.

Ajuste postural: cuando una persona realiza un gesto motriz está imprimiendo movimiento a una determinada postura. La eficacia del acto motor resultante dependerá sin duda de lo equilibrada y económica que sea la postura de base.

Atractivo turístico: es todo lugar, objeto o acontecimiento capaz de generar un desplazamiento turístico. Es el componente fundamental del producto turístico.

Autoridad de turismo: es la entidad o dependencia gubernamental, en el orden nacional, regional o local, competente para fijar la ejecución de la política de turismo.

Bienes culturales: se entiende como el aporte que haya tenido para una sociedad determinada un objeto, un inmueble, un sitio o una tradición en su correspondiente momento histórico.

Capacidad de carga: es el número máximo de personas para el aprovechamiento turístico que una zona puede soportar, asegurando una máxima satisfacción a los visitantes y una mínima repercusión sobre los recursos naturales y culturales.

Clasificación: es un proceso mental que permite agrupar personas, objetos, eventos o situaciones con base en sus semejanzas y diferencias; es una operación epistemológica fundamental.

Cenestésica: es la rama de la ciencia que estudia el movimiento humano. Se puede percibir en el esquema corporal, el equilibrio, el espacio y el tiempo.

Comparación: el proceso de comparar consiste en el establecimiento de diferencias y semejanzas entre personas, objetos, eventos o situaciones. El establecimiento de semejanzas permite generalizar, el de diferencias el particularizar y como consecuencia de ambos, comparar.

Competitividad turística: comprende dos enfoques: el de producto y el netamente empresarial. La competitividad del producto es la capacidad de que un atractivo turístico conjugue a su alrededor unas condiciones que lo diferencien y lo hagan ofertable con posibilidades de venta. La competitividad empresarial no es otra cosa que la capacidad de los empresarios de generar rentabilidad y de mantener el negocio en el tiempo

Cultura: hace referencia al cultivo del espíritu humano y a las facultades intelectuales del hombre. Su definición ha ido mutando a lo largo de la historia.

Cuneiforme: representa los caracteres y las palabras con símbolos en forma de cuñas y clavos.

Deber: es otro de los pilares de la sociedad, porque la existencia de los derechos depende hasta cierto punto de la existencia de los deberes. Si estos no se cumplen, es muy probable que no haya armonía en la sociedad. Derecho: se definen como las reglas normativas que son fijadas por una jurisdicción legal y que son propiedad del pueblo. Son algo que merece todo ser humano, no importa de donde venga, donde haya nacido o donde viva.

Desarrollo sostenible: el turismo se desarrolla en armonía con los recursos naturales y culturales con el fin de garantizar beneficios para las futuras generaciones. El desarrollo sostenible se aplica en tres ejes básicos: ambiente, sociedad y economía.

Descripción: es dar cuenta de lo que se observa, se compara, se conoce, se analiza, entre otras. La descripción es el proceso mediante el cual se informa de manera clara, precisa y ordenada las características del objeto de la observación. Se puede describir de lo general a lo particular, de lo inmediato a lo mediato. **Destino turístico**: espacio físico en el que un visitante pernocta al menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos; asimismo ostenta límites físicos y administrativos que definen su gestión e imagen, generando percepciones, las cuales definen su competitividad en el mercado.

Destreza: es la habilidad o arte con el cual se realiza una determinada cosa, trabajo o actividad. Hacer algo con destreza implicará hacerlo y bien. Dignidad humana: es la capacidad inherente del ser humano que nadie puede quitarle, puede soportar vejámenes, maltratos, humillaciones; pero es eso con lo que nace, solo a él le **pertenece, y es el respeto interior hacia sí mismo, construido a lo largo de toda la vida.**

Epistemología: estudia el conocimiento humano y el modo en que el individuo actúa para desarrollar sus estructuras de pensamiento.

Ética: es un área de la filosofía que por denominación moderna se le conoce como una ciencia práctica, de carácter racional y eminentemente humanística que estudia las leyes de la licitud o la moralidad de los actos y sus fundamentos.

Excursión: viaje organizado por una agencia de viajes con tarifas especiales con la condición de ser colectivas, sin cambio del lugar de pernocte.

Gasto turístico: total de gastos de consumo efectuados por un visitante durante su desplazamiento y estancia turística en el lugar de destino

Guía: profesión cuya misión es informar y acompañar a los turistas en sus visitas.

Guía acompañante: persona con amplios conocimientos de los sitios que se transitan; normalmente asiste al viajero en la toma de servicios como alojamiento, transporte, alimentación, ingreso a sitios de interés, entre otras.

Guía ecoturística: documento que dota al ecoturista de información acerca de las áreas naturales y sobre la importancia de los ecosistemas presentes, facilitando la conservación de los mismos.

Guía de turismo: se considera guía de turismo a la persona natural que presta servicios profesionales en el área de guionaje o guianza turística, cuyas funciones hacia el turista, viajero o pasajero son las de orientar, conducir, instruir y asistir durante la ejecución del servicio contratado; asimismo debe estar inscrita ante el Registro Nacional de Turismo, con previa obtención de la tarjeta profesional de turismo, otorgada por la entidad u organismo que el gobierno designe.

Guía intérprete: su misión es informar a los turistas en el idioma que su titular haya acreditado poseer.

Guía turística: expresión que designa a los fascículos, libros u otro tipo de publicación que tiene como fin esencial dotar al turista de información sobre atractivos, historia, arte, entre otros de un lugar.

Guía turístico: persona con profundos conocimientos sobre patrimonio, atractivos y servicios turísticos, facultada para guiar y conducir visitantes a lugares específicos, detallando los aspectos más interesantes de los mismos, así como a prestar asistencia de diversa índole. Por lo general, los guías de turismo hablan además del idioma nativo, uno o más idiomas.

Impacto: es el cambio logrado en la situación de la población como resultado de los productos y efectos obtenidos con el proyecto. Se trata del nivel más elevado de resultados o de la finalidad última del ciclo del proyecto, cuando se genera la totalidad de los beneficios previstos en su operación.

Industria turística: conjunto de empresarios que participan en la planeación, organización, comercialización y distribución del producto turístico, así como de los aspectos relacionados con la inversión necesaria para su desarrollo.

Morfología del turismo: hace referencia a las diferentes formas específicas en que se realiza el turismo. **Observación:** proceso mental de fijar la atención en una persona, objeto, evento o situación a fin de identificar sus características; la observación tiene dos momentos: concreto y abstracto, el primero tiene que ver con el uso de los sentidos y el segundo con la reconstrucción de los datos en la mente, a su vez, la observación también puede ser directa o indirecta.

Oferta turística: es el conjunto de atractivos y servicios puestos a disposición del mercado.

Organización Mundial del Turismo (OMT): es un organismo de las Naciones Unidas formado en 1970; tiene su base en Madrid y su objetivo fundamental es prestar ayuda a los gobiernos en materia de planificación turística. Está conformado por casi 150 países. Paquete turístico: es el conjunto de servicios que incluye el alojamiento y una combinación de otros elementos, tales como traslados, comidas, excursiones locales, entre

otros. Puede o no incluir el transporte de aproximación y se vende a un precio global, y son adquiridos en un solo acto de compra.

Patrimonio: conjunto potencial (conocido o desconocido) de los bienes materiales e inmateriales a disposición del hombre y que pueden utilizarse, mediante un proceso de transformación para satisfacer así las necesidades turísticas.

Planta turística: es el subsistema que elabora los servicios que se venden a los turistas y está integrado por dos elementos: el equipamiento y las instalaciones.

Producto turístico experiencial: este producto es capaz de ser multisensorial, responsable, personal, único y cualitativo emocionalmente; cabe resaltar que las empresas y los destinos turísticos no pueden crear experiencias, sino productos experienciales, los cuales tienen posibilidades de convertirse en experiencias gracias al proceso de creación que han seguido y su interacción con el turista, él único que la termina validando como tal.

Pueblo indígena: se entiende por pueblos indígenas a los grupos, comunidades, parcialidades e individuos descendientes de los pobladores originarios de América que tengan conciencia de su identidad étnica y cultural, manteniendo usos y valores de su cultura tradicional, así como instituciones de gobierno, de control social y sistemas normativos propios.

Relación: este proceso se da una vez que se obtienen datos, producto de la observación y de la comparación, la mente humana realiza abstracciones de esa información y establece nexos entre informes, experiencias previas y teorías.

Recreación: es el conjunto de actividades no lucrativas que el hombre realiza en su tiempo libre dentro del lugar o zona de residencia. Es una forma de uso del tiempo libre en períodos reducidos de tiempo, utilizando instalaciones urbanas al aire libre, o en espacios cubiertos.

Registro Nacional de Turismo: inscripción a la que se encuentran obligados los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia partir de la ley 300 de 1996; este registro deberá actualizarse anualmente.

Sociedad: conjunto de personas que interactúan entre sí en un mismo espacio, teniendo intereses comunes y que conviven de acuerdo a diversas normas y reglas compartidas.

Superestructura turística: comprende todos los organismos especializados, tanto públicos como de la actividad privada, encargados de optimizar y modificar cuando sea necesario, el funcionamiento de cada una de las partes que integran el sistema, así como de armonizar sus relaciones para facilitar la producción y venta de los múltiples y dispares servicios que componen el producto turístico

Tipología turística: se entiende como la sistematización del conjunto de motivaciones turísticas que permiten congregar en denominadores comunes un sinnúmero de tipos y géneros de viajes.

Turismo: conjunto de actividades que realizan las personas (turistas) durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, con fines entre otros de ocio, cultura, salud, eventos, convenciones o negocios.

Turista: es cualquier persona que viaja a un lugar diferente al de su residencia habitual; quedándose por lo menos una noche en el lugar que visita y cuyo principal motivo de viaje es el ocio, el descanso, la ocupación del tiempo libre, peregrinaciones, salud, u otra diferente.

Visitante: es toda persona que se desplaza a un sitio distinto al de su entorno habitual por una duración inferior a 12 meses, y cuya finalidad principal del viaje no es la de ejercer una actividad que se remunere en el lugar visitado.

Zona turística: corresponde a un espacio físico de extensión variable, con características fisiográficas homogéneas, contando además con una unidad paisajística. La zona turística debe contar con infraestructura y servicios de comunicación entre las áreas turísticas que la integran.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Acerenza, M. (1991). Administración del turismo. Bogotá: Trillas.

Acerenza, M. (2006). Conceptualización, origen y evolución del turismo. Ciudad de México: Trillas.

Álvarez, M. y Trigo, E. (2001). Motricidad creativa, una forma de investigar. La Coruña: Universidad de La Coruña.

Arango, L., Atehortua, J. y Garcés, D. (2015). Integración de las actividades turísticas experienciales del occidente de Caldas a la oferta del departamento. Manizales:

Universidad de Manizales. Arcoraci, E. (2009). Economía y políticas turísticas. Buenos Aires: Universidad Tecnológica Nacional.

Argandoña, A. (2009). Manual de la empresa responsable y sostenible: conceptos, ejemplos y herramientas de la responsabilidad social corporativa o de la empresa. Madrid: McGraw Hill Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**María BernardaContreras Díaz**	**Instructora**	**Coordinación Académica**	

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Luz Dary Lasso	Instructora		2021	Ajustes