PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación:** Técnico en apoyo administrativo en salud.
- **Código del programa de formación:** 134507.
- **Nombre del proyecto:** Contribución a la mejora continua de los procesos de apoyo administrativo en las entidades del sector salud.
- **Fase del proyecto:** Ejecución.
- **Actividad de proyecto:** Ejecutar acciones que contribuyan a la mejora continua de los procesos de apoyo administrativo en salud articulando políticas institucionales y normativa.
- **Competencia:** 240202501 - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el Marco Común Europeo de Referencia para las Lenguas.
- **Resultados de aprendizaje a alcanzar:**
  - Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida.
  - Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.
- **Duración de la guía:** 96 horas.

2. PRESENTACIÓN

El inglés como una de las habilidades contemporáneas más importantes y de mayor impacto en el mundo laboral y social se plantean actividades generales y específicas para el desarrollo de la competencia, teniendo en cuenta el aprendizaje articulado de las 4 habilidades de la lengua (leer, escribir, hablar y escuchar) alineado al MCERL (Marco Común Europeo de Referencia para Lenguas) como estándar del nivel de conocimiento de lengua y categorización de los conocimientos en niveles de competencia en un idioma.

Para el desarrollo de las actividades planteadas se contará con el acompañamiento del instructor calificado asignado al programa, que de forma continua y permanente lo orientará con las pautas necesarias para el logro de las actividades de aprendizaje, brindando herramientas básicas de tipo conceptual y metodológico.

De igual manera, el instructor programará encuentros sincrónicos para brindar orientaciones específicas relacionadas con las temáticas a desarrollar en las actividades y ofrecer apoyo en caso de dudas o inconvenientes. La fecha y el horario para esto serán indicados oportunamente.

Es importante que organice su tiempo con un promedio de trabajo diario de dos horas, dada la exigencia que demanda la realización de las actividades mencionadas en esta guía de aprendizaje y la consecución de los niveles de habilidad esperados. No olvide revisar, explorar y apropiar el material de estudio, así como ahondar en el material complementario.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Durante el desarrollo de las actividades se debe comprender vocabulario y expresiones en inglés en contextos personales acorde con nivel principiante A1.2 de acuerdo con el MCERL (La construcción de los diferentes programas de la formación en inglés emplea el MCERL como instrumento de referencia para proveer los conocimientos requeridos para alcanzar el nivel).

Adicional se combinan elementos lingüísticos y comunicativos de acuerdo con información personal, rutinas, descripción de lugares y personas y descripción de situaciones que están tomando lugar en el momento de habla en la lengua inglesa, contextualizando al aprendiz en ambientes que propongan un uso real del idioma inglés y mejoren su formación integral.

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de ejecución del proyecto formativo: contribución a la mejora continua de los procesos de apoyo administrativo en las entidades del sector salud.

De este programa de formación, en cada una de las actividades se detallan las evidencias a entregar. La entrega de las evidencias se realizará durante las ocho (8) semanas planeadas para esta guía. En el siguiente cuadro se observa para cada una de las competencias, el momento y las evidencias a entregar según las actividades de aprendizaje asociadas a cada competencia:

Semanas / Competencia	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
240202501	Cuestionario GAI1-240202501-AA1-EV01.	Video presentación GAI1-240202501-AA1-EV02.	Folleto GAI1-240202501-AA2-EV01.		Cuestionario GAI1-240202501-AA3-EV01.	Vídeo entrevista virtual GAI1-240202501-AA3-EV02.	Crónica GAI1-240202501-AA4-EV01.	

3.1. Actividad de aprendizaje GAI1-240202501-AA1: Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

El aprendizaje de una segunda lengua se facilita cuando se comienza a estudiar desde temas conocidos como son las situaciones de la cotidianidad ya sea abordándolas desde el momento actual. Para comenzar a interactuar tanto de forma oral como escrita acerca de las actividades de la vida diaria, se requiere comprender información personal y familiar haciendo uso de la estructura, el vocabulario y contextos requeridos.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del material de formación: “Level 1 - MCER A1.1”.

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: Cuestionario GAI1-240202501-AA1-EV01.**

Presente un cuestionario (evaluación en línea) para evaluar su comprensión lectora, auditiva y gramatical del nivel, el cual consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 45 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

  - **Producto a entregar:** cuestionario en línea con preguntas de acuerdo a los temas relacionados del primer nivel “LEVEL 1 - MCER A1.1”.
  - **Formato:** realización en línea a través del LMS.
  - **Extensión:** 45 minutos de desarrollo o lo indicado por el instructor.
  - Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario GAI1-240202501-AA1-EV01.**

- **Evidencia: Video presentación GAI1-240202501-AA1-EV02.**

De acuerdo con la temática estudiada en el primer nivel escoja un miembro de su familia o un amigo para presentarlo por medio de un corto video activando su cámara web en inglés con el fin de identificar de forma oral las características personales sobre edad, nacionalidad, lugar de residencia, hobbies y alguna información relevante sobre las actividades cotidianas que realiza.

Para la elaboración del vídeo con la cámara web, tenga en cuenta el desarrollo de un guion o estructura a través de una herramienta como PowerPoint, Emaze, Prezi en la que se dispongan algunas diapositivas con imágenes y textos para dar cuenta de la presentación del personaje.

Diapositivas: durante el desarrollo de la presentación oral es ideal que presente entre 3 y 5 diapositivas, donde se incluyan los siguientes elementos:

- Diapositiva de portada (datos básicos del aprendiz, nombre del curso, instructor y nombre de la actividad).
- Diapositivas de datos del personaje seleccionado (nombre completo, edad, fecha de cumpleaños, ocupación, actividades de tiempo libre), acompañado de imágenes, frases, textos cortos y elementos gráficos que le permitan hablar durante la presentación.

Estructura del vídeo con cámara web: cuando grabe el video, tenga en cuenta que las fotos, imágenes y textos que use en las diapositivas deben ser un apoyo visual para denotar buena pronunciación y su aprendizaje inicial sobre las temáticas del primer nivel.

Para la realización de la emisión del vídeo deberá encender su cámara web, mostrar la pantalla con las diapositivas creadas. La recomendación es utilizar alguna herramienta digital que permite grabar el vídeo

y pantalla como; Screencast-o-Matic, Loom, Camtasia, recordscreen.io, scrnrcrd.com e incluso existen aplicaciones como X Recorder para que pueda realizarlo desde su teléfono móvil. Lo importante es mostrar las diapositivas, su cámara web e ir realizando su presentación de forma oral.

Una vez finalizado el vídeo debe cargarlo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento con los datos del aprendiz y enlace del video.
- **Formato:** Word o PDF con la URL del vídeo.
- **Extensión:** de 2 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video presentación GAI1-240202501-AA1-EV02.**

3.2. Actividad de aprendizaje GAI1-240202501-AA2: Reconocer información básica sobre situaciones actuales a través de situaciones escritas.

Dentro de los procesos de aprendizaje de lengua, el exteriorizar lo aprendido es uno de los más valiosos aportes. Dentro de este contexto se abordarán temas como el vecindario y las actividades que se están realizando.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del material de formación: “Level 1 - MCER A1.1”.

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: Elaboración de un folleto GAI1-240202501-AA2-EV01.**

A partir de los datos, conceptos, e investigación obtenida de su programa de formación deberá realizar un folleto en inglés con la información y características de su programa de formación.

Para realizar el folleto puede utilizar alguna herramienta digital como Canva, Crello, Word, PowerPoint o cualquier otra que conozca y le permita trabajar de forma creativa.

Estructura: datos personales del aprendiz, mensaje inicial, información básica del programa, expectativas e intereses que se vinculen a su interés particular por estudiar el programa de formación.

Describa de manera sencilla y clara utilizando frases, vocabulario e imágenes relacionadas con temas de interés y características de su programa de formación.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** folleto. Haga uso de las normas gramaticales y redacción utilizando el idioma inglés, además, aplique las normas APA para las referencias y citación de información obtenida de diferentes recursos digitales.
- **Formato:** el folleto deberá exportarlo a PDF.
- **Extensión:** folleto tríptico entre 70 y 150 palabras.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Elaboración de un folleto GAI1-240202501-AA2-EV01.**

3.3 Actividad de aprendizaje GAI1-240202501-AA3: Reportar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental dar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como su contexto laboral futuro, inmediato y pasado.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional en un nivel principiante.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del material de formación: “Level 2 - MCER A1.2”.

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: Cuestionario GAI1-240202501-AA3-EV01.**

Presente un cuestionario de acuerdo con el contenido formativo del segundo nivel “Level 2 - MCER A1.2”. El cuestionario consta de quince preguntas (15) y un tiempo aproximado de 30 minutos.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** cuestionario en línea de acuerdo con la información brindada en el segundo nivel.
- **Formato:** realización en línea a través del LMS.
- **Extensión:** 30 minutos de desarrollo o lo indicado por el instructor.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Cuestionario GAI1-240202501-AA3-EV01.**

- **Evidencia: Video entrevista virtual GAI1-240202501-AA3-EV02.**

Con el apoyo de uno de sus compañeros y una vez apropiado el material de estudio del segundo nivel realicé un video, en el cual realicé una presentación de una entrevista de trabajo, postulándose para un empleo relacionado con su perfil profesional. Luego de ser entrevistado intercambie el rol con su compañero para ser el entrevistador.

Durante la entrevista deberá responder las siguientes preguntas:

1. Tell us about yourself
2. What motivates you?
3. What are your hobbies?
4. What are your future plans if you get this job?
5. What are your future goals or what are your career goals?
6. What do you see as a major success in your life?
7. Why did you leave your last job?
8. Where do you see yourself in 5 years?

Para realizar la grabación de la entrevista virtual se puede programar un encuentro sincrónico a través de Skype, Zoom, Meet o Teams con su compañero de trabajo y realizar la grabación de la entrevista para luego guardarla.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** video de la entrevista virtual de trabajo. Una vez finalizada la grabación de la entrevista debe cargar el vídeo a YouTube o Vimeo, con su cuenta de correo personal o institucional; compruebe que no tenga restricciones de visualización para que pueda compartir el enlace de visualización.
- **Formato:** Word o PDF con los datos básicos del entrevistado, entrevistador y la URL del vídeo. Tenga en cuenta que se debe garantizar la visualización del video.
- **Extensión:** de 3 a 5 minutos.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Video entrevista virtual GAI1-240202501-AA3-EV02.**

3.4. Actividad de aprendizaje GAI1-240202501-AA4: Expresar opiniones sobre situaciones cotidianas y laborales actuales, pasadas y futuras en contextos sociales.

Dentro del desarrollo de la competencia comunicativa en inglés, es fundamental ser capaz de expresar opiniones y puntos de vista acerca de las situaciones a las que el aprendiz se enfrenta diariamente, tanto en su contexto social como su contexto laboral.

El aprendiz está llamado a ser observador y crítico, por esta razón es muy importante que conozca la estructura y el vocabulario apropiado para dar su opinión acerca de diferentes temáticas relacionadas directamente con su quehacer profesional.

Es importante seguir las indicaciones del instructor en cuanto a la mejor manera de apropiar el material del curso y la correlación que tiene este con el programa de formación.

Duración: 24 horas

Materiales de formación: para el desarrollo de esta actividad es importante la lectura y análisis del material de formación: “Level 2 - MCER A1.2”.

Evidencias:

A continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforma la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: Crónica GAI1-240202501-AA4-EV01.**

Seleccione un personaje icónico y con trayectoria importante en el mundo de acuerdo a su perfil profesional (Ej. En moda un personaje icónico es Agatha Ruiz) y busque en internet información acerca de él (ella), a partir del personaje seleccionado realice una crónica escrita con los hechos más importantes y las situaciones más relevantes en la trayectoria profesional del personaje.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** crónica escrita sobre un personaje.
- **Formato:** documento escrito en Word y se deberá exportar a PDF.
- **Extensión:** el documento escrito será máximo de 1 página y una extensión entre 200 y 500 palabras, con tipo de letra Arial, tamaño 12 e interlineado 1,5. Es ideal tener cuidado con las estructuras gramaticales utilizadas deben ser coherente a las temáticas estudiadas en el material de estudio.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Crónica GAI1-240202501-AA4-EV01.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Cuestionario GAI1-240202501-AA1-EV01.	Comprende vocabulario y expresiones en inglés en contextos personales acorde con nivel principiante.	**Cuestionario:** IE-GAI1-240202501-AA1-EV01.
Evidencia de desempeño: Video presentación GAI1-240202501-AA1-EV02.	Comprende información básica en textos en inglés acorde con nivel principiante.	**Lista de chequeo:** IE-GAI1-240202501-AA1-EV02.
Evidencia de producto: Folleto GAI1-240202501-AA2-EV01.	Comprende palabras y frases muy sencillas en letreros, catálogos o similares de uso laboral cotidiano.	**Lista de chequeo:** IE-GAI1-240202501-AA2-EV01.
Evidencia de conocimiento: Cuestionario GAI1-240202501-AA3-EV01.	Comprende narraciones cortas orales y escritas acerca de situaciones que ocurren en el momento de la expresión, utilizando vocabulario y gramática básica acorde con nivel principiante.	**Cuestionario:** IE-GAI1-240202501-AA3-EV01.
Evidencia de desempeño: Video entrevista virtual GAI1-240202501-AA3-EV02.	Brinda información acerca de objetos y sus características.	**Lista de chequeo:** IE-GAI1-240202501-AA3-EV02
Evidencia de producto: Crónica GAI1-240202501-AA4-EV01.	Completa formularios con información personal utilizando vocabulario y gramática acorde con nivel principiante.	**Lista de chequeo:** IE-GAI1-240202501-AA4-EV01

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Main idea (Idea principal): estrategia de lectura que busca identificar la idea principal de un texto. A diferencia de “Topic”, esta estrategia pretende ampliar la comprensión encontrando qué es lo que se dice del tema (Topic). Ejm.: “The robots can help in, medicine”.

Números cardinales: son los números como los conocemos para contar (one, two, three, etc.).

Números ordinales: son los números que se usan para indicar un orden, ejem.: primero (first, second, third, etc.).

Preposiciones de lugar: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el lugar de una acción o situación. Por ejemplo: “In the room”, “next to the shop”.

Preposiciones de tiempo: palabras invariables (sin género ni número) que se usan para indicar o introducir el momento de una acción. En inglés, por ejemplo, las más comunes son “in”, “on” y “at”.

Presente Continuo: tiempo verbal que se usa para indicar acciones momentáneas que suceden al momento de hablar. Su construcción requiere el uso de un verbo auxiliar “to be” y un segundo verbo (llamado verbo principal) con terminación en “-ing”. Por ejemplo: I am working at SENA now.

Presente simple (Presente Simple): tiempo verbal que se usa para indicar acciones o situaciones que suceden en el presente. Pueden ser estados permanentes o cambiantes, por ejemplo: I am Susana. I work as a doctor.

Pronombres personales: son las palabras que se usan para indicar la persona o ente que ejecuta una acción. Siempre los pronombres personales estarán seguidos de un verbo (la acción). En inglés son comunes las contracciones entre los pronombres y algunos verbos, así: “I’m” (contracción de I am), “She's” (contracción de she is), etc.

Role play: juego de roles es una actividad que simula una situación con dos o más personajes representados por los aprendices. Cada uno recibirá las indicaciones de lo que pasa y los aprendices deberán desarrollar la situación actuando.

Scanning: estrategia de lectura para encontrar información específica. Al igual que”Skimming” no es exhaustiva, sino que focaliza la información necesaria.

Semiótica: teoría general y ciencia que estudia los signos, sus relaciones y su significado.

Skimming: estrategia de lectura que consiste en hacer una lectura rápida para determinar el tipo de texto, su fuente y su tema. No implica una lectura exhaustiva ni detenida, y puede durar pocos segundos.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Figarola, I. (s.f.). *Cómo se pronuncia th en inglés*. Barcelona, España. https://www.abaenglish.com/es/fonetica-inglesa/th/

Moure, O. (1999). *El acento en las palabras de dos sílabas*. http://www.ompersonal.com.ar/ompronounce/unit11/page1.htm

Systems, V. (2013). *Inglés: grado superior.* McGraw-Hill España. https://login.bdigital.sena.edu.co/login?url=https://elibro.net/es/ereader/senavirtual/50221?page=1

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Elkin Rodolfo Moreno Merchan	Experto temático	Centro de Formación de Talento Humano en Salud - Regional Distrito Capital	Marzo 2021
	Oscar Absalón Guevara	Diseñador Instruccional	Centro de Gestión Industrial - Regional Distrito Capital	Marzo 2021
	Andrés Felipe Velandia Espitia	Diseñador Instruccional	Centro de Diseño y Metrología - Regional Distrito Capital	Marzo 2021
	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Asesor Pedagógico	Centro Industrial del Diseño y la Manufactura – Regional Santander	Marzo 2021

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del cambio
Autor (es)					

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Guianza Turística.
- **Código del Programa de Formación:** 634122.
- **Nombre del Proyecto:** Diseño y operación integral de actividades guiadas en escenarios de patrimonio cultural y natural.
- **Fase del Proyecto:** Fase Planeación.
- **Actividad de Proyecto 4:** Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar.
- **Competencia:**

  260201012: Ejecutar procesos básicos para la prestación del servicio de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201012-05 Reportar el inventario de materiales, productos y/o equipos según políticas de la organización.

- **Competencia:**

  260201019: Preparar las actividades de guianza a desarrollar de acuerdo con lo contratado por el usuario.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201019-04: Gestionar recursos financieros, materiales y equipos de acuerdo con el plan de actividades y políticas de la organización.

- **Competencia:**

  240201501: Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201501-05: Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.

- **Competencia:**

  240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201502-01: Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.

- **Competencia:**

  260201003: Controlar el desarrollo de los programas de acuerdo a los objetivos propuestos.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201003-03: Verificar la logística para el desarrollo de las actividades según protocolos de la organización.

- **Competencia:**

  260201020: Prestar el servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201020-01: Identificar los atractivos, facilidades y planta turística más relevantes del destino, de acuerdo con la clasificación establecida y la normatividad vigente.

- **Duración de la Guía:** 289 horas (1mes y 6 días).

Este es un programa de formación en modalidad a distancia, en el que se trabajará un **30 %** presencial y un **70 %** virtual. Esto significa que para cada guía de proyecto, además del acompañamiento sincrónico en la plataforma, deberá presentarse al centro de formación que le corresponda para realizar actividades de carácter presencial con los instructores. Para obtener información sobre los encuentros presenciales que se realizarán debe comunicarse con las diferentes sedes o centros de formación asignados en el país, los cuales le informarán sobre las fechas determinadas para estos encuentros.

Para el desarrollo de las actividades virtuales, contará en la plataforma con el acompañamiento directo (sesiones colaborativas) e indirecto del instructor o los instructores, por lo que deberá establecer un tiempo de dedicación para el estudio, la lectura y la construcción de las evidencias propuestas para esta actividad de proyecto, así podrá garantizar el logro de los objetivos de formación.

En el caso de esta guía de proyecto se tiene estimado trabajar aproximadamente (48 horas) presenciales, las cuales serán programas en el centro de formación para lograr resultados de aprendizaje asociados a esta **Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar**.

Para las actividades presenciales podrá contar con el acompañamiento del instructor o instructores, lo que permitirá ampliar información relacionada con los diferentes temas abordados en los materiales de formación, en las evidencias de aprendizaje, y asimismo se realizará trabajo de campo para el desarrollo de los desempeños asociados a las competencias.

2. PRESENTACIÓN

El propósito de esta actividad de proyecto es desarrollar competencias sobre procesos básicos para la prestación de los servicios turísticos, tales como realizar recorridos, rutas, aplicar técnicas de comunicación, utilizar la bitácora de viajes, el manejo de inventarios y la requisición de equipos en caso de ser necesario, de acuerdo a los procedimientos establecidos por la organización.

Para un buen desempeño del guía, se hace necesario un adecuado manejo de los recursos físicos, humanos y financieros, lo que permite que se brinde un servicio de mayor calidad al turista, adicional a esto, es muy importante la comunicación con los visitantes extranjeros en su idioma durante la estadía, ya que esto permite el buen entendimiento y la valoración del lugar, causando un efecto positivo.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En esta guía adquirirá de manera activa, participativa y colaborativa los conocimientos requeridos para identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar, logrando alcanzar los siguientes resultados de aprendizaje:

260201012-05: Reportar el inventario de materiales, productos y/o equipos según políticas de la organización.

260201019-04: Gestionar recursos financieros, materiales y equipos de acuerdo con el plan de actividades y políticas de la organización.

240201501-05: Encontrar vocabulario y expresiones de inglés técnico en anuncios, folletos, páginas web, etc.

240201502-01: Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.

260201003-03: Verificar la logística para el desarrollo de las actividades según protocolos de la organización.

260201020-01: Identificar los atractivos, facilidades y planta turística más relevantes del destino, de acuerdo con la clasificación establecida y la normatividad vigente.

Para lograr dichos resultados, se propone la realización de las siguientes actividades de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje presencial: Identificar toda la información del entorno turístico con el acompañamiento del instructor, que le permitan acercarse a las actividades, facilidades y planta turística como insumos para el diseño de su recorrido.

- **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.

Actividad de aprendizaje 12: Administrar el inventario de materiales, productos y/o equipos según políticas de la organización, donde usted entregará cuatro evidencias:

- **Evidencia 1:** Ficha de inventario “Elaborar el inventario físico de equipos para la guianza turística”.

- **Evidencia 2:** Informe de requisición “Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos”.

- ***Evidence 3:*** *Audio “Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms”.*

- ***Evidence 4:*** *A script for a movie “Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts”.*

Actividad de aprendizaje 13: Verificar la logística para el desarrollo de las actividades según protocolos de la organización, donde usted entregará una evidencia.

- **Evidencia 5:** Bitácora del guía de turismo “Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico”.

Actividad de aprendizaje 14: Identificar los atractivos, facilidades y planta turística aplicables al diseño de rutas y paquetes turísticos, donde usted entregará una evidencia.

- **Evidencia 6:** Presentación “Caracterizar los prestadores de servicios turísticos”.

Actividad de aprendizaje presencial: Identificar toda la información del entorno turístico con el acompañamiento del instructor, que le permitan acercarse a las actividades, facilidades y planta turística como insumos para el diseño de su recorrido.

Informe de la presencialidad

El propósito de esta evidencia presencial es identificar toda la información del entorno turístico con el acompañamiento del instructor, que le permita acercarse a las actividades, facilidades y planta turística como insumos para el diseño de su recorrido.

Para el desarrollo de las actividades presenciales de esta guía de proyecto, se tiene estimado trabajar aproximadamente 48 horas, las cuales serán programadas por el centro de formación; recuerde consultar con el instructor las fechas determinadas para estos encuentros y tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Revisar el cronograma de encuentros presenciales que se encuentra en la plataforma (LMS).

2. Informarse en el encuentro presencial sobre las actividades a desarrollar.

3. Tenga en cuenta las características de los encuentros presenciales, las cuales incluyen:

    - Taller de elaboración de bitácora de guías de turismo.

    - Taller para la identificación de atractivos, facilidades y planta turística.

    - Taller para la identificación de recursos humanos, financieros y logísticos para la guianza.

    - Sesiones de tutorías en el centro de formación en los ambientes de aprendizaje para desarrollar los RAP básicos y transversales de inglés.

4. Asistir a los encuentros presenciales y participar de las actividades propuestas por los instructores.

5. Descargue el “Formato informe de la presencialidad” que se encuentra en los materiales complementarios de esta actividad de proyecto y diligencie el documento según las instrucciones dadas en el formato.

6. Envíe el informe de la presencialidad al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente de formación, Ambiente Virtual de Aprendizaje, lugares culturales y naturales.

Materiales: computador, internet, material de formación “Recursos para la guianza turística”, material complementario “Formato informe de la presencialidad”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar las actividades, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

3.1 Actividad de aprendizaje 12: Administrar el inventario de materiales, productos y/o equipos según políticas de la organización.

Antes de dar inicio en este proceso de aprendizaje, es importante hacer un análisis del papel que desempeñan las atracciones y las facilidades turísticas, entendidas como todas aquellas instalaciones y servicios destinados a facilitar el alojamiento, la alimentación y los servicios complementarios; es decir son factores claves para que el viajero elija su destino.

A continuación encontrará un listado de servicios que normalmente se desarrollan alrededor de las actividades turísticas en los diferentes destinos; califique de uno a tres, siendo uno nada importante, dos poco importante y tres muy importante, según el grado de importancia que usted le otorgue a cada servicio al momento de elegir un destino turístico.

Servicio (facilidad)	Calificación (de 1 a 3)
Alojamiento (que el destino cuente con buenos hoteles, posadas, entre otros).	
Gastronomía (variedad de restaurantes y zonas de alimentación en el destino).	
Agencias de viajes (facilitar las operaciones de compra de tiquetes y asesoría en el viaje).	
Transporte (disposición de medios de transporte para llegar al destino, y movilización en el tiempo de estadía).	

Fuente: SENA

Una vez realizado el ejercicio, reflexione sobre la relevancia de las facilidades e infraestructura turística en la elección de un destino de viaje.

Luego participe en el **Foro de reflexión "Reconocimiento de saberes"** y argumente su punto de vista frente al siguiente interrogante, el cual le servirá para contextualizarse en los temas que se abordarán en la presente guía:

¿Cómo influye la imagen de un destino turístico frente a una persona que decide visitarlo?

Nota: las actividades descritas son de autorreflexión y autoconocimiento y tienen como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la actividad de proyecto. Por lo tanto no son calificables.

Este foro se encuentra ubicado en la opción del menú principal: Foros de discusión / Foro de reflexión "Reconocimiento de saberes".

Elaborar el inventario físico de equipos para la guianza turística

El inventario físico reúne información relevante que describe de manera detallada el estado de los activos en una empresa u organización, de manera que al realizar una consulta sobre algún equipo, se refleje su condición real, permitiendo la toma de decisiones para la ejecución de las actividades turísticas programadas.

El propósito de esta evidencia es determinar cómo reportar en una ficha de inventario, la información de los equipos y materiales requeridos para el desarrollo de las actividades de guianza, identificando así, las inconsistencias y novedades presentadas en estos, con el fin de llevar un control de los mismos, ya que es necesaria la verificación periódica antes de cada recorrido o desarrollo de dichas actividades.

La empresa de guianza "LPQ", donde trabaja Pablo, le ha solicitado que realice la revisión anual de los equipos con los que cuenta la organización para el desarrollo de las diferentes actividades turísticas que ofrece actualmente y que adicionalmente elabore una ficha de inventario; por ende, Pablo con ciertas dudas sobre el proceso, acude a usted para que le colabore en el desarrollo de la labor encomendada.

Para elaborar esta evidencia tenga en cuenta lo siguiente:

1. Para el control de los inventarios es necesario que retome como base dos conceptos vistos anteriormente en el material de formación llamado "Materiales, equipos y recursos requeridos en el plan de acción" de la actividad de proyecto 3, como son la hoja de vida de los equipos y el reporte de novedades. La ficha debe contener la siguiente información:

    - Código.

    - Tipo de bien.

- Marca o modelo.
- Número de serie.
- Estado.
- Responsable.
- Ubicación.
- Fecha de ingreso.
- Número de factura.
- Observaciones (motivos de baja).

Anexe la información adicional que considere necesaria para complementar la construcción de la ficha.

2. Diligencie en la ficha de inventario elaborada, la información de los materiales y equipos con los que cuenta la empresa que se encuentran relacionados en la evidencia descargable.

3. Envíe el documento con el desarrollo de la evidencia al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, materiales de formación “Materiales, equipos y recursos requeridos en el plan de acción”, “Recursos para la guianza turística”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Ficha de inventario “Elaborar el inventario físico de equipos para la guianza turística”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / Evidencia 1: Ficha de inventario “Elaborar el inventario físico de equipos para la guianza turística”.

Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos

Para que el servicio de guianza turística sea más competitivo, es importante que el guía posea la capacidad de identificar y establecer los recursos necesarios para la

prestación del servicio; por lo tanto se deben poseer ciertas competencias en el tema, dado que es el responsable de los recursos utilizados en el servicio contratado.

Para el desarrollo de esta evidencia, consulte el material de formación denominado "Recursos para la guianza turística" correspondiente a esta actividad de proyecto.

Luego de esta consulta, lea y desarrolle lo siguiente:

La empresa de guianza "LPQ" desea ofrecer la prestación del servicio de caminatas (*trekking*), incluyendo una actividad de aventura para un grupo de 50 turistas aproximadamente. Catalina quien es compañera de Pablo y una de las empleadas de la empresa con un buen conocimiento del tema, debe realizar un informe donde gestione los recursos necesarios para implementar dicha actividad, dado su aprendizaje en esta área; por lo anterior ayúdele a Catalina a cumplir con lo asignado.

- Describa el lugar o área donde se llevará a cabo la caminata, teniendo en cuenta la capacidad de carga (incluya imágenes).

- Seleccione y plantee la actividad de aventura a incluir.

- Dada la actividad física que conlleva la caminata, proyecte hidratación, almuerzo y dos refrigerios (mañana y tarde), así como la entrada al área natural.

- Determine los recursos físicos (materiales y equipos), para esto tome como base el formato de requisición de materiales visto en el material de formación "Recursos para la guianza", específicamente en el subtema de "Recursos físicos".

- Adicionalmente diseñe un formato donde relacione los recursos humanos requeridos para esta actividad y otro para registrar los recursos financieros necesarios para la operación del recorrido.

- Recopile en un informe de requisición los puntos señalados anteriormente.

Envíe el archivo al instructor con el desarrollo de esta evidencia (informe de requisición) a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Recursos para la guianza turística", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 2: Informe de requisición "Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / Evidencia 2: Informe de requisición “Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos”.

Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms

The language learning process for a tourist guide must involve a wide variety of linguistic elements required for an effective communication with the customers. In the first levels of language learning, the most challenging area is building a vocabulary that includes all the technical concepts and words that are used on the everyday activities.

Understanding how to properly use an inventory is essential to develop the tour guiding labor, and to manage the descriptions of the equipment in English will provide you security when you are addressing to a foreign people. Another important element that makes a tour guide a good professional is the proper us of phonetics, because this does not include a perfect pronunciation, but a good understanding of the dialectal differences of foreign people and be able to talk in a certain way that your clients understand your speech.

This evidence is intended to promote arise awareness toward the need of managing an inventory of equipment in English. Also, it is necessary to practice pronunciation and read technical documents to understand how to give directions, instructions and recommendations about equipment usage.

In order to complete the evidence, the apprentice must:

1. *Read the learning material "Tour guiding resources” in order to have the necessary tools for the elaboration of the evidence.*

2. *Download the Evidence 3: Audio “Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms”.*

3. *Develop the points that are requested there.*

4. *Send the instructor the audio file with the reading of the complementary material and the text file with the instructions paragraph for a tourist about how to use 10 elements or equipment for the tour guiding, through the virtual learning platform.*

Environment required*: Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material “Tour guiding resources”, complementary material “Sleeping bag basics”, “Outdoor footwear basics”, “Ten essentials”, “Backpack basics”, “Outdoor clothing basics”, glossary and SENA library.*

Evidence 3: *Audio "Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms".*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / *Evidence 3: Audio "Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms".*

Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts

The tour guide should be able to keep detailed records of the equipment under his or her charge, and should also be able to explain how such materials are used when conducting a tour. The process of giving instructions requires an advanced knowledge of the language, as it uses verb tenses, specific and technical vocabulary.

Teamwork is essential to achieve positive results, as the process of tourist guidance requires coordinated work among different experts, from different backgrounds, to resolve any mishap that may occur during the guidance. Likewise, the interaction between learners in English becomes relevant during the process of learning the language, as the ability to communicate, question, motivate and dialogue is exercised, so that immersion in a different linguistic context than the native language is best executed.

The learning process of the tourist guide's professional skills must be focused on interaction with tourists, and this requires social, discursive, respectful and caring skills from abroad. Therefore, this evidence seeks for the learner to demonstrate that he or she has the communicative and interactive skills to properly develop a tourist guide.

You already know what materials you can use to make cultural tours and natural tours. In the learning material "Tour guiding resources" is presented a basic vocabulary about gear and equipment for city tours and natural environment activities.

In order to complete the evidence, the apprentice must:

1. *Read the learning material "Tour guiding resources" in order to have the necessary tools for the elaboration of the evidence.*

2. *Download the Evidence 4: A script for a movie "Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts".*

3. *Develop the points that are requested there.*

4. *Send the instructor the document with the story as a script for a movie that must be saved in .Doc or Docx extension and the file of video in mp3, .mp4, .mov, or .wma format, through the virtual learning platform.*

***Environment required**: Virtual Learning Environment.*

***Materials:** computer, internet, training material "Tour guiding resources", complementary material "Sleeping bag basics", "Outdoor footwear basics", "Ten essentials", "Backpack basics", "Outdoor clothing basics", glossary and SENA library.*

***Evidence 4:** A script for a movie "Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts".*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / *Evidence 4: A script for a movie "Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts*".

3.2 Actividad de aprendizaje 13: Verificar la logística para el desarrollo de las actividades según protocolos de la organización.

Registrar los acontecimientos y sucesos de un recorrido turístico

La bitácora es un registro escrito de las acciones que se llevaron a cabo en el ejercicio de una determinada actividad en un marco de tiempo determinado, teniendo en cuenta las fallas que se produjeron, los cambios que se introdujeron y los costos que se ocasionaron, entre otros aspectos.

Cabe mencionar que la bitácora de viaje la debe diligenciar quien realice las actividades, en este caso el guía de turismo, es por esto, que el guía debe tener la capacidad de llevar los registros de los acontecimientos y sucesos relevantes que se presentan durante el desarrollo del servicio prestado, verificando el cumplimiento de la totalidad de las actividades programadas, según las instrucciones y recomendaciones establecidas en el plan de acción.

El propósito de esta evidencia es elaborar una bitácora de viaje que permita comunicar los pormenores ocurridos durante el recorrido, así como el avance del proceso en cuanto al cumplimiento del objetivo, posibilitándole así, comprender cuáles han sido los errores y decidir qué medidas tomar con anterioridad para encarar condiciones similares en el futuro.

Para el desarrollo de la evidencia tenga en cuenta los siguientes aspectos:

1. Consulte el material de formación denominado “Recursos para la guianza turística”, especialmente el tema de “La bitácora del guía de turismo”.

2. Luego de esta lectura, revise la evidencia descargable, en donde encontrará el resumen de un recorrido a Villa de Leyva, promocionado por la empresa de guianza “LPQ”. Lea cuidadosamente el plan proyectado inicialmente para este recorrido y los diferentes contratiempos presentados durante el mismo.

3. Establezca un paralelo entre las actividades programadas y las que se ejecutaron y finalmente determine si cada una de las actividades planeadas se llevó a cabo según el objetivo establecido.

4. Identifique los motivos por los cuales no se dio el debido cumplimiento de algunas de las actividades programadas.

5. Argumente como guía de turismo, qué acciones preventivas se pudieron haber tomado para evitar este tipo de situaciones.

6. Elabore el formato de bitácora del guía de turismo y consigne allí los sucesos ocurridos durante el desarrollo del recorrido analizado, teniendo en cuenta lo visto en el material de formación.

7. Envíe el documento con el desarrollo de la evidencia al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Recursos para la guianza turística”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 5: Bitácora del guía de turismo “Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / Evidencia 5: Bitácora del guía de turismo “Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico”.

3.3 Actividad de aprendizaje 14: Identificar los atractivos, facilidades y planta turística aplicables al diseño de rutas y paquetes turísticos.

Caracterizar los prestadores de servicios turísticos

De acuerdo a la ley 300 de 1996, se entiende por prestador de servicios turísticos a toda persona natural o jurídica, que habitualmente proporcione, intermedie o contrate

servicios directa o indirectamente con el turista. Dentro de los prestadores de servicios turísticos pueden encontrarse hoteles, restaurantes, transporte, agencias de viaje, entre otros.

El guía de turismo en el ejercicio de su labor debe tener la capacidad de identificar los agentes prestadores de servicios turísticos necesarios para el desarrollo de sus actividades.

El propósito de esta evidencia es recopilar información básica que permita caracterizar a los prestadores de servicios turísticos de una región determinada.

Para el desarrollo de la evidencia tome en cuenta los siguientes aspectos:

1. Consulte el material de formación denominado “Recursos para la guianza turística”, correspondiente a esta actividad de proyecto.

2. Retome la región con la cual trabajó en la Evidencia 2: Formato “Elaborar el inventario de recursos y atractivos turísticos de un área de su departamento”, de la actividad de proyecto 2.

3. Identifique las facilidades de los agentes prestadores de servicios de la región seleccionada; tome en cuenta la estructura que se expone en el material de formación y en la evidencia descargable.

4. Realice un registro de los principales prestadores de servicios turísticos, máximo 10 por cada prestador, así:

    - Establecimientos de alojamiento y hospedaje.
    - Establecimientos gastronómicos y bares.
    - Agencias de viajes (operadoras de guías de turismo con tarjeta profesional).
    - Empresas de transporte.

5. Este registro debe contener información como:

    - Nombre o razón social del establecimiento.
    - Nombre del propietario o representante legal.
    - Dirección.
    - Municipio o ciudad.

- Correo electrónico.
- Página web.
- Capacidad.

6. Con esta información, realice una presentación con diapositivas donde exponga la caracterización de los prestadores de servicios turísticos registrados por la región.

7. Envíe el archivo al instructor con la presentación a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Nota: esta evidencia será el insumo para la realización de evidencias posteriores.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Recursos para la guianza turística", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 6: Presentación "Caracterizar los prestadores de servicios turísticos".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Planeación / Actividad de proyecto 4: Identificar y determinar los atractivos, facilidades y planta turística del recorrido a realizar / Evidencia 6: Presentación "Caracterizar los prestadores de servicios turísticos".

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.	• Revisa el estado de los activos reportando inconsistencias y novedades en el formato establecido de acuerdo con la normatividad vigente. • Selecciona recursos, materiales y equipos de acuerdo con la actividad y las técnicas de guianza establecidas en el plan de acción.	**Lista de verificación:** Informe.

	• Verifica el desarrollo de las actividades del recorrido de acuerdo con el plan de acción establecido. • Verifica el cumplimiento de las instrucciones y recomendaciones dadas. • Selecciona atractivos del destino explicando los aspectos significativos de acuerdo con la clasificación del inventario turístico. • Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma. • Saluda en inglés utilizando expresiones de cortesía de acuerdo con el momento del día. • Dramatiza en inglés una historia breve utilizando verbos regulares e irregulares. • Ubica el interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.	

Evidencia de producto: **Evidencia 1:** Ficha de inventario "Elaborar el inventario físico de equipos para la guianza turística".	Revisa el estado de los activos reportando inconsistencias y novedades en el formato establecido de acuerdo con la normatividad vigente.	**Lista de verificación:** Ficha inventario.
Evidencia de producto **Evidencia 2:** Informe de requisición "Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos".	Selecciona recursos, materiales y equipos de acuerdo con la actividad y las técnicas de guianza establecidas en el plan de acción.	**Rúbrica:** Informe de requisición.
Evidencia de desempeño: ***Evidence 3:*** *Audio "Reading technical texts to pronounce vocabulary and language idioms".*	Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma.	**Lista de chequeo:** Audio.
Evidencia de desempeño: ***Evidence 4:*** *A script for a movie "Develop a narration in order to reproduce English sentences or simple statements to express ideas or concepts".*	• Saluda en inglés utilizando expresiones de cortesía de acuerdo con el momento del día. • Dramatiza en inglés una historia breve utilizando verbos regulares e irregulares. • Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.	**Lista de chequeo:** Video.
Evidencia de producto: **Evidencia 5:** Bitácora del guía de turismo "Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico".	• Verifica el desarrollo de las actividades del recorrido de acuerdo con el plan de acción establecido.	**Lista de verificación:** Bitácora.

	• Verifica el cumplimiento de las instrucciones y recomendaciones dadas.	
Evidencia de producto: **Evidencia 6:** Presentación "Caracterizar los prestadores de servicios turísticos".	Selecciona atractivos del destino explicando los aspectos significativos de acuerdo con la clasificación del inventario turístico.	**Rúbrica:** Presentación.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Accommodation: *A room, group of rooms, or building in which someone may live or stay.*

Almacén: aquel en donde se guarda, almacena y son manejados los productos de la empresa.

Amusement park: *A commercially operated enterprise that offers rides, games, and other forms of entertainment.*

Beach resort: *A seaside resort is a resort located on the coast. Where a beach is the primary focus for tourists, it may be called a beach resort.*

Bien: conjunto de atributos físicos y tangibles reunidos en una forma identificable, para satisfacer las necesidades del cliente.

Boundaries: *Something that indicates a border or limit.*

Calidad: eficacia con que un producto cumple las expectativas del comprador.

Cliente: individuo u organización que toma una decisión de compra.

Comprar: implica vender bien las mercancías que los clientes necesitan; recuperar el costo de la compra y obtener una ganancia para la empresa.

Consumidor: persona o grupo de personas que usa o consume un producto.
Costo de almacenamiento: los costos anuales de almacenamiento de existencias se expresan como un porcentaje del promedio anual del valor del inventario; incluyen gastos de caja, así como costos intangibles.

Cuisine: *A characteristic manner or style of preparing food.*

Destination: *Denoting a place that people will make a special trip to visit.*

Destino turístico: área geográfica donde se localiza el tractivo turístico.

Enhance: *Intensify, increase, or further improve the quality, value, or extent of.*

Entertainment: *The action of providing or being provided with amusement or enjoyment.*

Facilities: *Permanent, semi-permanent, or temporary commercial or industrial property such as a building, plant, or structure, built, established, or installed for the performance of one or more specific activities or functions.*

Forestry: *The science and art of cultivating, maintaining, and developing forests.*

Harbor: *A place on the coast where vessels may find shelter, especially one protected from rough water by piers, jetties, and other artificial structures.*

Investor: *Someone who commits capital in order to gain financial returns.*

Itinerario: descripción de una ruta, que indica los lugares por donde se va a pasar.

Labor force: *All the members of a particular organization or population who are able to work.*

Lista de chequeo: es la herramienta fácil de implementar y una de las más efectivas para el control de los procesos. La lista debe originarse del plan de seguimiento y medición de los procesos.

Manmade: *Made by humans rather than occurring in nature; synthetic.*

Marketer: *One that sells goods or services in or to a market, especially one that markets a specified commodity.*

Mercado objetivo: son todas aquellas personas a las que las agencias de viajes pueden atender mediante la prestación de sus servicios y/o paquetes turísticos.

Non-profit: *Not seeking or producing a profit or profits.*

Profitability: *The quality of affording gains or benefit or profit.*

Railway station: *Terminal where trains load or unload passengers or goods.*

Reserva: es la cantidad de materiales o de productos que se mantienen en existencia tal como una provisión de seguridad o para casos en que las cantidades calculadas para el consumo durante el periodo de entregas lleguen a agotarse, ya sea por demora

en la entrega, por consumo más rápido, por salidas a producción o por ventas a clientes.

Resource: *An economic or productive factor required to accomplish an activity, or as means to undertake an enterprise and achieve desired outcome.*

Servicios complementarios: son las actividades o servicios que complementan el paquete turístico para generar valor agregado y aumentar la satisfacción del cliente.

Sewage: *Waste water and excrement conveyed in sewers.*

Stay: *A period of staying somewhere: An overnight stay at a luxury hotel.*

Successful: *Having attained wealth, position, honors, or the like.*

Tiempo de adquisición: el tiempo de entrega es el número de días, semanas o meses que tarda un pedido de compra en llegar al almacén, después de haber sido solicitado al proveedor.

Tourism supply: *Natural resources, infrastructure, superstructure, transportation and hospitality resources.*

Tourist attractions: *A physical or cultural feature of a particular place that individual travelers or tourists perceive as capable of meeting one or more of their specific leisure-related needs.*

Tourist friendly: *That attracts tourist because of its nature.*

Wildlife: *Wild animals and vegetation, especially animals living in a natural, undomesticated state.*

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Bonilla, R. (2007). *Atención y guiado de turistas para guías generales*. San José: Instituto Nacional de Aprendizaje.

Chan, N. (2005). *Circuitos turísticos, programación y cotización*. Buenos Aires: Ediciones turísticas.

Chiavenato, I. (2000). *Administración de recursos humanos*. (5ª ed.). California: McGraw-Hill.

Instituto Distrital de Turismo y ANATO. (2007). *Manual para el diseño de paquetes turísticos.* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Judd, N. (s.f.). *How to use a carabiner.* Recuperado de https://www.trails.com

Kohl, J. (2006). *Guiding Gadgets of a professional interpreter*. Recuperado de http://www.jonkohl.com

Marticorena, P. (s.f.). *El guía de turismo como elemento clave del servicio turístico*. Tumbes: Universidad Nacional.

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Programa de Transformación Productiva. (2014). *Buenas prácticas en turismo de naturaleza, Guías de turismo.* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Ministerio de Educación de Chile. (s.f.). *Guía de inventario*. Recuperado de http://historico.enlaces.cl

Rainforest Alliance. (s.f.). *Buenas Prácticas para turismo sostenible*. Recuperado de http://www.rainforest-alliance.org

Real Academia Española. (s.f.). *Recurso*. Recuperado de http://www.rae.es/

Rock climbing company in Spain. (s.f.). *Rock climbing courses and holidays in Spain.* Recuperado de http://www.rockclimbingspain.com

Vinicio, W. (2009). *Paquete turístico: Tras la huella de nuestra cultura precolombina en Cuenca y en el Parque Nacional Cajas*. Cuenca.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores	Adriana Milena Mesa	Líder Expertos técnicos	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío.	Septiembre de 2017
	Gloria Milena Zuluaga Osorio	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío.	
	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital.	
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	

	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autores	Diana Carolina León Romero	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío	Septiembre de 2017	Revisión y ajustes pedagógicos.
	Gloria Amparo Escudero López	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío		
	Rachman Bustillo Martínez	Guionista	Línea de producción Quindío		Revisión y ajustes de estilo y referencias.

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 5

Programa de Formación: Tecnólogo en Gestión Logística.	**Código:** 822202 **Versión:** 02
Nombre del Proyecto: Diseño de un plan maestro de logística comercial con una mirada integral que facilite el acceso a mercados internacionales.	**Código:** 1282469
Fase del proyecto: Fase II: Planeación.	

Actividad (es) del proyecto:	**Actividad (es) de aprendizaje:**	**Ambiente de formación escenario**	**Materiales de formación**	
			Devolutivo	**Consumible**
Formular el marco estratégico del plan maestro de logística comercial, con una visión integral que facilite el acceso a mercados internacionales.	Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado.	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.	(Herramienta - equipo).	(Unidades empleadas durante el programa).

Resultados de Aprendizaje:	**Competencia:**
210101007-02: Establecer las estrategias para el desarrollo de los procesos de la cadena logística verificando su cumplimiento con los objetivos y metas institucionales a través de la relación costo/beneficio y las tecnologías aplicadas en la cadena de abastecimiento, según los segmentos del mercado y los acuerdos internacionales.	**210101007:** Formular el plan estratégico de logística, de acuerdo con los objetivos corporativos de la empresa y requerimientos del mercado.

210101007-03: Elaborar el plan maestro de la organización considerando el flujo de materiales, energía, información y dinero apoyado en modelos de simulación relacionados con los procesos de compras, producción y distribución de la cadena de abastecimiento frente a los resultados y objetivos esperados. **210101007-04:** Estructurar políticas de aprovisionamiento, producción y distribución a partir de la valoración de variables internas y externas del entorno económico y tecnológico vigente para ajustar los recursos, presupuestos, e indicadores establecidos por la organización considerando la amplitud del mercado y el alcance de la política.	
210101024-03: Establecer las estrategias de distribución, teniendo en cuenta aspectos técnicos y legales de la distribución de acuerdo con la misión, objetivos, variables de mercadeo y los objetivos de la logística de la organización.	**210101024:** Establecer los sistemas de distribución según el mercado y los costos de la cadena.
240201502-08: Reproducir en inglés frases o enunciados simples que permitan expresar de forma lenta ideas o conceptos.	**240201502:** Producir textos en inglés en forma escrita y oral.
210101024-02: Asumir actitudes críticas, argumentativas y propositivas en función de la resolución de problemas de carácter productivo y social.	**240201500:** Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los Contextos laboral y social.
Duración de la guía (en horas):	211 horas.

2. INTRODUCCIÓN

El plan maestro de logística comercial es una herramienta indispensable para mejorar continuamente el servicio al cliente de las empresas que desarrollan actividades logísticas, ya que en este documento los responsables de la organización plasman cuál será la estrategia a seguir por su compañía para alcanzar sus aspiraciones, en un plazo determinado. Un elemento importante de este proceso es la formulación del marco estratégico, en donde se define la estrategia y los lineamientos que adoptará la organización para enfrentar los retos y orientar su desempeño.

No obstante, en algunas organizaciones se evidencia la ausencia de esta clase de planes, motivo por el cual es importante brindar a los aprendices del programa Tecnólogo en Gestión Logística los elementos necesarios para el diseño de esta herramienta técnica administrativa, teniendo presente que con su aplicación se contribuye con el mejoramiento de las operaciones y la competitividad de las organizaciones.

De allí, que para formular un plan estratégico es necesario entender que se deben asumir diferentes roles para identificar los problemas que requieren del diseño de propuestas en beneficio de los actores de la cadena.

En este sentido, en esta actividad de aprendizaje se tratan temas relacionados con la estructura del marco estratégico del plan maestro, el análisis del ambiente organizacional del cliente y las áreas involucradas con el servicio al cliente, como competencias necesarias para la formulación, revisión y evaluación de nuevos escenarios estratégicos, fundamentados en la satisfacción del cliente, creación de valor, sostenibilidad, viabilidad financiera y nivel de riesgo. Además, se abordan temas vinculados con la solución de conflictos, el uso de vocabulario técnico de temas logísticos en el idioma inglés y elaboración de traducciones de textos, como aspectos esenciales dentro de las actividades de la gestión logística.

La duración de esta actividad de aprendizaje es de 211 horas, correspondientes a un 20 % de horas Directas **(D)**, que se refieren al trabajo a realizar con acompañamiento del instructor y 80 % de horas Independientes **(I)**, que hacen referencia a trabajo autónomo a realizar por parte del aprendiz.

Para realizar las evidencias correspondientes a esta actividad de aprendizaje es necesario revisar los materiales de formación “Marco estratégico de un plan maestro”, “Solución de conflictos” y “*Strategic framework: developing guidelines*”, explorar los materiales complementarios y efectuar consultas en internet.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y el material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado; allí ingresa al respectivo material, que se solicita en cada evidencia.

3. ESTRUCTURACIÓN DIDÁCTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividades de reflexión inicial

- **Evidencia: Reflexión "Mi punto de vista frente a la planeación estratégica"**

  Una adecuada estructuración de la relación entre la situación presente y la proyección futura de la empresa es uno de los aspectos más importantes en la orientación estratégica. Como lo establece Ansoff (1997): "un resultado final de la dirección estratégica es el potencial para el logro futuro de los objetivos de la organización". Aunque es innegable la importancia de las áreas de dirección operativa, como lo plantean Johnson y Scholes (2001), es vital reconocer que: "el alcance de la dirección estratégica es mayor que el de cualquiera de las áreas de dirección operativa".

  Teniendo en cuenta los anteriores postulados, a manera de reflexión personal y con el fin de conocer su manejo sobre el tema, se le sugiere analizar los siguientes interrogantes:

  - ¿Por qué algunas compañías mantienen un buen desempeño mientras otras de la misma industria declinan?
  - ¿Cree que las probabilidades de éxito de una empresa que tiene definido su marco estratégico y una que no, son las mismas?
  - ¿Por qué algunas empresas sobreviven y prosperan incluso en condiciones económicas e industriales adversas?

  Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

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

- **Evidencia: Perfil de oportunidades y amenazas en el medio**

  De acuerdo a Loaiza (2012), para desarrollar un buen plan maestro aplicado a la gestión logística es necesario realizar un análisis objetivo acerca de las posibles Oportunidades y Amenazas (O&A) presentes en la organización. Para llevar a cabo este proceso es necesaria la aplicación de un Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM), con lo cual se puede obtener información, identificar las oportunidades y las amenazas

de la organización, calificar los elementos externos y calificar su impacto.

En este sentido, Dussán y Moreno (2004) definen:

> El Perfil de Oportunidades y Amenazas en el Medio (POAM) es la metodología que permite identificar y valorar las amenas y oportunidades potenciales de una empresa. Dependiente de su impacto e importancia, el grupo estratégico puede determinar si un factor dado en el entorno constituye una amenaza o una oportunidad para la compañía. (Dussán y Moreno, 2004, p. 14)

Teniendo en cuenta la importancia del tema en el diseño de un plan maestro, se le invita a realizar consultas en la web u otros medios de su preferencia, acerca del POAM y su importancia en la formulación del marco estratégico del plan maestro de logística, aspectos necesarios para el desarrollo de posteriores evidencias en esta guía de aprendizaje.

Posteriormente, analice las siguientes preguntas:

- ¿Qué aportes traería la aplicación de un POAM en cada uno de los eslabones de la cadena de abastecimiento de una organización?
- ¿De qué manera estos resultados fortalecerían la construcción de un plan maestro de logística?

Nota: este ejercicio tiene como finalidad encaminarlo y motivarlo en el desarrollo de los temas de esta actividad de aprendizaje, por tal razón no es calificable.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización)

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de apropiación del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 1: Flujograma “Procesos de la cadena logística y el marco estratégico institucional”**

  Según el manual de procesos y procedimientos de la Gobernación del Magdalena:

> Un proceso se puede definir como una serie de actividades, acciones o eventos organizados interrelacionados, orientadas a obtener un resultado específico y predeterminado, como consecuencia del valor agregado que aporta cada una de las fases que se llevan a cabo en las diferentes etapas por los responsables que desarrollan las funciones de acuerdo con su estructura orgánica. (Gobernación del Magdalena, s.f.)

A su vez, los procedimientos son definidos allí como:

> Módulos homogéneos que especifican y detallan un proceso, los cuales conforman un conjunto ordenado de operaciones o actividades determinadas secuencialmente en relación con los responsables de la ejecución, que deben cumplir políticas y normas establecidas señalando la duración y el flujo de documentos. Por ejemplo: procedimiento para pago de nómina, cobro de cuentas por servicios prestados, compra y suministro de materiales, etc. (Gobernación del Magdalena, s.f.)

Basado en lo anterior y teniendo en cuenta el material de formación “Marco estratégico de un plan maestro” y el material “Guía técnica para la elaboración de manuales y procedimientos” ubicado en los materiales complementarios de esta actividad de aprendizaje, elabore un diagrama de flujo donde se indique la relación entre los procesos y procedimientos de la cadena logística y los objetivos y metas de una organización.

Para conocer más acerca del desarrollo del flujograma, revise el documento de la evidencia en su versión descargable.

Elabore el flujograma en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo junto con la respuesta a las preguntas formuladas en la evidencia al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 1: Flujograma “Procesos de la cadena logística y el marco estratégico institucional”. **Total horas: 38, 5 (D) y 33 (I).**

- **Evidencia 2: Evaluación "Marco Estratégico Organizacional"**

  La evaluación correspondiente a esta actividad de aprendizaje busca verificar el conocimiento adquirido y validar su competencia en las distintas temáticas tratadas. Esta evaluación consta de 10 preguntas y su duración es de una hora.

  Recuerde que tiene habilitado un único intento, así que una vez empiece la prueba, debe terminarla.

  Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Marco estratégico de un plan maestro" y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

  Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 2: Evaluación "Marco Estratégico Organizacional". **Total horas: 8, 1 (D) y 7 (I).**

- **Evidencia 3: La planeación estratégica y la gestión logística**

  En el sector logístico es necesario contar con una planeación estratégica que permita a través del análisis de las variables internas o externas de la empresa minimizar costos, mejorar los procesos de distribución, producción, aprovisionamiento y generar valor agregado a cada uno de los servicios ofrecidos. En este sentido, la planeación no solo es un elemento relevante dentro de la construcción de un plan maestro, ya que entre otras cosas ayuda a definir el direccionamiento de la empresa, asegurando su éxito dentro del mercado.

  Basado en lo anterior, elabore un documento donde relacione las medidas que adoptaría para optimizar los procesos de producción, distribución y aprovisionamiento de determinado producto en una empresa. Para desarrollar esta evidencia debe:

  Seleccionar una empresa de su preferencia, identificando lo siguiente:

  - Historia de la empresa.
  - Tipo de producto o servicio que fabrica y/o comercializa.
  - Mercado o sector económico en el que se desenvuelve.
  - Misión.
  - Visión.

- Principios, valores y políticas organizacionales.
- Objetivos.
- Estrategias.
- Infraestructura – Presencia a nivel nacional o internacional.
- Estructura organizacional.
- Procesos logísticos (descripción, mapas o caracterización de procesos).

Una vez caracterizada la empresa, consigne la información en un documento y luego responda, de acuerdo al tipo de mercado en el que participa:

- ¿Cree que las políticas de la empresa son consecuentes con el tipo de mercado al que pertenece?
- ¿Cree que las estrategias aplicadas por la empresa favorecen el flujo de los productos o servicios que esta produce?
- ¿Qué estrategia diseñaría para fortalecer las políticas de operación de la empresa?
- ¿Utilizaría la misma estrategia para los mercados nacionales e internacionales?

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación “Marco estratégico de un plan maestro” y los materiales complementarios pertenecientes a esta actividad de aprendizaje.

Elabore esta evidencia en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 3: La planeación estratégica y la gestión logística. **Total horas: 30, 5 (D) y 25 (I).**

- **Evidencia 4: Blog “Solución de conflictos”**

El manejo de situaciones de conflicto está determinado por el interés propio y la relación entre las partes; por lo tanto es importante contar con conocimientos básicos y habilidades para hacer confluir dichos intereses.

Con base en lo anterior, en esta evidencia debe desarrollar una serie de ítems asociados a cuatro momentos; propósito, inspeccionar y examinar, preguntar y predecir, leer con propósito y resumir, derivados de la lectura del material de formación "Solución de conflictos" y consultas externas. Luego debe publicar dicha información en el blog asociado a esta evidencia.

Para conocer más acerca del desarrollo de esta evidencia, revise el documento de la evidencia en su versión descargable.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 4: Blog "Solución de conflictos". **Total horas: 18, 1 (D) y 17 (I).**

- **Evidencia 5: *Workshop: Getting started as a translator***

En ocasiones se considera que traducir texto en inglés es un asunto sencillo, tanto como hacer uso de un traductor en línea; pero no es así; para traducir un texto de inglés a español se requieren conocimientos acerca de cómo interpretar el mensaje transmitido desde el texto original y saber comunicar su intencionalidad.

El *Workshop: Getting started as a translator* permite evidenciar el conocimiento adquirido por medio del material de formación: "*Strategic framework: developing guidelines*" y los materiales complementarios: *"Vocabulary to express your opinión"* y *"words classification".* Este taller cuenta con dos etapas: una escrita y otra oral. Durante la etapa inicial, el aprendiz deberá desarrollar las preguntas y ejercicios planteados en torno a la comprensión de vocabulario técnico del área de gestión logística y traducción de los mismos términos en contextos específicos y enviarlos en formato .doc o .pdf. mediante el enlace dispuesto en la plataforma de aprendizaje. En la etapa final, el aprendiz deberá participar en una sesión en linea (previamente definida por el instructor) donde se discutirá el taller elaborado y el aprendiz expondrá su opinión respecto al proceso de traducción.

El instructor programará la sesión virtual; el aprendiz deberá revisar constantemente los anuncios en la página principal del programa de formación y los demás medios de comunicación usados con el instructor para conocer la fecha y la hora.

Para tal fin, debe revisar el documento de la evidencia en su versión descargable y conocer más acerca del desarrollo de la evidencia *Workshop: Getting started as a translator.*

La elaboración del taller se puede realizar en la herramienta de su preferencia y

posteriormente, enviar el archivo al instructor en formato .doc o .pdf a través de la plataforma virtual de aprendizaje para la posterior socialización de su experiencia como traductor en una sesión colaborativa.

En caso de requerir mayor información, acceda a la biblioteca SENA u a otras fuentes de internet.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 5: *Workshop: Getting started as a translator*. **Total horas: 23, 5 (D) y 18 (I).**

3.4. Actividades de transferencia del conocimiento

El instructor programará una asesoría virtual de acompañamiento a través de la plataforma para brindar pautas y orientaciones específicas a tener en cuenta en el desarrollo de las evidencias que conforman las actividades de transferencia del conocimiento. La fecha y el horario para este encuentro virtual serán indicados por el instructor oportunamente.

- **Evidencia 6: Propuesta "Plan maestro y estrategias de distribución logística"**

  En esta evidencia elabore un acercamiento al desarrollo del plan maestro, por medio del diseño de las estrategias de distribución nacional e internacional para determinado producto o servicio, considerando las variables inherentes a este proceso (financieras, técnicas, humanas y legales).

  Para ello siga los pasos descritos:

  - Inicialmente debe seleccionar una empresa y un posible producto o servicio a comercializar, así como un posible cliente de otro país con el cual estaría interesado en establecer relaciones comerciales.

  - Diseñe la estructura organizacional para el departamento de logística, con sus respectivas funciones y el equipo multidisciplinario que lo compone.

  - Proponga las estrategias de forma argumentada, teniendo en cuenta: la misión, la visión, principios, valores organizacionales, objetivos y las políticas para el departamento logístico de la empresa seleccionada.

  - Considere también aspectos como:

- La producción.
- Comercialización internacional.
- Distribución física internacional.
- Sistemas de información que permitan hacer un seguimiento en todas las etapas de la cadena de abastecimiento.
- Diseñe la planeación estratégica para comercializar y distribuir el producto o servicio, teniendo en cuenta los canales disponibles de comercialización y entrega hasta el consumidor final.
- Elabore el POAM correspondiente al proceso de distribución en el país donde se va a comercializar el producto y servicio.

Ahora, con cada uno de los puntos desarrollados anteriormente construya la propuesta del plan maestro, detallando además las características del entorno donde se piensa realizar la distribución del producto o servicio escogido (análisis del sector y el ambiente macro y micro de la empresa).

Nota: para el desarrollo de esta evidencia se deben tener en cuenta el material de formación "Marco estratégico de un plan maestro" y el material "Propuesta del diseño de un plan maestro de logística comercial" ubicado en los materiales complementarios.

Elabore esta propuesta en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 6: Propuesta "Plan maestro y estrategias de distribución logística". **Total horas: 64, 10 (D) y 54 (I).**

- **Evidencia 7: Agenda de trabajo "Solución de conflictos para equipos de trabajo interdisciplinarios"**

La presencia de conflictos en las empresas y la búsqueda de soluciones funcionales y constructivas generan un aprendizaje personal, grupal y organizacional. Concebir el conflicto como algo positivo y remediarlo de manera acertada y cooperativa constituye una experiencia formativa y proactiva.

En concordancia con lo anterior, esta evidencia debe realizar una agenda de trabajo para resolver conflictos mediante el uso de la racionalidad en contextos productivos y

sociales. Para ello, debe revisar la situación planteada en la evidencia y realizar la respectiva agenda donde se propongan de manera justificada diferentes actividades para la solución de cada uno de los conflictos presentados.

Para conocer más acerca del desarrollo de la agenda, revise el documento de la evidencia en su versión descargable.

Elabore la agenda de trabajo en la herramienta de su preferencia y envíe el archivo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Esta evidencia se encuentra ubicada en la opción del menú principal: Fase Planeación / Actividad de aprendizaje 5: Formular el marco estratégico del plan maestro de logística, teniendo en cuenta los requerimientos del mercado / Evidencia 7: Agenda de trabajo “Solución de conflictos para equipos de trabajo interdisciplinarios”. **Total horas: 30, 4 (D) y 26 (I).**

3.5. Actividades de evaluación

Evidencias de aprendizaje	Criterios de evaluación	Técnicas e instrumentos de evaluación
Evidencia de conocimiento: Evidencia 2: Evaluación "Marco Estratégico Organizacional".	Diseña las estrategias teniendo en cuenta las variables del mercado, los costos, segmentos del mercado y el flujo de bienes y servicios, considerando la relación costo beneficio y ajustándolas según las regulaciones nacionales y acuerdos internacionales.	**Cuestionario:** Evaluación.
Evidencia de producto: Evidencia 1: Flujograma “Procesos de la cadena logística y su relación con el marco estratégico institucional”.	Proyecta y construye los procedimientos para el control de las operaciones y sistemas de almacenamiento.	**Lista de verificación:** Flujograma.

Evidencia de producto: Evidencia 3: La planeación estratégica y la gestión logística.	Diseña las estrategias teniendo en cuenta las variables del mercado, los costos, segmentos del mercado y el flujo de bienes y servicios, considerando la relación costo beneficio y ajustándolas según las regulaciones nacionales y acuerdos internacionales.	**Lista de verificación:** Documento escrito.
Evidencia de producto: Evidencia 4: Blog “Solución de conflictos”.	Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas, según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.	**Lista de verificación:** Blog.
Evidencia de desempeño: Evidencia 5: *Workshop: Getting started as a translator.*	• Traduce del inglés documentos técnicos sencillos en tiempo presente y pasado. • Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma.	**Lista de chequeo:** Taller.
Evidencia de producto: Evidencia 6: Propuesta “Plan maestro y estrategias de distribución logística”.	• Crea el plan maestro, considerando las necesidades de los diferentes procesos logísticos de la organización, las políticas, estrategias y objetivos de mercadeo, restricciones, recursos,	**Lista de verificación:** Propuesta.

	productos, infraestructura y capacidad de respuesta, a través de la simulación de los procesos logísticos apoyados por software especializado según objetivos y resultados esperados. • Proyecta y construye los procedimientos para el control de las operaciones y sistemas de almacenamiento. • Implementa el plan maestro, teniendo en cuenta las variables de los diferentes procesos logísticos dando solución a problemas tecnológicos relacionados con su elaboración frente a las estrategias y objetivos de la organización. • Diseña las estrategias teniendo en cuenta las variables del mercado, los costos, segmentos del mercado y el flujo de bienes y servicios, considerando la relación costo beneficio y ajustándolas según las regulaciones nacionales y acuerdos internacionales. • Proyecta y construye	

	estrategias de desarrollo de procesos de la cadena logística, de acuerdo con la evaluación del impacto de las unidades de negocios frente a las políticas de logística, para definir la política de planeación de recursos de la empresa según los objetivos y metas institucionales. • Estructura los canales en la red de distribución, teniendo en cuenta el flujo de bienes y servicios en el canal, las variables del mercado, la capacidad financiera, nivel de servicio y desarrollo técnico, según los lineamientos generales de operación y el plan estratégico de mercadeo.	
Evidencia de producto: Evidencia 7: Agenda de trabajo "Solución de conflictos para equipos de trabajo interdisciplinarios".	• Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas, según los requerimientos de los contextos productivos y sociales. • Resuelve conflictos mediante el uso de la racionalidad, la argumentación y la	**Lista de verificación:** Agenda de trabajo.

	asertividad. • Argumenta y acoge objetivamente los criterios que contribuyen a la resolución de problemas según requerimientos del proceso formativo en función de las demandas concretas de los contextos productivos y sociales.	

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

Actividades del proyecto	**Duración (Horas)**	**Materiales de formación devolutivos: (equipos / herramientas)**		**Materiales de formación (consumibles)**		**Talento Humano (instructores)**		**Ambientes de aprendizaje tipificados**
		Descripción	**Cantidad**	**Descripción**	**Cantidad**	**Especialidad**	**Cantidad**	**Escenario (aula, laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.
Formular el marco estratégico del plan maestro de logística comercial, con una visión integral que facilite el acceso a mercados internacionales.	1080					Profesional en Ingeniería o Administración, que acredite formación en logística y/o con especialización de logística y áreas afines. Profesional en Idiomas (Nivel B2 certificado). Profesional en Psicología o Trabajo Social.	3	LMS. Computador y conexión a internet. Instalación del software: Adobe Reader y Adobe Flash Player. Paquete de ofimática. Webcam. Parlantes. Diadema. Blackboard Collaborate.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

***ABC inventory*:** inventario ABC.

Activities in parallel: actividades en paralelo.

Aggregate operations plan: plan agregado de operaciones.

Clientes: personas que acceden a un producto o servicio a partir de un pago. Existen clientes constantes, que acceden a dicho bien de forma asidua o, clientes ocasionales, aquellos que lo hacen en un determinado momento, por una necesidad puntual.

Competencia: se refiere a la rivalidad entre aquellos que pretenden acceder a lo mismo, a la realidad que viven las empresas que luchan en un determinado sector del mercado al vender o demandar un mismo bien o servicio.

Distribuidores: son aquellas empresas que tienen por encargo llevar a cabo el proceso de la distribución, es decir, el proceso que consiste en hacer llegar físicamente el producto al consumidor.

***Distribution centers*:** centros de distribución.

***Efficiency*:** eficiencia.

Entornos estáticos-dinámicos: se refiere al nivel en que los factores (económicos, políticos, sociales, ecológicos, tecnológicos, geográficos) permanecen estables o están en permanente cambio.

Entornos simples-complejos: están en función de la tecnología y el número de interacciones. Se refiere a la cantidad de factores que se tienen en cuenta en la toma de decisiones, a más factores mayor complejidad e incertidumbre y viceversa.

Ergonomics: ergonomía.

Fulfill: cumplir.

Gestión: hace referencia a la acción y a la consecuencia de administrar o gestionar algo. Al respecto, hay que decir que gestionar es llevar a cabo diligencias que hacen posible la realización de una operación comercial o de un anhelo cualquiera.

Glocalización: es una palabra creada que une la globalización y la localización. Con este

concepto se intenta entender el actual proceso de transformación como una conexión entre la dinámica local y global: lo local gana en significado porque debe participar en un sin número de lugares en la competencia global por los recursos.

Goal: es algo que simplemente alguien quiere lograr.

Integración económica: hace referencia al proceso mediante el cual dos o más países van eliminado entre ellos (pero no frente al resto de países) las distintas barreras económicas que pudieran tener, de tal forma que las transacciones económicas nacionales y las internacionales tienen cada vez menos diferencias a medida que avanza el proceso de integración.

Interculturalidad: apunta a describir la interacción entre dos o más culturas de un modo horizontal y sinérgico. Esto supone que ninguno de los conjuntos se encuentra por encima de otro, una condición que favorece la integración y la convivencia armónica de todos los individuos.

Manual: instrumento administrativo que contiene en forma explícita, ordenada y sistemática información sobre objetivos, políticas, atribuciones, organización y procedimientos de los órganos de una institución; así como las instrucciones o acuerdos que se consideren necesarios para la ejecución del trabajo asignado al personal, teniendo como marco de referencia los objetivos de la institución.

Organigrama: representación gráfica de la estructura de una empresa o una institución, en la cual se muestran las relaciones entre sus diferentes partes y la función de cada una de ellas, así como de las personas que trabajan en las mismas.

Proveedores: son aquellas empresas que tiene por encargo llevar a cabo el proceso de abastecer con algo a otra empresa o a una comunidad. El término procede del verbo proveer, que hace referencia a suministrar lo necesario para un fin.

Planeación estratégica: documento escrito en el que se detallan las acciones específicas de gestión, dirigidas a objetivos específicos dentro del mercadeo de trabajo de un determinado entorno.

Productos sustitutos: los productos sustitutivos limitan el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutivos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor. Los productos sustitutivos que entran en mayor competencia son los que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto de la empresa en cuestión. Un ejemplo clave, lo tenemos con los productos genéricos que el sector

farmacia comercializa con el beneplácito de algunos gobiernos.

Sistema: es el conjunto integrado por elementos que interaccionan de forma lógica y dinámica. La influencia ejercida sobre alguno de los elementos del sistema le afectará globalmente debido a la interrelación entre los elementos, que busca la autorregulación o equilibrio del propio sistema.

Stakeholders: cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los propósitos de una corporación. *Stakeholders* incluye a empleados, clientes, proveedores, accionistas, bancos, ambientalistas, gobierno u otros grupos que puedan ayudar o dañar a la corporación.

Supplier: proveedor.

Supplies: suministros.

Supply chain strategy: estrategia de la cadena de suministros.

Tecnologías de la Información y la Comunicación: las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro. Abarcan un abanico de soluciones muy amplio. Incluyen las tecnologías para almacenar información y recuperarla después, enviar y recibir información de un sitio a otro, o procesar información para poder calcular resultados y elaborar informes.

Waiting line management: administración de líneas de espera.

Wholesaler: mayorista.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Aduana en México. (2011). *Map of The United States*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en https://aduanaenmexico.wordpress.com/
- Ansoff, I. (1997). *La dirección estratégica en la práctica empresarial*. México: Pearson.
- Avendaño, M. (2011). *Prospectiva organizacional y estratégica*. Bogotá: UNAD.
- Banz, C. (2008). *Aprender a resolver conflictos de forma colaborativa y autónoma: un objetivo educativo fundamental.* Consultado el 06 de agosto de 2016, en http://www.educarchile.cl/

- Dussán, N. y Moreno, D. (2004). *Diseño del sistema de gestión de la calidad basado en la norma ISO 9001 versión 2000 para la empresa Calzecol SA*. Consultado el 06 de agosto de 2016, en http://www.javeriana.edu.co/
- Fareed Siddiqui, BBA, MBA-Fin, MPhil-Fin, (PhD). (2015). *Defining the terms: Vision, Mission, Goals and Objectives*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en https://www.linkedin.com
- Finzer, R. (2008). *Comparison of cargo capacity between truc - ks, trains and barges. EHhow. Discover the expert in you*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://www.ehow.com/
- Gobernación del Magdalena. (s.f.). *Manual de procesos y procedimientos*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://www.magdalena.gov.co
- González, L. (2011). *Organizaciones ciudadanas y responsabilidad social proyectadas a lo global*. Bogotá: UNAD.
- González, V. (2014). *10 consejos para una mejor traducción técnica*. Consultado el 06 de agosto de 2016, en https://prezi.com
- González, Y. (2010). El conflicto organizacional: una solución constructiva. *Revista Pensando Psicología*, *6*(11),11-27.
- Granada Empresas. (s.f.). *Preselección de países.* Consultado el 05 de agosto de 2016, en http://www.granadaempresas.es
- International Trade Centre Unctad. (1991). *Distribution. In ITC, an intermediate commercial Eenglish course for importers*. Switzerland: ITC
- Johnson, G. y Scholes, K. (2001). *Dirección Estratégica*. Madrid, España: Prentice Hall.
- Loaiza, L. (2012). *Diseño de un plan estratégico para la organización Fabenplast de Bogotá.* Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://repository.lasalle.edu.co
- Map maker (1999). *Map of The United States*. Consultado el 08 de agosto de 2015, en http://mapmakers.es/
- Mariño, J. (1999). *La supranacionalidad en los procesos de integración regional*. Madrid, España: Mave.
- Montoya, J. (2011). *Modelos y diseños organizacionales*. Palmira: UNAD.

- Nagy, J. y Wolff, R. (2013*). Caja de herramientas comunitarias, Capacitar para la resolución de conflictos*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://ctb.ku.edu/es
- Oxenden, C., Lathan, C., Selignson, P., Clanfield, L. y Target, F. (2007). *The true false show. Oxford Uiversity Press, new English file*. England: Oxford.
- Pixabay. (2015). *Continentes, banderas, siluetas y población*. Consultado el 03 de agosto de 2016, en http://pixabay.com
- Pixabay. (2015). *Negocio, la tierra*. Consultado el 03 de agosto de 2016, en http://pixabay.com
- Rodríguez, D. (1996). *Gestión organizacional: elementos para su estudio.* Universidad Iberoamericana.
- Spanish. Learn Spanish Grammar. (2016). *Logistics Spanish Word List.* Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://www.spanishdict.com/
- University of the Virgin Islands (July 1997). *Growing Mangoes in Gardners Factsheets no. 21. The United States: Cooperative Extension Service.* Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://www.uvi.edu/
- USU Libraries Reference Service Department. (s.f.). *How to Create a Concept Map*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://library.usu.edu

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADA POR)

Autores:

Expertos técnicos
Ismari Herrera Jerez
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Junio de 2016.

Jairo Enrique Figueroa
Centro de Servicios Empresariales y Turísticos
Regional Santander
Junio de 2016.

María Fernanda Vega
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Junio de 2016.

Karen Yolima Torres Tafur
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información
Regional Distrito Capital
Septiembre de 2017.

Asesores pedagógicos
Andrés Felipe Vargas Correa
Centro Agroindustrial Regional Quindío
Julio de 2016.

Juliana García Cardona
Centro de Diseño e Innovación Tecnológica Industrial
Regional Risaralda
Septiembre de 2017.

Guionista
Luz Clarena Arias González
Centro Agroindustrial
Regional Quindío
Agosto de 2016.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Análisis y Desarrollo de Sistemas de Información.
- **Código del Programa de Formación:** 228106
- **Nombre del Proyecto**: Diseño y construcción de software a la medida para el sector empresarial.
- **Fase del Proyecto**: Desarrollo.
- **Actividad de Proyecto:** AP6. Desarrollar la estructura de datos y la interfaz de usuario del sistema de información.

Competencias:

220501007. Construir el sistema que cumpla con los requisitos de la solución informática

220501033. Diseñar el sistema de acuerdo con los requisitos del cliente.

220501035. Aplicar buenas prácticas de calidad en el proceso de desarrollo de software, de acuerdo con el referente adoptado en la empresa.

240201501. Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.

240201502. Producir textos en inglés en forma escrita y oral

- **Resultados de Aprendizaje.**

  22050100703. Interpretar el informe técnico de diseño, para determinar el plan de trabajo durante la fase de construcción del software, de acuerdo con las normas y protocolos.

  22050100705. Construir la interfaz de usuario, apoyado en la evaluación del prototipo, determinando las entradas y salidas requeridas en el diseño y definiendo los lineamientos para la navegación, de acuerdo con las necesidades del usuario.

  22050100707. Construir la base de datos, a partir del modelo de datos determinado en el diseño del sistema, utilizando sistemas de gestión de base de datos, según los protocolos establecidos en la organización.

  22050103303. Aplicar políticas y mecanismos de control en el diseño del sistema de información, mediante el análisis de la vulnerabilidad de la información, siguiendo los parámetros establecidos por la organización.

22050103501. Aplicar los estándares de calidad involucrados en los procesos de desarrollo de software, siguiendo el plan establecido para mantener la integridad de los productos de trabajo definidos, según las prácticas de configuración establecidas por la empresa.

24020150103. Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

24020150205. Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico.

- **Duración de la Guía:** 451 horas / 2,5 meses.

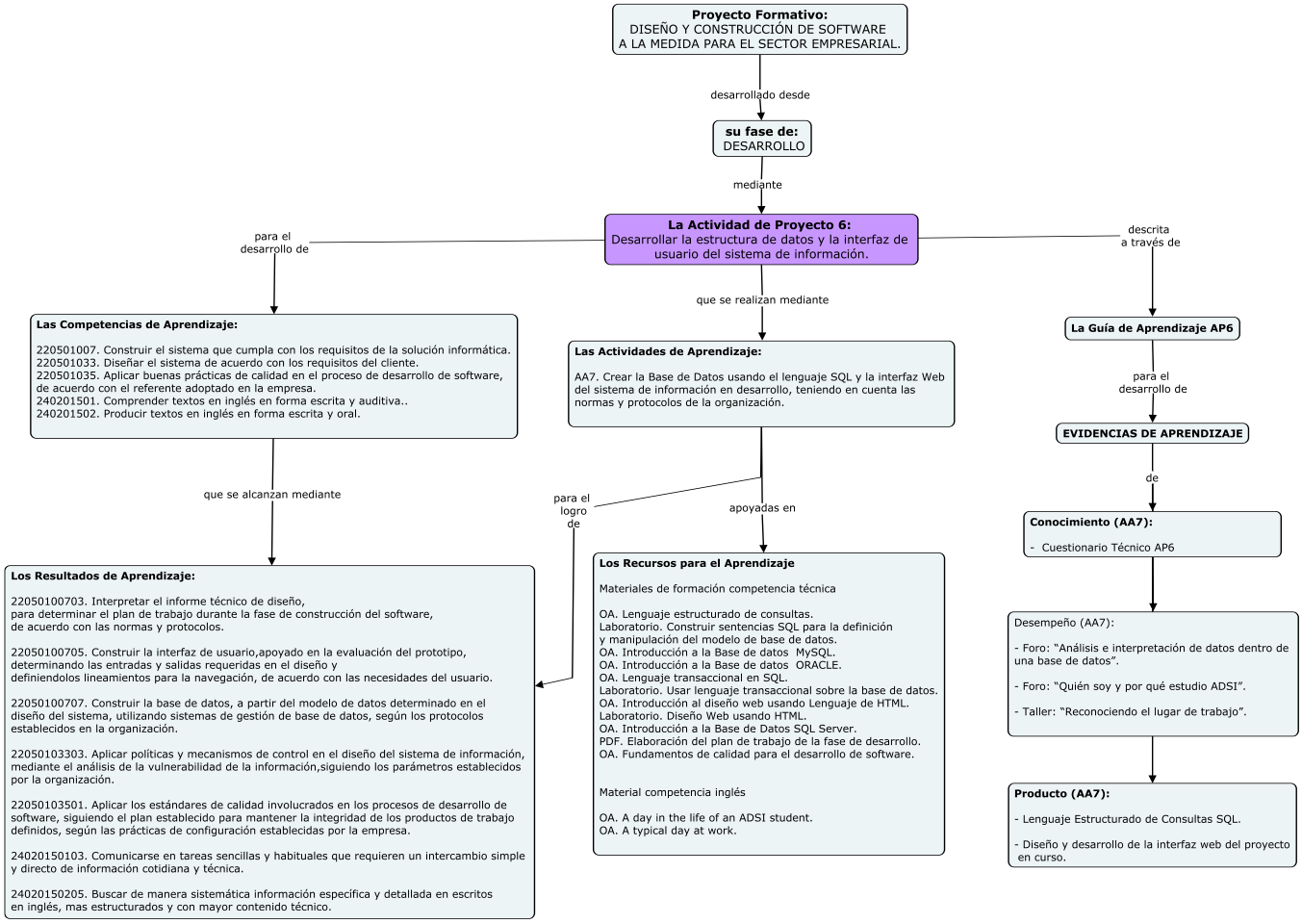
2. PRESENTACIÓN

La presente guía de aprendizaje orienta el desarrollo de la actividad de proyecto 6. ***"Desarrollar la estructura de datos y la interfaz de usuario del sistema de información."***, en esta guía el aprendiz podrá aprender temáticas que le permitirán de acuerdo con su proyecto formativo, manipular consultas dentro de una base de datos para aprender a crear, modificar y actualizar las bases de datos con cada uno de sus registros dentro de sus tablas. Adicionalmente, la actividad de proyecto contempla la revisión de contenidos referidos en la comunicación de tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica, así como la búsqueda de información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico el cual es necesario en el desarrollo de aplicaciones informáticas como la que el aprendiz se encuentra desarrollando con base en su propio diseño de interfaz y estructura de datos a manipular.

El desarrollo de la presente actividad de proyecto contempla llevar a cabo la actividad de aprendizaje: "***AA7. Crear la Base de Datos usando el lenguaje SQL y la interfaz Web del sistema de información en desarrollo, teniendo en cuenta las normas y protocolos de la organización"***. Para lograr lo planteado en la actividad de proyecto, se hace necesario que el aprendiz realice las actividades de aprendizaje establecidas siguiendo las indicaciones del instructor, teniendo en cuenta la relación y la secuencia lógica relacionadas con las fases que intervienen en el desarrollo de un sistema de información.

Con realizar lo anteriormente mencionado, se busca formar un tecnólogo en análisis y desarrollo de sistemas de información con la capacidad de llevar a cabo actividades que comprenden la fase de ***Desarrollo***; esta fase se construye la base de datos utilizando los Sistemas Gestores de Base de Datos más comunes, estos gestores permiten el diseño de un sistema de información que contemple una Base de Datos bajo las normas y protocolos establecidos por la empresa que requiere el aplicativo, de igual modo aplica para el diseño de interfaz el cual debe formularse teniendo en cuenta aspectos de usabilidad, funcionalidad y acceso a información para su registro o procesamiento, acorde con las necesidades de consulta del usuario final.

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su Fase 4 "Desarrollo", correspondiente a la Actividad de Proyecto 6: **"Desarrollar la estructura de datos y la interfaz de usuario del sistema de información"**; se hace necesario que estudie y comprenda el esquema de contenidos de la guía presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

La Actividad de Proyecto 6 tiene una duración de 451 horas y se proyecta realizar en 2,5 meses, con un promedio de trabajo académico diario de 6 a 8 horas, para el desarrollo de las actividades contará con acompañamiento de instructores de competencia técnica, de inglés y transversales. Es importante que el aprendiz organice su tiempo dada la dedicación horaria que demanda la realización de las actividades y las evidencias que se mencionan a continuación.

Evidencias
AP06-AA7-EV01. Cuestionario Técnico AP6.
AP06-AA7-EV02. Lenguaje Estructurado de Consultas SQL.
AP06-AA7-EV03. Diseño y desarrollo de la interfaz web del proyecto en curso.
AP06-AA7-EV04. Foro: “Análisis e interpretación de datos dentro de una base de datos”.
AP06-AA7-EV05. Inglés Foro: “Quién soy y por qué estudio ADSI”.
AP06-AA7-EV06. Inglés Taller: “Reconociendo el lugar de trabajo”.

Orientación del Instructor: para el desarrollo de las actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará realimentación oportuna sobre los resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad.

Encuentros sincrónicos: mediante plataforma virtual (Collaborate) el equipo de instructores programarán y realizarán encuentros sincrónicos para dar a conocer el objetivo de la actividad de proyecto, su temática, la dinámica del proceso formativo, las actividades a realizar, las evidencias que se deberán aportar, su forma de entrega y los criterios de evaluación a aplicar, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y permitir espacios para sustentación de evidencias.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

El desarrollo de las actividades de aprendizaje que se abordan en la presente actividad de proyecto, se estructura de la siguiente manera: se plantea ejercicio de reflexión inicial basada en preguntas integrales sobre saberes previos aplicables a la actividad de aprendizaje y una actividad de apropiación de conocimiento; se describe la actividad de aprendizaje junto con las actividades a realizar y las evidencias asociadas, se menciona los recursos requeridos y el material de estudio vinculado.

Descripción de la (s) Actividades

- **Actividades de reflexión inicial.**

El “Lenguaje Estructurado de Consultas” se utiliza básicamente para buscar, modificar, eliminar y actualizar datos

desde las tablas dentro de una base de datos por medio de instrucciones sencillas y fáciles de entender porque son muy parecidas al len2guaje del ser humano y más aún si se comprende el idioma inglés, estas sentencias están básicamente organizadas de acuerdo a un orden lógico para poder lograr recuperar o encontrar los datos a buscar, esto ayuda a identificar el comportamiento de un sistema dentro de una base de datos siendo este el objetivo a lograr y que se hace por medio de una serie de pasos como lo es la construcción, diseño, normalización y definición de entidades junto con sus campos conformando registros que interactúan dentro de un sistema utilizando consultas sencillas y complejas las cuales se hacen necesarias para realizar la relación entre las tablas que intervienen dentro de una empresa y la función que cada uno de estos desempeñan dentro de los distintos procesos, por esto es importante que el aprendiz haya comprendido las actividades de aprendizaje planteadas y que durante su proceso de formación e identifique los elementos que intervienen en el "Lenguaje Estructurado de Datos" y tener en cuenta los conocimientos previos sobre la temática y metodología las cuales se hacen necesarias para continuar con el aprendizaje en la respectiva actividad de proyecto.

- ¿Qué es un lenguaje estructurado de datos?
- ¿Sabe usted determinar la diferencia entre el Sistema Gestor de Bases de Datos y una Base de Datos?
- ¿Qué utilidades prestan las Bases de Datos?
- ¿Qué ventajas considera tienen las consultas dentro de una base de datos?
- ¿Conoce otros motores de base de datos diferente a SQL?
- ¿Qué entiende por SQL?

Desde la óptica laboral, desarrollo de actividades y desempeño, es necesario revisar aspectos sobre su actuar y necesidades particulares para llevar a cabo actividades en el marco de proyectos de desarrollo de aplicaciones informáticas, para ello intente responder los siguientes interrogantes.

- ¿Cómo es un típico día de trabajo para usted?
- ¿Cuáles son los deberes y responsabilidades que tiene a cargo en su lugar de trabajo?
- ¿Qué actividades realiza como parte de su rutina diaria?
- ¿Cuáles son sus hábitos y costumbres?
- ¿Qué tipo de persona es usted y cuál es su estilo de vida?

Con respecto a lo anterior el adecuado manejo de la información para manipular los datos, cada una de las sentencias utilizadas en las instrucciones expresan una búsqueda en relación con la búsqueda de datos dentro de una base de datos elementos de los diagramas de casos de uso utilizando las normas y reglas de la ingeniería del software sirven para identificar las áreas que intervienen dentro de un modelo en un sistema en desarrollo para determinar la interacción de los elementos que intervienen dentro de los procesos teniendo en cuenta el comportamiento y las características propias de una organización bajo parámetros de calidad; realice un ejercicio de autoevaluación, respondiendo a sí mismo las preguntas planteadas, y determinando sus fortalezas y aptitudes frente al tema, así como, la importancia de avanzar en la adquisición de competencias requeridas durante su proceso de aprendizaje para un necesario dominio del tema.

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía de aprendizaje, son pieza clave para crear la base de datos usando el lenguaje SQL y la interfaz Web del sistema de información en desarrollo, teniendo en cuenta las normas y protocolos de la organización. por tanto, es preciso avanzar en el proceso, teniendo en cuenta que cada elemento estudiado es requerimiento en el alcance completo de las competencias que propone el programa de formación, para ello es importante que el aprendiz en formación tenga en cuenta:

- Fortalecer sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construir todas las evidencias requeridas y aplicar el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publicar las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la realimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

- **Actividad de apropiación**

Para lograr el desarrollo de las actividades de aprendizaje que se proponen en la actividad de proyecto 6, es necesario que el al aprendiz realice la lectura de los materiales de formación y se apropie de los contenidos y conocimientos dispuestos en los diversos recursos que se encuentran en plataforma virtual, en cada objeto de aprendizaje (OA), encontrará una actividad de didáctica como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general.

Materiales de formación competencia técnica

OA. Lenguaje estructurado de consultas.
Laboratorio. Construir sentencias SQL para la definición y manipulación del modelo de base de datos.
OA. Introducción a la Base de datos MySQL.
OA. Introducción a la Base de datos ORACLE.
OA. Lenguaje transaccional en SQL.
Laboratorio. Usar lenguaje transaccional sobre la base de datos.
OA. Introducción al diseño web usando Lenguaje de HTML.
Laboratorio. Diseño Web usando HTML.
OA. Introducción a la Base de Datos SQL Server.
PDF. Elaboración del plan de trabajo de la fase de desarrollo.
OA. Fundamentos de calidad para el desarrollo de software.

Material competencia inglés

OA. A day in the life of an ADSI student.

OA. A typical day at work.

Durante el proceso de lectura tendrá acompañamiento de los instructores, deberá ponerse en contacto para la programación de encuentros sincrónicos donde puede aclarar dudas e inquietudes que se presenten respecto del material de formación, una vez haya apropiado conocimientos y conceptos proceda con la presentación de la siguiente evidencia:

Evidencia (De Conocimiento)

AP06-AA7-EV01. Cuestionario Técnico AP6. Con el fin de obtener evidencia de esta actividad de apropiación, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los objetos de aprendizaje dispuestos en plataforma, se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos sobre lenguaje estructurado de consultas, construir sentencias SQL para la definición y manipulación del modelo de base de datos, introducción a la base de datos MySQL, ORACLE, lenguaje transaccional en SQL, introducción al diseño web usando lenguaje de HTML, desarrollo de interfaces gráficas con HTML5 e introducción a la base de datos SQL Server.

Resultados de Aprendizaje. Todos los RAP que están vinculados a la Actividad de Proyecto 6, a excepción de los RAP de competencias de inglés.

22050100703. Interpretar el informe técnico de diseño, para determinar el plan de trabajo durante la fase de construcción del software, de acuerdo con las normas y protocolos.

22050100705. Construir la interfaz de usuario, apoyado en la evaluación del prototipo, determinando las entradas y salidas requeridas en el diseño y definiendo los lineamientos para la navegación, de acuerdo con las necesidades del usuario.

22050100707. Construir la base de datos, a partir del modelo de datos determinado en el diseño del sistema, utilizando sistemas de gestión de base de datos, según los protocolos establecidos en la organización.

22050103303. Aplicar políticas y mecanismos de control en el diseño del sistema de información, mediante el análisis de la vulnerabilidad de la información, siguiendo los parámetros establecidos por la organización.

22050103501. Aplicar los estándares de calidad involucrados en los procesos de desarrollo de software, siguiendo el plan establecido para mantener la integridad de los productos de trabajo definidos, según las prácticas de configuración establecidas por la empresa.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP06-AA7-EV01. Cuestionario Técnico AP6.**

- **ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE.** AA7. Crear la Base de Datos usando el lenguaje SQL y la interfaz Web del sistema de información en desarrollo, teniendo en cuenta las normas y protocolos de la organización.

Actividad. Lenguaje Estructurado de Consultas.

Con base en los conocimientos adquiridos en los objetos de aprendizaje: "Lenguaje Estructurado de Consultas SQL" y el refuerzo realizado en los laboratorios: "**Construir sentencias SQL para la definición y manipulación del modelo de base de datos**" y el laboratorio "**Usar lenguaje transaccional sobre la base de datos"** se debe construir, diseñar, analizar y construir las tablas con sus campos dentro una base de datos del proyecto en curso.

A continuación, los pasos a seguir para la presentación de la evidencia:

Para presentar la evidencia se deben seguir los siguientes pasos:

Paso 1. Con base en las técnicas aprendidas en el Objeto de Aprendizaje "Lenguaje Estructurado de Consultas SQL" disponibles en el material de estudio, empiece a realizar un documento con los ejercicios de la Base de Datos propuesta en el proyecto en desarrollo.

Paso 2. Hacer el diseño y análisis de las tablas usadas en el proyecto de desarrollo en curso, realizando en cualquiera de las herramientas MySQL, Oracle Express, SQL Server Express.

Paso 3. Realizar consultas y construir las sentencias para la utilización de Procedimientos Almacenados, Funciones y Desencadenadores o Triggers.

Paso 4. Generar un archivo en procesador de texto con el código SQL, en formato .txt con el nombre Solucion_evidencia_SQL y subirlo a la plataforma.

Para el desarrollo de esta evidencia se requiere tener instalado MySQL, Oracle Express, SQL Server Express.

A continuación, se describen las actividades a realizar y las evidencias asociadas que el aprendiz debe entregar.

LO QUE DEBE CONTENER LA EVIDENCIA

Para el Desarrollo del proyecto en curso tenga en cuenta el siguiente procedimiento:

1. Leer detenidamente cada enunciado.
2. Crear las Tablas.
3. Identificar las entidades con sus campos.
4. Responder las consultas propuestas utilizando el lenguaje estructurado de consultas SQL con la solución a cada ejercicio empleando la sintaxis definida.

5. Copiar el código SQL, en un único documento, el cual debe contener el enunciado y la solución de cada enunciado.
6. Guardar el archivo con el código SQL, en formato .txt con el nombre Solucion_evidencia_SQL.

PRODUCTO(S) ENTREGABLE(S)

1. Documento con el código SQL, en formato .txt con el nombre Solucion_evidencia_SQL.

El documento debe aplicar las Normas APA para Trabajos Escritos y Documentos de Investigación.

Evidencia (De producto)

AP06-AA7-EV02. Lenguaje Estructurado de Consultas SQL. Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión al material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Resultados de Aprendizaje.

- 2205010070. Interpretar el informe técnico de diseño, para determinar el plan de trabajo durante la fase de construcción del software, de acuerdo con las normas y protocolos.
- 22050100705. Construir la interfaz de usuario, apoyado en la evaluación del prototipo, determinando las entradas y salidas requeridas en el diseño y definiendo los lineamientos para la navegación, de acuerdo con las necesidades del usuario.
- 22050100707. Construir la base de datos, a partir del modelo de datos determinado en el diseño del sistema, utilizando sistemas de gestión de base de datos, según los protocolos establecidos en la organización.
- 22050103303. Aplicar políticas y mecanismos de control en el diseño del sistema de información, mediante el análisis de la vulnerabilidad de la información, siguiendo los parámetros establecidos por la organización.
- 2205010350. Aplicar los estándares de calidad involucrados en los procesos de desarrollo de software, siguiendo el plan establecido para mantener la integridad de los productos de trabajo definidos, según las prácticas de configuración establecidas por la empresa.

Documentos asociados a la evidencia: siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV02-Lenguaje-Estructurado-Consultas-SQL.
- Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV02-Lenguaje-Estructurado-Consultas-SQL.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-AA7-EV02. Lenguaje Estructurado de Consultas SQL**

Actividad. Diseño y desarrollo de la interfaz web para el proyecto en curso.

Con base en los conocimientos adquiridos en los objetos de aprendizaje: “Introducción al diseño web con html” y el refuerzo realizado en el laboratorio: “Diseño de interfaces web” se deberá realizar el diseño y desarrollo de las interfaces web del proyecto de desarrollo en curso.

A continuación, se describen las actividades a realizar y las evidencias asociadas que el aprendiz debe entregar.

Para presentar la evidencia se deben seguir los siguientes pasos:

Paso 1: realizar el diseño de las interfaces web. Para realizar este diseño se puede apoyar en dibujos a mano alzada, o usar algunas de las herramientas para realizar bosquejos. El resultado de este proceso es la maquetación o “layout” del sitio web y servirá para generar los archivos html y css.

Paso 2: definir los estilos que usarán los elementos HTML del diseño. La hoja de estilos del sistema deberá llamarse “estilos.css”.

Paso 3: generar los archivos html de los formularios del proyecto. Las páginas web deben contemplar los siguientes aspectos:

1. Página principal: con encabezado, menú, cuerpo, contenidos, pie de página.
2. Páginas de los formularios: deben contener el diseño de los formularios que se usarán para interactuar con la base de datos.

Los formularios deben estar asociados a una opción del menú principal.

La página principal debe nombrarse como “principal.html”.
Los formularios deben nombrarse como “frm_<nombre_del_formulario>.html”

Nota: no deben usarse tablas html para el diseño de los campos de los formularios. Este diseño se debe usar con los estilos en cascada.

Paso 4: Comprimir los archivos html y css en formato .zip y subirlo a la plataforma.

Evidencia (Producto)
AP06-AA7-EV03. Diseño y desarrollo de la interfaz web del proyecto en curso. Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión al material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Resultados de Aprendizaje.

- 2205010070. Interpretar el informe técnico de diseño, para determinar el plan de trabajo durante la fase de construcción del software, de acuerdo con las normas y protocolos.
- 22050100705. Construir la interfaz de usuario, apoyado en la evaluación del prototipo, determinando las

entradas y salidas requeridas en el diseño y definiendo los lineamientos para la navegación, de acuerdo con las necesidades del usuario.

- 22050103303. Aplicar políticas y mecanismos de control en el diseño del sistema de información, mediante el análisis de la vulnerabilidad de la información, siguiendo los parámetros establecidos por la organización.
- 2205010350. Aplicar los estándares de calidad involucrados en los procesos de desarrollo de software, siguiendo el plan establecido para mantener la integridad de los productos de trabajo definidos, según las prácticas de configuración establecidas por la empresa.

Documentos asociados a la evidencia: siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV03-Diseño-Desarrollo-Interfaz-Web-SI.
- Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV03-Diseño-Desarrollo-Interfaz-Web-SI.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-AA7-EV03. Diseño y desarrollo de la interfaz web del proyecto en curso.**

Actividad de afianzamiento desarrollo de laboratorios didácticos.

La realización de los ejercicios que se observan a continuación que hacen parte de los laboratorios, tienen como finalidad afianzar los conocimientos adquiridos y desarrollar mayor comprensión y práctica para alcanzar los resultados de aprendizaje planteados en esta Actividad de proyecto, **por tal motivo no son actividades calificables.**

Los laboratorios son parte fundamental para el aprendizaje del aprendiz, el cual podrá afianzar sus conocimientos y así comprender la dinámica de la contextualización teórico-práctica de cada uno de los temas vistos en esta actividad de proyecto, la forma de entrega se realizará de acuerdo a las instrucciones dadas en el laboratorio con los archivos adjuntos requeridos para su respectiva revisión.

Para la realización de los siguientes laboratorios se podrá apoyar en el Objeto de Introducción y construcción de algoritmos y Fundamentos de programación estructurada y estructuras cíclicas:

Actividad. Desarrollo de laboratorio "Construir sentencias SQL para la definición y manipulación del modelo de base de datos".

Con este laboratorio se introduce al aprendiz con la herramienta SQL con el fin de construir, diseñar, analizar y construir las tablas con sus campos dentro una base de datos.

El laboratorio se compone de lo siguiente:

a) Seguir los procedimientos y explicaciones proporcionadas en los Video tutoriales para la comprensión Desarrollo de ejercicios en SQL.

b) Ejercicios de ejemplo que se muestran en los Video Tutoriales en la Herramienta SQL.

Actividad. Desarrollo laboratorio "Usar lenguaje transaccional sobre la base de datos"

Con este laboratorio se introduce al aprendiz en la utilización de Lenguaje transaccional en los diferentes motores de bases de datos MySQL - Oracle Express Edition y SQL Server Express Edition con el fin de construir las sentencias para la utilización de Procedimientos Almacenados, Funciones y Desencadenadores o Triggers.

El laboratorio se compone de lo siguiente:

Soporte teórico:

- Leer, analizar y revisar el Objeto de Aprendizaje "OA_Lenguaje_Transaccional_SQL" para el desarrollo y manipulación de una base de datos.

Producto requerido:

- Realizar los ejercicios propuestos en este laboratorio.
- Archivo con el código SQL de los ejercicios realizados en este laboratorio.

Herramientas Software:

- Para el desarrollo de este laboratorio se requiere tener instalado MySQL, Oracle Express, SQL Server Express.

Se plantean al aprendiz unos ejercicios que deberá realizar y entregar al tutor para su retroalimentación.

La realización de estos ejercicios que hacen parte del laboratorio, tiene como finalidad afianzar los conocimientos adquiridos y desarrollar mayor comprensión y práctica para alcanzar los resultados de aprendizaje planteados en esta Actividad de proyecto, por tal motivo no son actividades calificables

Actividad. Desarrollo laboratorio "Desarrollo de Interfaces gráficas con HTML"

Para afianzar los conocimientos en diseño web el aprendiz deberá realizar los casos de estudio planteados en el laboratorio: "Desarrollo de interfaces gráficas con HTML".

El primer ejercicio requiere que el aprendiz desarrolle un sitio web para un centro canino ficticio.
En el segundo ejercicio requiere que el aprendiz desarrolle un sitio web para una entidad financiera.

En ambos ejercicios el aprendiz afianzará los siguientes conceptos:

1) Maquetación de páginas web.
2) Identificación de las secciones: encabezado, menú, cuerpo, detalle, pie de página.
3) Diseño de formularios web.
4) Inserción de imágenes

Actividad. Interpretando datos dentro de una base de datos y su análisis.

Con base en las indicaciones del instructor asignado y para dar respuesta al foro, se requiere que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión del material de estudio presentado en la actividad de proyecto 6.

Responda a las siguientes preguntas. Justifique su respuesta.

a. ¿Cuáles son las principales diferencias entre los Sistemas Gestores de Bases de Datos?

b. ¿Intérprete con sus propias palabras cuál es la diferencia entre un SGBD y una BD?

c. ¿Qué ventajas y desventajas tienen las interfaces web respecto a las de escritorio o nativas?

d. ¿Distingue los diferentes elementos de programación de bases de datos, los valores que devuelven y para qué sirven?

e. ¿En Oracle se pueden crear informes y análisis de datos y se pueden compartir?

f. ¿Qué beneficios trae el usar el motor Oracle Vs otros motores (ejm. Con MySQL Server)?

Evidencia (De Desempeño)
AP06-AA7-EV04. Foro: "Análisis e interpretación de datos dentro de una base de datos". Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión al material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma, además tener apropiación de conocimientos mediante el Análisis e interpretación de datos dentro de una base de datos.

Resultados de Aprendizaje.

- 22050100703. Interpretar el informe técnico de diseño, para determinar el plan de trabajo durante la fase de construcción del software, de acuerdo con las normas y protocolos.
- 22050103303. Aplicar políticas y mecanismos de control en el diseño del sistema de información, mediante el análisis de la vulnerabilidad de la información, siguiendo los parámetros establecidos por la organización.
- 22050103501. Aplicar los estándares de calidad involucrados en los procesos de desarrollo de software, siguiendo el plan establecido para mantener la integridad de los productos de trabajo definidos, según las prácticas de configuración establecidas por la empresa.

Documentos asociados a la evidencia: siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV04-Foro-Análisis-Interpretación-Datos-Bdatos.
- Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV04-Foro-Análisis-Interpretación-Datos-Bdatos.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP06-AA7-EV04. Foro: "Análisis e interpretación de datos dentro de una base de datos".** Para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Actividad. Participación en el Foro *Quién soy y por qué estudio ADSI.*

Describir las actividades que realizamos como parte de nuestra rutina diaria y hablar con propiedad a otras personas sobre nuestros hábitos y costumbres son escenarios cotidianos en los que se requiere un manejo básico de vocabulario que nos permita comunicarnos de manera clara y precisa. La información sobre nuestros hábitos y rutinas puede llegar a revelar qué tipo de personas somos y cuál es nuestro estilo de vida.

Para el desarrollo de esta evidencia, usted deberá participar en el foro *Quién soy y por qué estudio ADSI*, haciendo una intervención en la que realice lo siguiente:

- Elabore una grabación de audio o de video, en la que usted se presente a sus compañeros de programa.
- Al hacer la grabación, inicie con un breve saludo y preséntese ante el grupo indicando de manera concisa quién es y cuáles son sus gustos e intereses.
- Describa de manera detallada su rutina diaria y hábitos personales – indique horarios y frecuencia con la que realiza sus actividades.
- Exprese sus expectativas con respecto a su programa de estudio y qué le llama la atención sobre el mismo.
- Una vez complete la grabación, publique su intervención en el foro adjuntando el archivo de audio o de video, según corresponda. Si el archivo es muy pesado, utilice gestores de archivos en línea como Google Drive, SoundCloud o YouTube y comparta en su publicación el enlace al video o audio respectivo.

Además de hacer su intervención, usted deberá:

- Hacer preguntas y/o retroalimentar las intervenciones de al menos dos compañeros
- Dar respuesta a los interrogantes que sus compañeros realicen sobre su intervención

Recuerde que la intención del foro propuesto es participar en un espacio dinámico en el que pueda socializar y encontrar intereses comunes y afinidades con sus compañeros a través de la comunicación en una lengua extranjera, por esta razón, es importante que realice una intervención en la que aporte información suficiente y de calidad.

Evidencia (Desempeño)
AP06-AA7-EV05. Inglés Foro: "Quién soy y por qué estudio ADSI". Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión al material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

A continuación, se describen las actividades a realizar y las evidencias asociadas que el aprendiz debe entregar.

Resultados de Aprendizaje.

- 24020150103. Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

Documentos asociados a la evidencia: siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV05-Ingles-foro-Quién-soy-porqué-estudio-ADSI.
- Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV05-Ingles-foro-Quién-soy-porqué-estudio-ADSI.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-AA7-EV05. Inglés Foro: "Quién soy y por qué estudio ADSI".**

Actividad. Reconociendo el lugar de trabajo.

¿Cómo es un típico día de trabajo para usted? ¿Cuáles son los deberes y responsabilidades que tiene a cargo en su lugar de trabajo? Bien, muchos de nosotros desarrollamos actividades muy similares en las organizaciones o las compañías para las que trabajamos. En un día normal de trabajo, usualmente, respondemos llamadas telefónicas, contestamos y enviamos mensajes de correo electrónico, preparamos reportes y planes de acción, participamos en reuniones con nuestros compañeros de trabajo, entre otras tareas.

Como analista y desarrollador de sistemas de información es importante que conozca el vocabulario y las expresiones básicas para interactuar en inglés con otras personas en el contexto laboral y para que pueda referirse con propiedad a las actividades y eventos propios del lugar de trabajo.

LO QUE DEBE CONTENER LA EVIDENCIA

Para completar esta evidencia, usted deberá desarrollar el *Taller: reconociendo el lugar de trabajo,* siguiendo las instrucciones que se muestran a continuación:

- Hacer la lectura del material de formación *A typical day at work* y prestar atención a las expresiones y vocabulario relacionado con las actividades y elementos propios del lugar de trabajo.
- Descargar el documento *Taller: reconociendo el lugar de trabajo* y leer con atención las instrucciones allí presentadas.
- Realizar los ejercicios de comprensión de información propuestos en el documento del taller. Tenga en cuenta que para cada ejercicio deberá responder una serie de preguntas de tipo *falso* y *verdadero*, así como de opción múltiple con única respuesta y diligenciamiento de información.

- Una vez haya completado todos los ejercicios propuestos en el taller, deberá enviarlo a su tutor siguiendo la metodología establecida.

Evidencia (Producto)
AP06-AA7-EV06. Inglés Taller: "Reconociendo el lugar de trabajo". Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya realizado la actividad de apropiación referida a la comprensión al material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

A continuación, se describen las actividades a realizar y las evidencias asociadas que el aprendiz debe entregar.

Resultados de Aprendizaje.

- 24020150103. Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.
- 24020150205. Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico.

Documentos asociados a la evidencia: siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV06-Inglés-Taller-Reconociendo-Lugar-Trabajo.
- Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV06-Inglés-Taller-Reconociendo-Lugar-Trabajo.

Forma de entrega: en el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Desarrollo*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP06-AA7-EV06. Inglés Taller: "Reconociendo el lugar de trabajo".**

- **AMBIENTE REQUERIDO**

Para el desarrollo de las actividades y evidencias es necesario contar con acceso a plataforma virtual para revisión de contenidos, ámbito laboral el análisis del sistema de información de necesidad o problema a solucionar, ambientes de formación del SENA cuando sea necesario.

- **MATERIALES**

Los materiales de estudio se encuentran en plataforma virtual, en cada objeto de aprendizaje (OA), encontrará una actividad de didáctica como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los

contenidos en general. Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo.

Materiales de formación competencia técnica

OA. Lenguaje estructurado de consultas.
Laboratorio. Construir sentencias SQL para la definición y manipulación del modelo de base de datos.
OA. Introducción a la Base de datos MySQL.
OA. Introducción a la Base de datos ORACLE.
OA. Lenguaje transaccional en SQL.
Laboratorio. Usar lenguaje transaccional sobre la base de datos.
OA. Introducción al diseño web usando Lenguaje de HTML.
Laboratorio. Diseño Web usando HTML.
OA. Introducción a la Base de Datos SQL Server.
PDF. Elaboración del plan de trabajo de la fase de desarrollo.
OA. Fundamentos de calidad para el desarrollo de software.

Material competencia inglés

OA. A day in the life of an ADSI student.
OA. A typical day at work.

Herramientas informáticas necesarias para realizar las actividades de aprendizaje planteadas.

- Procesador de texto y hoja electrónica.
- Herramienta StarUML.
- Herramienta DIA.
- Herramienta DFD.
- DBDesigner.
- Oracle 11g Expres Edition Express.
- Notepad.
- Mysql versión 5.6.
- Notepad++.
- SQL.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
EVIDENCIA DE CONOCIMIENTO AP06-AA7-EV01. Cuestionario Técnico AP6.	- Elabora el plan de trabajo, de acuerdo con la interpretación del informe técnico de diseño, según normas y protocolos de la empresa.	Enlace a prueba de conocimiento en LMS.

	- Construye la interfaz del aplicativo, siguiendo los parámetros establecidos en el diseño que cumpla con las necesidades del usuario final. - Crea la base de datos en el motor de base de datos seleccionado, siguiendo especificaciones técnicas del informe, según normas y protocolos de la empresa. - Controla la seguridad del diseño del sistema de información, aplicando las políticas y protocolos establecidos, según normas y procedimientos de la organización. - Establece plan para mantener la integridad de los productos de trabajo, aplicando los conceptos de administración de la configuración, de acuerdo con las características del proyecto, el proceso definido y la estructura establecida para los productos de trabajo.	
EVIDENCIA DE PRODUCTO AP06-AA7-EV02. Lenguaje Estructurado de Consultas SQL.	- Elabora el plan de trabajo, de acuerdo con la interpretación del informe técnico de diseño, según normas y protocolos de la empresa. - Crea la base de datos en el motor de base de datos seleccionado, siguiendo especificaciones técnicas del informe, según normas y protocolos de la empresa. - Controla la seguridad del diseño del	Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV02-Lenguaje-Estructurado-Consultas-SQL. Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV02-Lenguaje-Estructurado-Consultas-SQL.

	sistema de información, aplicando las políticas y protocolos establecidos, según normas y procedimientos de la organización.	
EVIDENCIA DE PRODUCTO AP06-AA7-EV03. Diseño y desarrollo de la interfaz web del proyecto en curso.	- Elabora el plan de trabajo, de acuerdo con la interpretación del informe técnico de diseño, según normas y protocolos de la empresa. - Construye la interfaz del aplicativo, siguiendo los parámetros establecidos en el diseño que cumpla con las necesidades del usuario final. - Controla la seguridad del diseño del sistema de información, aplicando las políticas y protocolos establecidos, según normas y procedimientos de la organización. - Establece plan para mantener la integridad de los productos de trabajo, aplicando los conceptos de administración de la configuración, de acuerdo con las características del proyecto, el proceso definido y la estructura establecida para los productos de trabajo.	Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV03-Diseño-Desarrollo-Interfaz-Web-SI. Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV03-Diseño-Desarrollo-Interfaz-Web-SI.

EVIDENCIA DE DESEMPEÑO AP06-AA7-EV04. Foro: "Análisis e interpretación de datos dentro de una base de datos".	- Elabora el plan de trabajo, de acuerdo con la interpretación del informe técnico de diseño, según normas y protocolos de la empresa. - Establece plan para mantener la integridad de los productos de trabajo, aplicando los conceptos de administración de la configuración, de acuerdo con las características del proyecto, el proceso definido y la estructura establecida para los productos de trabajo.	Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV04-Foro-Análisis-Interpretación-Datos-Bdatos. Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV04-Foro-Análisis-Interpretación-Datos-Bdatos.
EVIDENCIA DE DESEMPEÑO AP06-AA7-EV05. Inglés Foro: "Quién soy y por qué estudio ADSI".	-Pronuncia adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma. -Plantea y responde preguntas sobre sí mismo. -Escribe o presenta descripciones de sí mismo, su profesión y su entorno.	Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV05-Ingles-foro-Quién-soy-porqué-estudio-ADSI. Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV05-Ingles-foro-Quién-soy-porqué-estudio-ADSI.
EVIDENCIA DE PRODUCTO INGLÉS Taller reconociendo el lugar de trabajo.	- Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto. - Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído. - Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés. - Ubica al interlocutor en un punto geográfico específico empleando preposiciones en inglés.	Formato para desarrollo de evidencia: AP06-AA7-EV06-Inglés-Taller-Reconociendo-Lugar-Trabajo. Instrumento de evaluación: IE-AP06-AA7-EV06-Inglés-Taller-Reconociendo-Lugar-Trabajo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **AJAX**: Acrónimo de Asyncronous Javascript and XML. Tecnología que permite a las páginas web actualizar los datos sin tener que recargar la página.

- **Atributo**: Característica o propiedad de un elemento HTML que puede ser definida por el programador.
- **AUTO_INCREMENT:** Tipo de Modificador que se utiliza para ir incrementando automáticamente el valor en cada registro.
- **BEGIN**: Limitador del procedimiento
- **Browser**: Navegador o visualizador de páginas web.
- **CALL**: llamar un procedimiento previamente creado.
- **Cookies**: Pequeños archivos con información que son enviados por los servidores de internet y son almacenados en los computadores de los usuarios.
- **CSS**: Acrónimo de Cascade-Style Sheet. Hojas de estilos en cascada. Tecnología que permite personalizar la presentación de las páginas web.
- **DDL**: Lenguaje de Definición de Datos.
- **DELIMITER**: Restablece el punto y coma como delimitador.
- **Diseño adaptativo**: Estrategia para abordar el diseño web para distintos tamaños de pantalla al mismo tiempo.
- **DOM**: Acrónimo de Document Object Model. Modelo de objeto para documentos que permite ver un documento como un conjunto de nodos en forma de árbol.
- **END**: Fin del procedimiento
- **ENUM**: Campos cuyo contenido formen parte de una serie de opciones.
- **Etiqueta**: Elementos que en su conjunto conforman una página web.
- **EXECUTE**: llamar un procedimiento almacenado previamente creado
- **Framework**: Conjunto de programas y librerías que apoyan varios aspectos de la programación.
- **Herencia**: En CSS es la cualidad que tienen los nodos hijos de tener los mismos atributos que sus padres.
- **HTML**: Acrónimo de Hypertext Markup Languaje. Lenguaje de marcación de hipertexto.
- **IN**: Indica que el parámetro del trigger será de entrada
- **Javascript**: Lenguaje de programación empotrado dentro de los navegadores web.
- **Librería**: Conjunto de programas afines que apoyan un aspecto de la programación.
- **Layout**: Maqueta o prototipo de un diseño web.
- **MER:** Modelo Entidad Relación.
- **MySQL:** motor de Bases de Datos libre, gratuito que está disponible para varios sistemas operativos.
- **NOT NULL:** Tipo de identificador utilizado para impide que un campo sea vacío.
- **PRIMARY KEY**: Tipo de identificador que hace que el campo se considere la llave primaria de la tabla.
- **Oracle**: una herramienta cliente/servidor para la gestión de Bases de Datos.
- **OUT**: Nos indica que el parámetro del trigger será de salida.
- **Selector**: Parte de una regla CSS que identifica los elementos HTML a los cuales aplicará.
- **S.Q.L:** Structured Query Language - Lenguaje de Consulta Estructurado.
- **Servidor**: es una aplicación en ejecución (software) capaz de atender las peticiones de un cliente y devolverle una respuesta en concordancia.
- **SGBD**: Conjunto de programas que permiten el almacenamiento, modificación y extracción de la información en una base de datos.
- **SSMS**: SQL Server Management Studio.
- **Trigger**: Disparador.
- **Trabajo con acompañamiento directo:** corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

- **Trabajo Independiente:** corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor. Test: examen escrito o encuesta en que las preguntas se contestan muy brevemente.
- **UNIQUE**: Tipo de identificador que evita la repetición de valores.
- **USE**: Palabra utilizada para establecer una base de datos, como base de datos predefinida.
- **WWW**: Acrónimo de World Wide Web o Red Mundial que se comparte a través de la Internet.
- **XML**: Acrónimo de eXtensible Markup Language. Lenguaje de marcación extensible.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Oracle, Manual de Referencia. (2017). Recuperada de http://www.oracle.com/technetwork/database/database-technologies/r/r-enterprise/ore-reference-manual-1882822.pdf

Documentación técnica de SQL Server, recuperado de https://docs.microsoft.com/es-es/sql/sql-server/sql-server-technical-documentation

Manual de Referencia MySQL, recuperado de https://dev.mysql.com/doc/refman/5.7/en/

Nielsen P. Microsoft SQL Server 2008 Bible. Wiley Publishing Inc.

Niederst Robbins J, Fourth Edition (2012). Learning Web Design, Cambridge. O'Reilly

Oracle Database 11g: Develop PL/SQL Program Units. Volumen I. Student Guide.

Tutorial SQL Server Management Studio, recuperado de https://docs.microsoft.com/es-es/sql/ssms/tutorials/tutorial-sql-server-management-studio

W3C The World Wide Web Consortium (2016). HTML 5.1 W3C Recommendation. Recuperado de https://www.w3.org/TR/html

W3C The World Wide Web Consortium (2017). CSS Snapshot 2017. Recuperado de https://www.w3.org/TR/CSS

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Rita Rubiela Rincón Badillo	Líder Expertos Temáticos	Centro Industrial de Mantenimiento Integral- CIMI - Regional Santander.	Julio de 2017
	Edgar Eduardo Vega	Experto Temático		

	Nelson Mauricio Silva	Experto Temático		
	Edward Beltrán Lozano	Experto Temático		
	César Hernández Flórez	Experta Competencia Transversal - Emprendimiento	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos - Regional Santander.	Mayo de 2017
	Laura Salomé Ortiz Moreno	Experta Competencia Transversal - Ética y comunicación		
	Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico	Centro Industrial de Mantenimiento Integral- CIMI. Regional Santander.	Mayo de 2017
	Claudia Milena Hernández Naranjo	Asesor Pedagógico		

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					No aplica- guías generadas a partir de un formato nuevo en 2017.

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 5

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS		Código: 1239683		
Fase del proyecto: Planeación				
Actividad de Proyecto: Definir las características del producto y/o servicio	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA9.Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente. AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente.	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido. 26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	**Competencia:** 260101014 Diseñar prototipos de productos y/o servicios, qué satisfagan las necesidades y requerimientos de los clientes y cumplan la normatividad legal vigente	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**

Resultados de Aprendizaje: 26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	**Competencia:** 260101003 Implementar las acciones de penetración del producto o servicio en el mercado de acuerdo con la rentabilidad y estrategias de mercadeo.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.	**Competencia:** 240201501 Comprender textos en inglés en forma escrita y auditiva.			
Duración de la guía: 240 horas				

2. INTRODUCCIÓN

Avanzando en el proceso formativo se continúa con el desarrollo de la Actividad de Proyecto 5 "***Definir las características del producto y/o servicio",*** en ella se revisa la conceptualización de producto identificando tipos y características, usos y aplicaciones, aportando elementos relacionados con la creación de nuevas propuestas que satisfagan necesidades, gustos y deseos como resultado de la investigación en mercados que continuamente deben realizar las empresas.

El tiempo asignado para el desarrollo de esta actividad de proyecto es de 240 horas y en ella se realizarán dos actividades de aprendizaje, así: la primera actividad de aprendizaje ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***", en esta temática se abordan temas como el **Diseño de prototipos de productos o servicios** en relación con aspectos para el diseño, construcción, pruebas y métodos para su evaluación; la **Construcción y desarrollo de la marca** como elemento diferenciador y herramienta para la fidelización de los consumidores teniendo en cuenta las **Especificaciones del producto o servicio** para su desarrollo y posicionamiento; el desarrollo del **Estudio de mercado y el estudio técnico** como herramientas de viabilidad para su comercialización. Es importante que se conozcan los términos y expresiones adecuadas para determinar las características de los productos (**Product features**) en aras de establecer una comunicación efectiva en idioma inglés.

La segunda actividad de aprendizaje "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta"***; una vez identificado el producto o servicio, el análisis se centra en cada una de las fases del **Ciclo de vida del producto o servicio**, observando el comportamiento de las ventas de los bienes o servicios a través de su período de permanencia en el mercado, definiendo y aplicando **Estrategias de mercadeo,** donde se establezcan acciones y se destinen recursos que permitan sortear situaciones en cada uno de los

momentos presentados a lo largo del ciclo de vida del producto o servicio.

Se explicarán los **Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio,** a fin de poder identificar posibles desviaciones que impidan el cumplimiento de los objetivos; y la **Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida**, como herramienta de seguimiento y control de las variables más representativas, como por ejemplo, el nivel de ventas, participación de la competencia, utilidades, entre otras.

Con la realización de la actividad de proyecto 5, el aprendiz en formación apropiará contenidos para desarrollo de competencias referidas a la elaboración de fichas técnicas de productos, creación de marca, diseño del ciclo de vida de producto o servicio, lineamientos para el diseño del plan de monitoreo y planeación del mismo.

¡Adelante!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Antes de realizar las lecturas propuestas para el desarrollo de las actividades, y de acuerdo a los temas propuestos para esta guía de aprendizaje como son: el diseño de prototipos, la marca y las características de los ciclos de vida de producto o servicios. Como actividad de reflexión inicial es importante que el aprendiz se responda a sí mismo y mediante un proceso de análisis a los siguientes cuestionamientos:

- ¿Es la marca un elemento diferenciador a la hora de adquirir un producto? ¿Por qué?
- ¿Las características intrínsecas y extrínsecas de un producto o servicio son importantes al momento de definir su compra?
- ¿En qué radica la importancia de contar con un prototipo? ¿Qué le puede ocurrir a una compañía si no compromete su procedimiento de mercadeo con el previo diseño de un prototipo?
- ¿Se pueden presentar desviaciones en algunas de las fases del ciclo de vida del producto o servicio? ¿Por qué?

La anterior reflexión permitirá al aprendiz identificar componentes que contribuyen a la construcción de su producto y servicio, permitiendo incorporarle elementos diferenciadores frente a los productos o servicios de la competencia.

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

Teniendo en cuenta los interrogantes planteados en las actividades de reflexión inicial, el aprendiz deberá profundizar en temas que le direccionarán sobre la definición de especificaciones tanto para un producto como para un servicio, teniendo como pauta a seguir los resultados arrojados por el estudio de factibilidad y el mercado seleccionado; temas explicativos para el desarrollo de la marca según características establecidas como fruto de la investigación a realizar y, por último, la valoración del ciclo de vida de acuerdo a particularidades del consumidor y variables del mercado.

Para alcanzar los objetivos de contextualización, entorno a los conocimientos de estudio requeridos, se hace necesario desarrollar la Actividad de Aprendizaje (AA9): ***"Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente***"

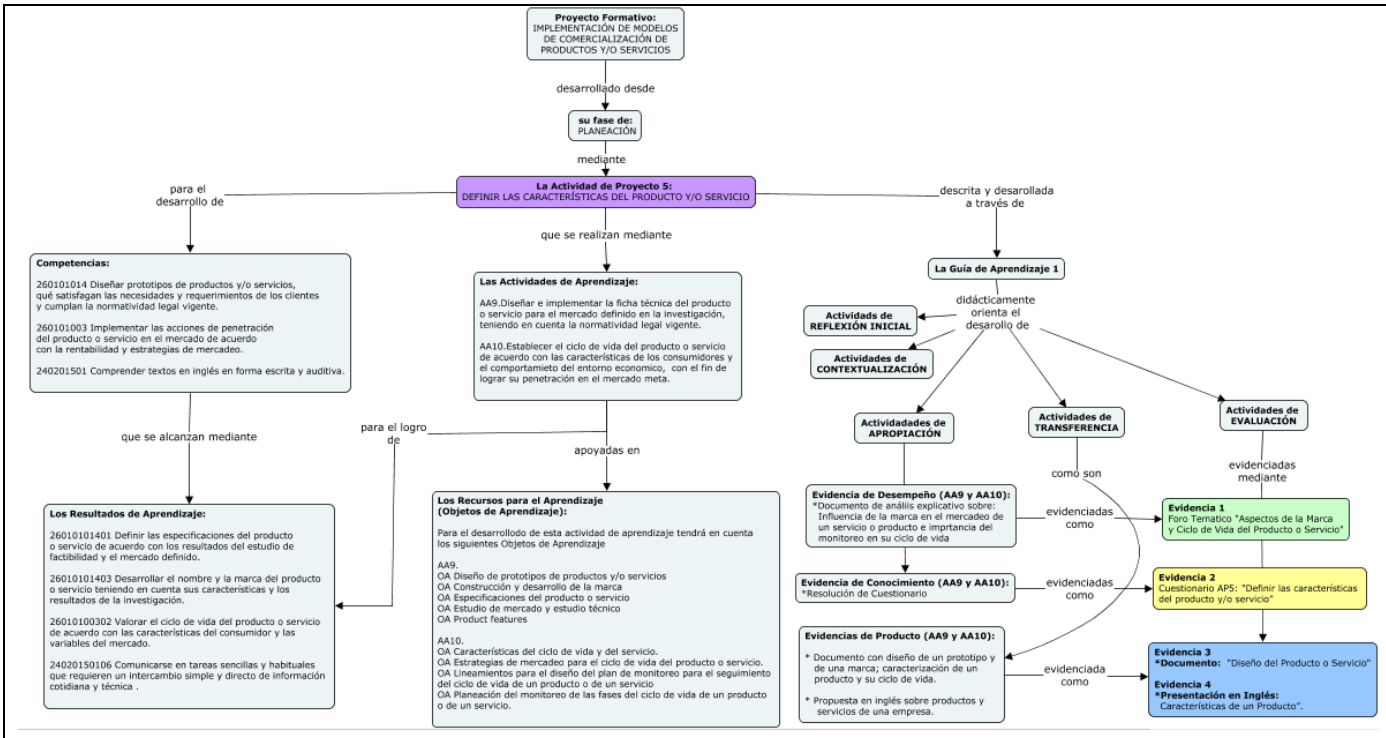
Con el estudio de los contenidos propuestos, el aprendiz estará en capacidad de estructurar un prototipo ya sea para un producto o para un servicio y, de abordar la construcción y desarrollo de la marca que les corresponde. Los procedimientos a seguir son expuestos en los materiales de estudio. Es importante que se exploren otras herramientas y se profundice sobre este tema. Los objetos de aprendizaje propuestos para el desarrollo de la actividad, son los siguientes:

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

La propuesta temática que enfoca contenidos sobre el ciclo de vida de un producto o servicio, sus estrategias de mercadeo y el diseño de un plan de monitoreo con aplicación a cada una de esas fases, es desarrollado mediante la Actividad de Aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta".*** Estos contenidos son los siguientes:

- Características del ciclo de vida y del servicio.
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio.
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio.
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio.

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz quien cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su **Fase II Planeación**, correspondiente a la Actividad de Proyecto 5: ***"Definir las características del producto y/o servicio"***; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **240 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Subtotales
			25%	20%	35%	20%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	192	48	38,4	67,2	38,4	192
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	48	12	9,6	16.8	9,6	48
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	**100%**	**240**	60	48	84	48	240

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del Aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.
- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de estas actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro “Encuentros Sincrónicos”, indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP05-EV01-Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP05-EV02-Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Evidencia 3 (Producto) AP02-EV03-: "Diseño del Producto o Servicio".	Evidencia 4 (Producto)AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto"
AA9.Diseñar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente.	26010101401 Definir las especificaciones del producto o servicio de acuerdo con los resultados del estudio de factibilidad y el mercado definido.	X	X	X	
	26010101403 Desarrollar el nombre y la marca del producto o servicio teniendo en cuenta sus características y los resultados de la investigación.	X		X	
	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.				
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X
AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta.	26010100302 Valorar el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características del consumidor y las variables del mercado.	X	X		
	24020150106 Comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.				X

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son fundamentales para establecer y realizar el planteamiento del problema, necesidad u oportunidad del proyecto de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **la novena y décima actividad de aprendizaje,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Ahora proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 9

- Diseño de prototipos de productos y/o servicios
- Construcción y desarrollo de la marca
- Especificaciones del producto o servicio
- Estudio de mercado y estudio técnico
- Product features

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 10

- Características del ciclo de vida y del servicio
- Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio
- Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio
- Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador para la revisión de material de estudio cuantas veces desee.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA9) denominada: ***Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA Diseño de prototipos de productos y/o servicios:** Este objeto de aprendizaje da a conocer los elementos a tener cuenta para el diseño del prototipo, tanto del producto como del servicio a desarrollar dentro del proyecto formativo. Para lo cual se definen los siguientes pasos:

    - **Diseño preliminar del producto o servicio**: Establece los elementos principales a tener en cuenta al momento del diseño preliminar del producto o servicio. Explica los efectos al aplicar las estrategias de competitividad en el desarrollo de bienes y servicios, como son: incremento de la productividad, incremento de los precios, reducción del riesgo e incremento de la cuota de mercado.

    - **Construcción del Prototipo**: Precisa aspectos necesarios para diseñar un prototipo y su proceso. Da a conocer el tipo de pruebas y análisis a los cuales son sometidos, sus conceptos de diferenciación, describe la etapa de la elaboración del boceto final del producto, los métodos para construcción de nuevos productos, la cultura de pertinencia de los prototipos en las empresas y, por último, define el proceso de estructuración de los prototipos de servicios.

- **OA Product Features:** El tema desarrollado por este objeto de aprendizaje enfatiza las características del producto, explicando la importancia de concebir una presentación en donde se dé a conocer el motivo de su creación, los componentes que lo estructuran y los beneficios que le aportan al consumidor. Uno de los principales objetivos al determinar los componentes de un producto, tiene que ver con la definición de las características a involucrar como valor añadido para el usuario final, así como, hacer entender el alcance del producto a todos los actores involucrados en su procesamiento y mercadeo.

- **OA: Construcción y Desarrollo de la Marca**: Da a conocer la contextualización de la marca y su importancia frente la incidencia en el éxito de una empresa o institución de mercado. Dentro de la temática a abordar presenta temas de su evolución, tipos de marca, elementos constitutivos, proceso de construcción, estrategias claves para el éxito, posicionamiento en la WEB y aspectos normativos legales que rigen las marcas en Colombia.

- **OA Especificaciones del Producto o Servicio**: Aborda temas referentes al conocimiento e identificación de las principales características que definen un producto o servicio; esto con el propósito de establecer los objetivos de marketing y la planificación de las estrategias para su logro.

Los subtemas incluidos dentro la temática de estudio son:

- **Tipos de Productos:** Define su clasificación de acuerdo a características, atributos y gustos del consumidor.
- **Ciclo de Vida del Producto:** Contextualiza las fases que intervienen, definiendo características y elementos en cada una de ellas.
- **Características intrínsecas de un producto o servicio:** Explica los elementos físicos propios de los productos, como son: color, forma, olor y tamaño.
- **Características extrínsecas de un producto o servicio:** Define elementos como marca, precio, calidad y seguridad.

- **OA Estudio de Mercado y Estudio Técnico**: Brinda lineamientos para realizar el estudio de mercado y el estudio técnico de un proyecto, con el fin de establecer el horizonte de un proyecto o plan de negocios. Dentro de la temática de estudio de mercados se abordan los siguientes temas: importancia, usos y pasos. Para el caso del estudio técnico se analiza la contextualización, su importancia y componentes.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA10): "***Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. ",*** son los siguientes:

- **OA Características del Ciclo de Vida del Producto del Servicio:** El propósito fundamental de este objeto de aprendizaje es que el aprendiz pueda tomar decisiones para el diseño de estrategias competitivas, mediante el conocimiento de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio, reconociendo sus implicaciones. El estudio de este ciclo genera una planeación y un pronóstico, los cuales permiten minimizar riesgos y aprovechar las oportunidades a futuro, referenciando su acción desde la introducción hasta el declive del producto o del servicio. Dentro de los temas que se abordan en este OA tenemos:

  - **Fundamentos del ciclo de vida:** Se presenta una definición y los beneficios del ciclo de vida del producto.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Producto:** Identifica las cuatro fases del ciclo de vida del producto, definiéndolas, caracterizándolas y clasificándolas.
  - **Fases del Ciclo de Vida de un Servicio**: Permite identificar las cuatro fases del ciclo de vida del servicio, exponiéndolo, caracterizándolo y clasificándolo.

- **OA Estrategias de Mercadeo para el Ciclo de Vida del Producto o Servicio**: Orienta el diseño e implementación de estrategias para el cumplimiento de los objetivos en el ciclo de vida del producto o servicios, junto con las variables internas y externas de cada una de ellas.

- **OA Lineamientos para el Diseño del Plan de Monitoreo para el Seguimiento del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio:** Explica el plan de monitoreo como herramienta para el seguimiento y control de

procesos y actividades; el objetivo de aprendizaje es el de brindar directrices para su construcción, definición y aplicación en el ciclo de vida del producto o servicio.

- **OA Planeación del Monitoreo de las Fases del Ciclo de Vida de un Producto o de un Servicio**: Describe la planeación y ejecución del monitoreo al ciclo de vida del producto, con el fin de identificar las posibles desviaciones que pueden presentarse en cada una de sus fases. En el desarrollo de la temática planteada se presentan los factores que pueden ser aplicados en cualquiera de las fases y finaliza presentando las diferentes técnicas de monitoreo para el seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio.

Evidencia 1 (De Desempeño)
AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"; para el desarrollo de esta evidencia el aprendiz deberá haber leído el material de estudios correspondientes a Diseño de prototipos de productos y/o servicios; Construcción y desarrollo de la marca; Especificaciones del producto o servicio; Características del ciclo de vida y del servicio; Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio. Una vez el aprendiz realice las lecturas sugeridas, deberá ingresar al Foro temático y dar respuesta a los siguientes interrogantes:

Aspectos de la Marca en cada una de sus fases

- ¿Por qué los consumidores están dispuestos a pagar más por productos o servicios que tengan una marca reconocida?
- ¿Qué aspectos técnicos, legales y de mercado tendría en cuenta a la hora de construir la marca para su proyecto y patentarla?
- ¿Cuál es la mejor forma de posicionar con éxito una marca en la web?

Ciclo de Vida del Producto o Servicio

- ¿Cuáles serían las técnicas de color, de diseño, y normas de composición de texto que utilizaría para diseñar la marca de su producto o servicio?

- ¿Qué aspectos tendría en cuenta a la hora de monitorear el ciclo de vida del producto o servicio? ¿Qué instrumento emplearía para efectuar dicho proceso?

- ¿Cuál es la importancia de los indicadores de desempeño de la industria para hacer seguimiento al ciclo de vida del producto o servicio? Enuncie y argumente los más apropiados para el producto o servicio de su proyecto formativo.

Para el desarrollo de esta actividad el aprendiz debe apoyarse en investigaciones para profundizar sobre los temas propuestos, en la participación deberá justificar su respuesta a las preguntas realizadas y efectuar un comentario a la participación de otros aprendices; de esta actividad se evaluará el análisis y la interpretación. El instructor deberá dar respuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia se realizará encuentro sincrónico (videoconferencia), el cual será citado por el(los) instructor(es) a cargo, mediante el cual se darán a conocer las pautas para la correcta interpretación de la evidencia a realizar, aclaración de dudas y explicación de la temática abordada.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: **AP05-EV01- Foro: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

El instructor deberá dar respuesta mediante la aplicación de la rúbrica tigre, propiciando que se genere un ambiente de debate e intercambio de conocimientos y criterios.

Evidencia 2 (De Conocimiento)
AP05-EV02- Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio". Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 9 y 10; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados al proceso de diseño del producto o servicio, la construcción y desarrollo de la marca y las características del ciclo de vida.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP05-EV02- Cuestionario AP05. "Definir las características del producto y/o servicio".**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos que le permiten reconocer la importancia del diseño e implementación de fichas técnicas acorde con la normatividad que le aplica al producto o servicio objeto de promoción y comercialización, de igual se han revisado los aspectos que intervienen en el ciclo de vida de un producto o servicio, teniendo en cuenta el comportamiento del económico respecto de los consumidores y sus características diferenciadoras, a fin de comprender la necesidad de implementar estrategias que permitan una adecuada penetración del producto en el mercado que lo reviste.

De otro lado, con la revisión de contenidos igualmente se reconoce la importancia de comprender adecuadamente el vocabulario y modismos básicos del idioma inglés necesarios para las actividades de mercadeo como del manejo de un segundo idioma en su desempeño laboral, especialmente para comunicarse en tareas sencillas y habituales que requieren un intercambio simple y directo de información cotidiana y técnica.

Evidencia 3 (De Producto)

AP05-EV03: "Diseño del Producto o Servicio". De acuerdo a las indicaciones del instructor sobre el desarrollo de la Actividad d Proyecto 5 **"**Definir las características del producto y/o servicio" y las actividades de aprendizaje AA9. Diseñar e implementar la ficha técnica del producto o servicio para el mercado definido en la investigación, teniendo en cuenta la normatividad legal vigente y AA10.Establecer el ciclo de vida del producto o servicio de acuerdo con las características de los consumidores y el comportamiento del entorno económico, con el fin de lograr su penetración en el mercado meta. El aprendiz elaborará un documento donde aplique conocimientos y competencias adquiridas; además de conceptos en los temas relacionados a: Diseño prototipos, Diseño de la marca, Especificaciones o características del producto o servicio y la aplicación del ciclo de vida del producto o servicio.

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia, es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen los encuentros sincrónicos suficientes con los aprendices, específicamente para: describir la evidencia, brindar orientación y resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*",

posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP05-EV03- "Diseño del Producto o Servicio"**

Evidencia 4 (De producto)
AP05-EV04 – "Presentación en Inglés: Características de un Producto". El aprendiz elaborará una presentación en idioma inglés donde muestre las características de un producto o servicio, junto con las opiniones de los clientes. La presentación del documento podrá hacerse en Power Point o en el formato de su preferencia.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

Forma de entrega:
En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Planeación*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP05-EV04- "Presentación en Inglés: Características de un Producto".**

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Desempeño: **AP05-EV01- Foro: "**Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio"	Reporta los resultados de los análisis de los productos estudiados teniendo en cuenta el estudio del ciclo de vida de productos y servicios. Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado**.**	Foro Temático: "Aspectos de la Marca y Ciclo de Vida del Producto o Servicio Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV01"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Evidencias de Conocimiento: **AP05-EV02-** Cuestionario de Preguntas: "Definir las características del producto y/o servicio"	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Enlace LMS – Prueba de Conocimiento Formato para desarrollo de evidencia: "**TGM-AP05-EV02"**
Evidencias de Producto: **AP02-EV03-:** "Diseño del Producto o Servicio**".**	Caracteriza las especificaciones del producto o servicio, de acuerdo con el estudio técnico de fabricación y lo compara con los resultados del estudio de mercado y factibilidad técnica. Observa el proceso de creación y desarrollo de nombres y marcas teniendo en cuenta aspectos técnicos, legales y de mercado.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV03"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP0-EV03"** Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**
Evidencias de Producto: **AP05-EV04 –** "Presentación en Inglés: Características de un Producto"	Estructura adecuadamente una opinión sobre un tema conocido de su especialidad.	Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP05-EV04"** Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP05-EV04"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Definir las características del producto y/o servicio	240	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 9** • Diseño de prototipos de productos y/o servicios • Construcción y desarrollo de la marca • Especificaciones del producto o servicio • Estudio de mercado y estudio técnico • Product features **Objetos de Aprendizaje Actividad de Aprendizaje 10** • Características del ciclo de vida y del servicio • Estrategias de mercadeo para el ciclo de vida del producto o servicio • Lineamientos para el diseño del plan de monitoreo para el seguimiento del ciclo de vida de un producto o de un servicio • Planeación del monitoreo de las fases del ciclo de vida de un producto o de un servicio	9	Mercados Idiomas	2	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud: Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: Publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Bienes de consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Compañía: Empresa o sociedad mercantil: una compañía de seguros; una compañía de productos químicos.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales.

Instrumento**:** Elemento o herramienta de apoyo para una actividad.

Investigación de Mercados: Proceso para buscar información acerca de consumidores, el entorno de las

organizaciones, las necesidades de bienes o servicios para tomar decisiones relacionadas con el mercado.

Investigación: De acuerdo a las definiciones que presenta la Real Academia Española (RAE) sobre la palabra investigar (vocablo que tiene su origen en el latín investigare), este verbo se refiere al acto de llevar a cabo estrategias para descubrir algo. También permite hacer mención al conjunto de actividades de índole intelectual y experimental de carácter sistemático, con la intención de incrementar los conocimientos sobre un determinado asunto.

Investigación: Se hace referencia a la indagación de información para buscar solución a una posible situación problémica.

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística (término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Mercadotecnia: American Marketing Association (AMA), la mercadotecnia es la actividad, conjunto de instituciones y procesos para crear, comunicar, entregar e intercambiar ofertas que tienen valor para los consumidores, clientes, socios y la sociedad en general.

Necesidades: Condiciones insatisfechas o de carencias.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Proyecto: Término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un

determinado objetivo.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Sistemático: Que sigue o se ajusta a un sistema o conjunto de elementos ordenados: una investigación sistemática es siempre más fiable.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: Valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOSA

Bernal, P. (2009). *Que es prototipo de productos y/o servicios*. Recuperado el 17 de septiembre de 2012, de http://gerentesyemprendedores2009.blogspot.com/2009/03/que-esprototipo-de-productos-o.html

Barba, E. (1993). *La Excelencia en el proceso de desarrollo de nuevos productos*. Barcelona: Ed. EADA Gestión, p. 116 – 125.

Miranda, F. (2000). *La gestión del proceso de diseño y desarrollo de productos*. Recuperado el 17 de septiembre 2012, de http://www.ciberconta.unizar.es/LECCION/desapro/100.HTM.

Cruz, R., & Martínez, C. (s.f.). *Estrategias competitivas dinámicas.* Recuperado el 2 de abril de 2012, de http://www.elprisma.com/apuntes/curso.asp?id=11535.

Customer Care Associates. (s.f). *Estrategias del servicio*. Recuperado el 8 de agosto de 2012, De http://www.customercareassociates.com/index.php?option=com_content&view=article&id=40&Itemid=20

Galicia, L. (2010). *Estadística y Marketing*. Recuperado el 13 de agosto de 2012 de http:// suite101.net/article/la-estadistica-y-el-marketing-a9675

Maurera, C. (s,f). *Aplicabilidad de la investigación de mercados*. Recuperado el 8 de agosto de 2012, de http://www.infomipyme.com/Docs/GT/Offline/marketing/idm.htm

Muñiz, R. (2010). *Concepto del ciclo de vida del producto. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed).* Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/concepto-de-ciclo-de-vida-del-producto-36.

Muñiz, R. (2010). *Política internacional de producto*. Marketing en el Siglo XXI (3ª Ed). Recuperado de http://www.marketing-xxi.com/politica-internacional-de-producto-152.htm

Santesmases, M. (2009). *Fundamentos de Marketing. España*: Pirámide. Itil. (s.f). El ciclo de vida de los servicios. Recuperado el 09 de Abril de 2012, de http://itilv3.osiatis.es/contacto.php

Thomson Business. (2009). *Ciclo de vida en el mercado*. Recuperado el 2 de abril 2012, de http://www.dynamicbusinessplan.com/ciclo-de-vida-en-el-mercado/

Kotler, P., y Amstrong, G. (2010). *Principios de Marketing.* México: Pearson Education.

Kotler, P., y Keller, K. (2012). *Producto. Dirección de Marketing*. México: Pearson Education.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Julio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Guianza Turística.
- **Código del Programa de Formación:** 634122.
- **Nombre del Proyecto:** Diseño y operación integral de actividades guiadas en escenarios de patrimonio cultural y natural.
- **Fase del Proyecto:** Fase Ejecución.
- **Actividad de Proyecto 7:** Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales.
- **Competencia:**

  260201020: Prestar el servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201020-02: Interpretar la historia del arte en el contexto local, nacional e internacional.

  260201020-03: Brindar información al usuario, sobre accesibilidad, condiciones meteorológicas y de riesgo, características físicas de la localidad o sitio a visitar según protocolo de servicios.

- **Competencia:**

  240201502: Producir textos en inglés en forma escrita y oral.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201502-06: Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico.

  240201502-07: Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.

- **Competencia:**

  240201500: Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201500-07: Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral.

- **Duración de la Guía:** 316 horas (1 mes y 10 días).

Este es un programa de formación en modalidad a distancia, en el que se trabajará un **30 %** presencial y un **70 %** virtual. Esto significa que para cada guía de proyecto, además del acompañamiento sincrónico en la plataforma, deberá presentarse al centro de formación que le corresponda para realizar actividades de carácter presencial con los instructores. Para obtener información sobre los encuentros presenciales que se realizarán debe comunicarse con las diferentes sedes o centros de formación asignados en el país, los cuales le informarán sobre las fechas determinadas para estos encuentros.

Para el desarrollo de las actividades virtuales, contará en la plataforma con el acompañamiento directo (sesiones colaborativas) e indirecto del instructor o los instructores, por lo que deberá establecer un tiempo de dedicación para el estudio, la lectura y la construcción de las evidencias propuestas para esta actividad de proyecto, así podrá garantizar el logro de los objetivos de formación.

En el caso de esta guía de proyecto se tiene estimado trabajar aproximadamente (48 horas) presenciales, las cuales serán programadas en el centro de formación para lograr los resultados de aprendizaje asociados a esta **Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales**.

Para las actividades presenciales podrá contar con el acompañamiento del instructor o instructores, lo que permitirá ampliar información relacionada con los diferentes temas abordados en los materiales de formación, en las evidencias de aprendizaje, y asimismo se realizará trabajo de campo para el desarrollo de los desempeños asociados a las competencias.

2. PRESENTACIÓN

En esta actividad de proyecto adquirirá los conocimientos necesarios para identificar los perfiles de los diferentes tipos de turistas a través de la caracterización de los usuarios que arrojan los observatorios del país, así como el funcionamiento de los momentos de verdad y de los ciclos del servicio en la atención al cliente; también obtendrá la

metodología para la elaboración de guiones interpretativos que podrá aplicar en las rutas que ha diseñado con anterioridad.

Complementando lo anterior, se reforzará la importancia de los protocolos de servicios y de las listas de chequeo mediante la elaboración de los mismos en la ejecución del recorrido, adicional al refuerzo y el manejo del inglés, competencia necesaria para la comunicación directa con los turistas y visitantes en las diversas actividades programadas, teniendo en cuenta de manera importante los hábitos saludables y el cuidado personal en general del guía de turismo, con el fin de evitar enfermedades laborales.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Apreciado aprendiz, tome en cuenta antes de dar inicio al desarrollo de esta guía, comunicarse con su centro de formación, para recibir información acerca de la programación de las sesiones de trabajo presenciales con el fin asegurar su participación y logro de los siguientes resultados de aprendizaje:

260201020-02: Interpretar la historia del arte en el contexto local, nacional e internacional.

260201020-03: Brindar información al usuario, sobre accesibilidad, condiciones meteorológicas y de riesgo, características físicas de la localidad o sitio a visitar según protocolo de servicios.

240201502-06: Buscar de manera sistemática información específica y detallada en escritos en inglés, más estructurados y con mayor contenido técnico.

240201502-07: Encontrar y utilizar sin esfuerzo vocabulario y expresiones de inglés técnico en artículos de revistas, libros especializados, páginas web, etc.

240201500-07: Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral.

Para lograr dichos resultados, se propone la realización de las siguientes actividades de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje presencial: Apropiar elementos que le permitan al aprendiz diseñar el guion interpretativo de la ruta escogida que cumpla con los requerimientos para que sea ejecutada.

- **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.

Actividad de aprendizaje 19: Caracterizar usuarios y aplicar técnicas en la prestación del servicio, donde usted entregará dos evidencias:

- **Evidencia 1:** Matriz "Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida".

- **Evidencia 2:** Infografía "Identificar el perfil del turista de la ruta elegida".

Actividad de aprendizaje 20: Elaborar documentos y medios técnicos para facilitar la interpretación de contextos naturales y culturales, donde usted entregará seis evidencias:

- **Evidencia 3:** Taller "Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida".

- **Evidencia 4:** Formato "Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de guianza".

- **Evidencia 5:** Herramienta "Evaluar la prestación del servicio de guianza".

- ***Evidence 6:*** *Reading "Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading".*

- ***Evidence 7:*** *Writing "Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image".*

- **Evidencia 8:** Matriz de riesgo "Identificar los peligros, valoración y determinación de controles de los riesgos".

Nota: las evidencias técnicas de esta actividad de proyecto están planteadas para ser trabajadas de manera grupal, así que deben realizarse con los grupos de trabajo conformados desde la actividad de proyecto 5.

Para el trabajo colaborativo recuerde consultar el documento "**Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo**" que está disponible en el material complementario de esta actividad de proyecto, donde se describen las herramientas de grupo de trabajo disponibles para la comunicación entre los aprendices.

Recuerde que también se puede hacer uso de herramientas como el blog de grupo, el cual se utilizó para el desarrollo de la Evidencia 8: Taller "Diseñar ruta turística en entornos naturales y culturales" de la actividad de proyecto 5 y el foro de grupo de la Evidencia 2: Video "Establecer procesos comunicativos asertivos con turistas" de la actividad de proyecto 6. No olvide que puede hacer uso de otras herramientas tecnológicas para facilitar el proceso de comunicación y de desarrollo de las evidencias.

Actividad de aprendizaje presencial: Apropiar elementos que le permitan al aprendiz diseñar el guion interpretativo de la ruta escogida que cumpla con los requerimientos para que sea ejecutada.

Informe de la presencialidad

El propósito de esta evidencia presencial es apropiar elementos que le permitan al aprendiz diseñar el guion interpretativo de la ruta escogida que cumpla con los requerimientos para que sea ejecutada.

Para el desarrollo de las actividades presenciales de esta guía de proyecto, se tiene estimado trabajar aproximadamente 48 horas, las cuales serán programadas por el centro de formación; recuerde consultar con el instructor las fechas determinadas para estos encuentros y tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Revisar el cronograma de encuentros presenciales que se encuentra en la plataforma (LMS).

2. Informarse en el encuentro presencial sobre las actividades a desarrollar.

3. Tenga en cuenta las características de los encuentros presenciales, las cuales incluyen:

    - Sesiones de tutorías en el centro de formación en los ambientes de aprendizaje sobre guion interpretativo, protocolos para la prestación de la guianza y sus listas de chequeo y definición del perfil del turista de la ruta escogida para la ejecución.

    - Acompañamiento del instructor para el diseño del guion interpretativo y matriz de eventualidades de la ruta escogida.

    - Sesiones de tutorías en el centro de formación en los ambientes de aprendizaje para desarrollar los RAP transversales y básicos (cultura física e inglés).

4. Asistir a los encuentros presenciales y participar de las actividades propuestas por los instructores.

5. Descargue el “Formato informe de la presencialidad” que se encuentra en los materiales complementarios de esta actividad de proyecto y diligencie el documento según las instrucciones dadas en el formato.

6. Enviar el informe de la presencialidad al instructor al cierre de la actividad de proyecto a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambientes de formación en el centro o externos, Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, materiales de formación “Caracterización del usuario y servicio al cliente”, “El guion interpretativo, un producto del plan interpretativo”, material complementario “Formato informe de la presencialidad”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución/ Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales. / Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

3.1 Actividad de aprendizaje 19: Caracterizar usuarios y aplicar técnicas en la prestación del servicio.

Antes de dar inicio a estas actividades de aprendizaje, es necesario reflexionar sobre la importancia que tiene el guía de turismo al conocer la variedad de perfiles de turistas que visitan un destino y sobre todo de su capacidad para identificar esos grupos y comprender sus comportamientos con el fin de atender de manera eficaz y responsable los servicios contratados.

Teniendo en cuenta lo anterior, una agencia de viajes programa un recorrido de naturaleza y contrata a un guía de turismo para que lo realice, en el momento de desarrollarlo se da cuenta que la mayoría son adultos mayores y que el recorrido por el sendero tiene un trayecto de dificultad alto, el cual no es conveniente para muchos de los turistas, por lo tanto:

- ¿Qué haría usted como guía de turismo frente a esta situación?

- ¿Considera que este grupo de turistas son los indicados para realizar este tipo de actividad?

Teniendo en cuenta los cuestionamientos anteriores y como futuro guía de turismo, participe en el **Foro de reflexión “Reconocimiento de saberes”** y argumente su punto de vista frente a los siguientes interrogantes, haciendo uso de sus conocimientos y saberes previos:

- ¿Cree usted que el guía identificó previamente el tipo de turista que iba a participar del recorrido? Argumente su respuesta.

- ¿Por qué considera importante tener en cuenta el perfil del turista?

Nota: las actividades descritas son de autorreflexión y autoconocimiento y tienen como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la actividad de proyecto. Por lo tanto no son calificables.

Este foro se encuentra ubicado en la opción del menú principal: Foros de discusión / Foro de reflexión “Reconocimiento de saberes”.

Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida

Asistir de la mejor forma a los turistas, aplicando los protocolos establecidos por la empresa, brindando una correcta información sobre accesibilidad, condiciones meteorológicas y de riesgo, relacionando las características físicas del sitio de interés turístico, además de las eventualidades que puedan generarse durante el recorrido y determinando eventualidades a presentarse en la ruta elegida, es una de las tareas a realizar por parte de un guía de turismo.

Esta evidencia le ayudará a determinar las posibles eventualidades que puedan presentarse en un recorrido, preparándolo para aplicar los correctivos que le permitan asistir al turista de conformidad con las técnicas fijadas y las necesidades del usuario.

Después de haber leído y analizado los temas que se encuentran en el material de formación denominado “Caracterización del usuario y servicio al cliente” correspondiente a esta actividad de proyecto, desarrolle la presente evidencia teniendo en cuenta lo siguiente:

1. Esta evidencia está planteada para desarrollarse de manera grupal, así que debe realizarse con el mismo grupo de trabajo que conformó desde la actividad de proyecto 5. Recuerde hacer uso de la herramienta de grupo previamente elegida y de otras herramientas tecnológicas para facilitar el proceso de comunicación y de desarrollo de la evidencia.
2. Sobre la ruta elegida y diseñada en la Evidencia 8: Taller “Diseñar ruta turística en entornos naturales y culturales” de la actividad de proyecto 5, se debe construir una matriz considerando los siguientes factores:

    - Identificación de la matriz: fecha, nombre del guía, sitio del recorrido, nombre de la ruta y número de turistas.

    - Determinar las posibles eventualidades que pueden presentarse durante el recorrido, ¿qué podría salir mal?

    - Identificar las causas de las eventualidades.

    - ¿Cuál es la probabilidad de que la eventualidad se presente? (Alta, media o baja).

- Establecer el plan a seguir.
- ¿Qué correctivos se aplicarían para evitar que estos sucesos se presenten nuevamente?
- Mencionar las personas o entidades responsables de realizar la corrección (policía de turismo, bomberos, guía de turismo, defensa civil, entre otros).

3. Publicar el trabajo en la herramienta de grupo seleccionada, con el título "**Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida #**" y en su contenido compartir el desarrollo de los puntos solicitados para la matriz; al final mencionar los nombres de los integrantes del grupo.

   Nota: el símbolo de # que aparece en el título de la publicación final del trabajo debe reemplazarse por el número del grupo al que se pertenece, el cual figura en la plataforma.
4. Verificar que uno de los integrantes del grupo envíe el archivo con el título y desarrollo de la evidencia a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Caracterización del usuario y servicio al cliente", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Matriz "Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / Evidencia 1: Matriz "Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida".

Identificar el perfil del turista de la ruta elegida

Los observatorios turísticos se encargan de realizar la caracterización de los turistas que visitan el país y que arrojan periódicamente la información que requieren las entidades públicas y privadas para el desarrollo de las acciones que tiendan a atraer a dichos visitantes.

El Centro de Información Turística (Citur) del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, es la herramienta digital que permite obtener información estratégica, oficial y confiable para la toma de decisiones; a su vez están los Sistemas de Información Turística (Situr), de donde se puede acceder a información más detallada sobre las regiones.

Teniendo en cuenta lo anterior, el propósito de esta evidencia es elaborar una infografía que permita identificar el perfil del posible turista que va a realizar la ruta que se eligió en la actividad de proyecto 5 con la cual se viene trabajando, por medio de la consulta y análisis de la información que se encuentra en estos observatorios turísticos.

Esta evidencia está planteada para trabajarse de manera grupal, así que debe realizarse con el mismo grupo con el que viene trabajando desde la actividad de proyecto 5.

Para desarrollar esta evidencia, se deben ejecutar los siguientes pasos:

1. Consultar el material de formación “Caracterización del usuario y servicio al cliente” correspondiente a esta actividad de proyecto; asimismo es posible el apoyo de páginas web como la del Citur y Situr correspondientes.

2. Con base en la ruta elegida, se debe identificar el Situr correspondiente a la región, el cual se puede encontrar en la página del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo; en caso de que no exista Situr sobre la región, es necesario tener en cuenta los análisis de la demanda del Citur y otras fuentes que se considere se deban consultar.

3. Identificar a qué tipología de turismo corresponde la ruta elegida.

4. Con base en esa tipología, realizar una búsqueda del perfil del turista al cual se le quiere ofrecer el recorrido.

   Los criterios mínimos a tener en cuenta para la búsqueda del perfil son:

   - Género.
   - Lugar de origen.
   - Escolaridad (profesión).
   - Ingresos promedio (nivel socioeconómico).
   - Edad.
   - Motivación del viaje.
   - Gasto diario.
   - Permanencia.
   - Intereses del turista.

Nota: los datos deben ser soportados por la respectiva referencia de la fuente, la cual debe ser presentada como un adjunto a la infografía.

5. Publicar la infografía en la herramienta de grupo seleccionada, con el título "**Identificar el perfil del turista de la ruta elegida #**"; al final mencione los nombres de los integrantes del grupo.

   Nota: el símbolo de # que aparece en el título de la publicación final del trabajo debe reemplazarse por el número del grupo al que pertenece, el cual figura en la plataforma.

6. Verificar que uno de los integrantes del grupo envíe el archivo con el título de la evidencia y la infografía elaborada a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Caracterización del usuario y servicio al cliente", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 2: Infografía "Identificar el perfil del turista de la ruta elegida".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / Evidencia 2: Infografía "Identificar el perfil del turista de la ruta elegida".

3.2 Actividad de aprendizaje 20: Elaborar documentos y medios técnicos para facilitar la interpretación de contextos naturales y culturales.

Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida

El guion interpretativo parte de una estructura o tronco del plan o marco interpretativo en el área protegida, sitio del patrimonio o territorio definido para la interpretación; hace parte de un conjunto de piezas más amplio, en la que la interpretación se desarrolla en un momento en el cual se ha trabajado el proceso de planificación del sitio, en una actividad con actores claves que inciden, actúan y conocen el lugar.

Un guion interpretativo no se construye solo como un elemento aislado en un territorio o sitio, es un producto que se genera de forma ordenada articulado al plan de uso público, surge desde el plan interpretativo al igual que otros productos interpretativos del lugar donde confluyen oportunidades de uso público.

Nuevamente con el grupo de trabajo, es necesario desarrollar esta evidencia, la cual aportará herramientas para la construcción del guion interpretativo con base en la ruta

que se eligió en la actividad de proyecto 5, por lo tanto, se deben seguir los siguientes pasos:

1. Recordar hacer uso de la herramienta de grupo previamente elegida y de otras herramientas tecnológicas para facilitar el proceso de comunicación y de desarrollo de la evidencia.

2. Descargar la Evidencia 3: Taller “Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida” para ver la descripción detallada de esta evidencia.

3. Plantear los objetivos del plan interpretativo con base en las preguntas que se encuentran en la evidencia descargable.

4. Retomar el perfil del turista que se identificó en la Evidencia 2: Infografía “Identificar el perfil del turista de la ruta elegida”, de esta guía de proyecto, el cual se debe tener en cuenta en la construcción del guion interpretativo.

5. Elaborar el mensaje del plan interpretativo con base en las instrucciones que se dan en la evidencia descargable.

6. Una vez elaborados los temas y subtemas, desarrollar las partes del guion interpretativo, apoyarse del material de formación “El guion interpretativo, un producto del plan interpretativo”.

7. Con base en la figura que se muestra en la evidencia descargable, elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida y desarrollar la totalidad de los puntos que se indican allí.

8. En caso de haberse realizado visitas a la comunidad, adjuntar la información solicitada con sus respectivos soportes:

    - Cuestionarios diligenciados.

    - Listas de asistencia.

    - Registro fotográfico.

9. Publicar el trabajo en la herramienta de grupo seleccionada, con el título “**Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida #**” y en su contenido compartir el desarrollo de los puntos solicitados en la evidencia; al final mencionar los nombres de los integrantes.

Nota: el símbolo de # que aparece en el título de la publicación final del trabajo debe reemplazarse por el número del grupo al que se pertenece, el cual figura en la plataforma.

10. Verificar que uno de los integrantes del grupo envíe el archivo con el título y desarrollo de la evidencia a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “El guion interpretativo, un producto del plan interpretativo”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 3: Taller “Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / Evidencia 3: Taller “Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida”.

Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de la guianza

Para el guía de turismo el protocolo para la prestación del servicio de guianza, proporciona los parámetros a seguir en recorridos turísticos naturales o culturales; en el cumplimiento de la labor, es necesario elaborar protocolos para la ejecución de la ruta elegida, así como las listas de chequeo como herramienta para que el guía de turismo pueda controlar y evaluar la prestación del servicio.

El propósito de esta evidencia es que con lo aprendido hasta el momento se pueda diseñar el protocolo de la ejecución del recorrido con su respectiva lista de chequeo sobre la ruta elegida en la actividad de proyecto 5.

Por lo anterior para el desarrollo de esta evidencia, es necesario que nuevamente con el grupo de trabajo con el que se han venido elaborando las diferentes evidencias grupales, se realicen los puntos que se describen a continuación:

1. Leer el material de formación “Caracterización del usuario y servicio al cliente” correspondiente a esta actividad de proyecto, adicionalmente se debe consultar el documento denominado “Elaboración e implementación de protocolos de seguridad turística en los destinos de San Agustín (Huila), Paisaje Cultural Cafetero (Caldas, Quindío, Risaralda y Norte del Valle), Nuquí (Chocó) y Caño Cristales (Meta), mejorando su competitividad y las condiciones de seguridad de los turistas durante su permanencia o desplazamiento” disponible en el material complementario.

2. Posterior a estas lecturas, se debe diseñar el protocolo para la prestación del servicio de guianza turística con base en la “Norma Técnica Sectorial (NTS GT012)” y las normas técnicas sectoriales específicas según el tipo de actividad a realizar (buceo, rafting, parapente, entre otras) si aplica.

   Nota: estas son las normas que como mínimo se deben tener en cuenta; se recomienda complementar con otros referentes.

3. Diseñar la lista de chequeo correspondiente para ser aplicada en la ejecución del recorrido de la ruta diseñada.

4. Publicar el trabajo en la herramienta de grupo seleccionada, con los títulos “**Protocolo para la prestación del servicio de la guianza #**” y “**Lista de chequeo para la prestación del servicio de la guianza #**” y en su contenido compartir el desarrollo de los puntos solicitados en la evidencia; al final se debe mencionar los nombres de los integrantes.

   Nota: el símbolo de # que aparece en el título de la publicación final del trabajo debe reemplazarse por el número del grupo al que se pertenece, el cual figura en la plataforma.

5. Enviar el archivo con el protocolo y la lista de chequeo al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Caracterización del usuario y servicio al cliente”, material complementario “Elaboración e implementación de protocolos de seguridad turística en los destinos de San Agustín (Huila), Paisaje Cultural Cafetero (Caldas, Quindío, Risaralda y Norte del Valle), Nuquí (Chocó) y Caño Cristales (Meta), mejorando su competitividad y las condiciones de seguridad de los turistas durante su permanencia o desplazamiento”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 4: Formato “Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de guianza”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / Evidencia 4: Formato “Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de guianza”.

Evaluar la prestación del servicio de guianza

El guía de turismo debe tener la capacidad de evaluar el servicio prestado en sus recorridos, por lo que existen una serie de herramientas, las cuales cumplen con ese objetivo, permitiendo conocer por parte del turista los aspectos a mejorar o a cambiar; de igual manera también dejan saber cuáles son las prácticas que mejor se realizan y que hacen que el recorrido sea exitoso.

Por lo anterior, el propósito de esta evidencia es diseñar una herramienta que permita evaluar la prestación del servicio de guianza por parte del guía de turismo a los turistas.

Para el desarrollo de esta evidencia, es necesario que se reúna de nuevo con su grupo de trabajo y tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Consultar el material de formación “Caracterización del usuario y servicio al cliente”, correspondiente a esta actividad de proyecto, así como el siguiente material complementario:
   - Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados.
   - Manual de apoyo para la capacitación sobre grupos focales y entrevistas.
2. Luego de estas lecturas, se deben tomar los elementos de la caracterización del usuario y de los protocolos de la prestación del servicio de guianza vistos anteriormente y elaborar una herramienta que permita evaluar la satisfacción de los turistas que van a realizar la ruta diseñada.

   Nota: tomar en cuenta que la ruta diseñada es la que se eligió en el grupo en la Evidencia 8: Taller “Diseñar ruta turística en entornos naturales y culturales” de la actividad de proyecto 5.
3. Elegir según conocimientos y manejo, una herramienta (cuantitativa o cualitativa) con la que se desee evaluar la prestación del servicio de guianza, como por ejemplo:
   - Encuesta.
   - Grupo focal.
   - Entrevista.
4. Publicar el trabajo en la herramienta de grupo seleccionada, con el **título** “**Evaluar la prestación del servicio de la guianza #**” y en su contenido compartir el desarrollo de los puntos solicitados en la evidencia; al final mencionar los nombres de los integrantes del grupo.

   Nota: el símbolo de # que aparece en el título de la publicación final del trabajo debe reemplazarse por el número del grupo al que pertenece, el cual figura en la plataforma.

5. Enviar el archivo con la herramienta de evaluación elaborada al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Caracterización del usuario y servicio al cliente", materiales complementarios "Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados", "Manual de apoyo para la capacitación sobre grupos focales y entrevistas", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 5: Herramienta "Evaluar la prestación del servicio de guianza".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / Evidencia 5: Herramienta "Evaluar la prestación del servicio de guianza".

Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading

The creation of interpretative materials is a process that includes didactics and pedagogy. In a multitude of employment options, the tour guide will have the opportunity to put into practice the skills of designing and applying digital or physical resources to make the tour guide an unforgettable experience for tourists. In places such as museums, zoos, rural tours and natural destinations, having materials that recreate the ideas and images of the places visited, will make the words and expressions of the guide to remain in the memory of tourists.

Through this evidence, the aim is to train the tourist guide apprentice in better understanding of the communication process, graphically and gesturally. Reading and writing processes, reading comprehension and predictive reading will be carried out. These exercises will help future guides to carefully choose the cards, brochures or materials available for a high-level guiding process. If the trainee is not familiar with these materials, he or she will be able to contribute his or her experience to develop the guidance in a professional manner.

In order to complete the evidence, the apprentice must:

1. *Read the learning material "Interpretative tools for tour guiding" in order to have the necessary tools for the elaboration of the evidence.*

2. *Download the Evidence 6: Reading "Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading".*

3. *After analyzing the content of the material, read the text that is in the downloadable evidence.*

4. *According to what you have read in the previous text, please write if the sentences are true or false.*

5. *Then, complete the following sentences using the correct word.*

6. *Send the file where you include all the answers to the questions to the instructor through the virtual learning platform.*

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material "Interpretative tools for tours guiding", glossary and SENA library.*

Evidence 6: *Reading "Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading".*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / *Evidence 6: Reading "Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading*".

Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image

Choosing written materials with reliable sources is essential for the tourist guide when designing materials for the guide. The information provided to tourists must be concise, accurate, adequate and sufficient for visitors to know the cultural or natural destinations and to take away the most relevant data. Sometimes, the guide can be filled with many materials, but the secret is to simplify the message and not saturate the materials created.

The objective of this learning material is to provide technical texts to the apprentice that allow him / her to take critical and propositive positions before the work of tour guide. To this end, a document was prepared that stratifies different ecosystems, including visual strategies to further entrench the contents.

In order to complete the evidence, the apprentice must:

1. *Read the learning material "Interpretative tools for tour guiding" in order to have the necessary tools for the elaboration of the evidence.*

2. *After analyzing the material content, download the Evidence 7: Writing "Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image" and please read the text called "Eco-tourism in Colombia, nature at it's best".*

3. *After reading the article, please, write a summary that contains the most relevant information. You can see the training material "Cultural and natural destinations in Colombia" of project activity 2. In that learning material it is outlined the steps to make a review.*

4. *After reading the text and making the summary, please write under each image the name of the park.*

5. *Send the file to the instructor through the virtual learning platform.*

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material "Interpretative tools for tours guiding", glossary and SENA library.*

Evidence 7: *Writing "Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image".*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en contextos naturales y culturales / *Evidence 7: Writing "Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image".*

Identificar los peligros, valoración y determinación de controles de los riesgos

Realizar el control de riesgos ergonómicos o biomecánicos permite facilitar el proceso de percepción y respuesta ante las situaciones que ponen en riesgo la salud o el bienestar físico de los trabajadores; los controles de los riesgos admiten a su vez rediseñar los lugares de trabajo en cuanto a espacios, iluminación, ventilación, diseñar tareas que motiven a los trabajadores a realizar su desempeño sin complicación o sin que se genere estrés, desfavoreciendo su condición. Permite igualmente desarrollar nuevas estrategias de planificación de tareas y favorecer técnicas para la realización de las mismas.

El propósito de esta evidencia es afianzar los conocimientos necesarios para generar hábitos saludables y de cuidado en la salud del guía de turismo para evitar así enfermedades laborales.

Por lo anterior y para cumplir con esta evidencia debe inicialmente consultar el material de formación "Hábitos saludables para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales", correspondiente a esta actividad de proyecto, la "Guía Técnica Colombiana GTC-45" en internet y el siguiente material complementario:

- Procedimiento para identificación de peligros, valoración de riesgos y determinación de controles.

- Decreto número 1072 de 2015.

Posterior a esta lectura identifique el “Anexo A (Informativo). Ejemplo de tabla de peligros” de la “Guía Técnica Colombiana GTC-45” y ubique la clasificación de riesgos psicosociales y biomecánicos, los cuales son los que se usarán para el desarrollo de esta evidencia.

Después desarrolle lo siguiente:

1. Descargue y diligencie el formato “Matriz de riesgo” que se encuentra en el material complementario de esta actividad de proyecto y revise las pestañas de “Clasificación”, “Efectos”, “Medidas de intervención”, “Tabla de valoración”; tenga en cuenta el documento mencionado anteriormente y que hace parte del material complementario “Procedimiento para identificación de peligros, valoración de riesgos y determinación de controles”, el cual contiene el paso a paso para el diligenciamiento de la matriz.

2. En la columna “Controles administrativos, señalización, advertencia”, proponga de manera creativa acciones o actividades de cultura física que ayuden a disminuir los riesgos evaluados.

3. Recuerde que la matriz solo debe contener la información para los riesgos psicosocial y biomecánico que se pueden llegar a presentar en el desempeño laboral de un Tecnólogo en Guianza Turística.

4. Envíe la matriz diligenciada al instructor a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Hábitos saludables para la prevención de riesgos ergonómicos y psicosociales”, materiales complementarios “Procedimiento para identificación de peligros, valoración de riesgos y determinación de controles” y “Decreto número 1072 de 2015”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 8: Matriz de riesgo “Identificar los peligros, valoración y determinación de controles de los riesgos”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 7: Diseñar herramientas interpretativas para aplicar en

contextos naturales y culturales / Evidencia 8: Matriz de riesgo “Identificar los peligros, valoración y determinación de controles de los riesgos”.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.	• Asiste al turista en las eventualidades que se presentan en el recorrido aplicando las técnicas y los protocolos establecidos. • Elabora guion turístico de acuerdo con la información recolectada en el plan interpretativo y aplicando técnicas de comunicación. • Puede extraer información adecuada y precisa y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión. • Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto. • Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído. • Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés. • Puede relacionar textos en	**Lista de verificación:** Informe.

	inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados. • Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional. • Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral. • Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar social y productivo teniendo en cuenta su proyecto de vida.	
Evidencia de producto: **Evidencia 1:** Matriz "Determinar las eventualidades a presentarse durante el recorrido en la ruta elegida".	Asiste al turista en las eventualidades que se presentan en el recorrido aplicando las técnicas y los protocolos establecidos.	**Lista de verificación:** Matriz.
Evidencia de producto: **Evidencia 2:** Infografía "Identificar el perfil del turista de la ruta elegida".		**Lista de verificación:** Infografía.
Evidencia de producto: **Evidencia 3:** Taller "Elaborar el guion interpretativo de la ruta elegida".		**Lista de verificación:** Taller.

Evidencia de producto: **Evidencia 4:** Formato "Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de guianza".	Elabora guion turístico de acuerdo con la información recolectada en el plan interpretativo y aplicando técnicas de comunicación.	**Lista de verificación:** Formato.
Evidencia de producto: **Evidencia 5:** Herramienta "Evaluar la prestación del servicio de guianza".		**Lista de verificación:** Herramienta de evaluación.
Evidencia de conocimiento: ***Evidence 6:*** *Reading "Extracts accurate and appropriate information from English texts to complete sentences based on the reading".*	• Puede extraer información adecuada y precisa y tomar nota de una conversación, programa, clase, etc.; referido a su profesión. • Puede completar frases basado en información leída previamente en un texto. • Puede realizar actividades de verdadero o falso, basados en una conversación que ha escuchado o en un texto que ha leído.	**Lista de verificación:** Lectura.
Evidencia de producto: ***Evidence 7:*** *Writing "Make a summary about technical topics in English and relates them to the appropriate image".*	• Realiza resúmenes de la información relevante y detallada de un texto técnico en inglés. • Puede relacionar textos en inglés con imágenes o con títulos que le sean adecuados.	**Lista de verificación:** Resumen.

Evidencia de producto: **Evidencia 8:** Matriz de riesgo "Identificar los peligros, valoración y determinación de controles de los riesgos".	• Diagnostica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional. • Selecciona las técnicas de cultura física para prevenir riesgos ergonómicos y psicosociales según naturaleza y complejidad del desempeño laboral. • Valora el impacto de la cultura física en el mejoramiento de la calidad de vida y su efecto en el entorno familiar, social y productivo teniendo en cuenta su proyecto de vida.	**Lista de verificación:** Matriz de riesgo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Acreditación: certificación mediante un documento en la cual una persona posee las facultades necesarias para desempeñar un cometido.

Assess: *To carefully consider a situation, person, or problem in order to make a judgment.*

Calidad en el servicio: significa cumplir con los requisitos o expectativas del cliente y hacer esto siempre bien desde la primera vez.

City tour**:** itinerario turístico que incluye la visita guiada de una ciudad.

Cliente: es la persona que a través de un proceso de intercambio, espera recibir un producto o servicio para satisfacer integralmente sus necesidades o deseos.

Cliente externo: razón de ser de la organización. Son las personas a quienes la empresa aplica todas sus energías y recursos con miras a crear la máxima satisfacción de sus necesidades.

Cliente interno: son todos los empleados de la organización que a través del intercambio laboral, fundamentado en la colaboración y apoyo mutuo, esperan, no solo recibir un salario, sino también la satisfacción de servir mejor, trabajando mancomunadamente en aras de la satisfacción recíproca.

Código: es el conjunto de signos que deben ser compartidos por el emisor y el receptor de un mensaje para que este sea comprendido.

Cognition: *The mental process of knowing, including aspects such as awareness, perception, reasoning, and judgment. That which comes to be known, as through perception, reasoning, or intuition; knowledge.*

Confiabilidad: es la capacidad de prestar el servicio prometido con exactitud y seriedad.

Conjunto de servicio: amalgama de prestaciones que el cliente espera recibir además del producto o servicio pactado como consecuencia de la buena gestión de calidad en la que se ha comprometido la empresa.

Conocimiento del cliente: es el sistema mediante el cual se identifica de manera personalizada al cliente para caracterizar sus requerimientos y necesidades con el fin de satisfacérselos.

Cortesía: atención, amabilidad y buenos modales.

Cultural heritage: *The term cultural heritage encompasses several main categories of heritage: Cultural heritage, tangible cultural heritage: Movable cultural heritage (paintings, sculptures, coins, manuscripts) immovable cultural heritage (monuments, archaeological sites, and so on) underwater cultural heritage (shipwrecks, underwater ruins and cities).*

Denuncia: acción y efecto de denunciar (avisar o notificar) por medio de una declaración pública una situación ilegal o injusta cometida.

Documentos: información creada o recibida, conservada como información y prueba por una organización o individuo en el desarrollo de sus actividades.

Estación de policía: edificio o dependencias destinadas a alojar los equipamientos de la policía nacional y a ser utilizados por esta en el desempeño de sus funciones.

Falsificación: es un acto consistente en la creación o modificación de ciertos documentos, efectos, productos (bienes o servicios) con el fin de hacerlos parecer como verdaderos, o para alterar o simular la verdad.

***Feedback*:** es una respuesta durante el proceso de comunicación en donde se invierten los roles de forma continua entre el emisor y el receptor, generando retroalimentación.

Gather: *To look for and find information or documents in different places.*

Gerencia del servicio: significa darle un vuelco a toda la organización y convertirla en un negocio enfocado hacia el cliente.

IATA: Asociación de Transporte Aéreo Internacional.

Intangible cultural heritage: *Oral traditions, performing arts, rituals.*

Journey: *The act of traveling from one place to another; a trip.*

La percepción del cliente: es la imagen que tiene el cliente de la empresa como resultado de experiencias propias o contadas por los demás clientes.

Laying out: *To arrange something according to a detailed plan, for example rooms in a building, roads in a town, or areas on a piece of land.*

Lista de verificación: es una de las formas más objetivas de valorar el estado de aquello que se somete a control; se puede utilizar con finalidades de evaluación, de control o análisis.

Media: *Communication channels through which news, entertainment, education, data, or promotional messages are disseminated. Media includes every broadcasting and narrowcasting medium such as newspapers, magazines, TV, radio, billboards, direct mail, telephone, fax, and internet. Media is the plural of medium and can take a plural or singular verb, depending on the sense intended.*

Momento de verdad: es un episodio en el cual el cliente entra en contacto.

Nowadays: *During the present time; now.*

OACI: Organización de Aviación Civil Internacional.

Pérdida: es la carencia o privación de algo que se poseía (documentos).

Programa turístico: descripción pormenorizada presentada a través de un medio o instrumento promocional, el cual se contiene el itinerario, las excursiones, las tarifas, la vigencia y todo lo concerniente con las actividades del viaje.

Prontitud de respuesta: es la velocidad con la que la empresa responde a las llamadas; tiene que ver con la toma de decisiones rápidas, oportunas y confiables.

Recepción: es la fase donde se establece el primer contacto con el cliente; esta primera impresión es clave en una relación exitosa con el cliente.

Recuperación del servicio: es la respuesta de la compañía a un problema de servicio, que compromete directamente la credibilidad del cliente.

Robo: es un delito contra el patrimonio, consistente en el apoderamiento de bienes ajenos, con intención de lucrarse, empleando para ello fuerza en las cosas o bien, violencia o intimidación en la persona.

Salvoconducto: documento expedido por la autoridad competente para permitir el tránsito libre y sin riesgo de su portador.

Seguridad: solidez financiera en donde no se presentan peligros, daños o riesgos; es algo que se presenta como cierto y que no admite duda.

Sidedness: *Having sides usually of a specified number or kind. Often used in combination.*

Stage: *A particular part of a process that has several different parts.*

Suitability: *The quality of having the properties that are right for a specific purpose.*

Thematic tour: *A tour designed around a specific theme such as fall foliage, also a special interest tour.*

Trámites: es la gestión o diligenciamiento que se realiza para obtener un resultado en pos de algo para resolver una cosa o asunto.

Try-out: *A test of the suitability of a performer.*

Valor agregado: es aquello que es percibido como adicional o extra en el servicio que se está prestando.

Visado: certificado o sello que se pone en un documento al visarlo, particularmente en un pasaporte.

Water mill: *A watermill is a structure that uses a water wheel or turbine to drive a mechanical process such as flour, lumber or textile production, or metal shaping (rolling, grinding or wire drawing).*

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Cardona, C. y Restrepo, A. (s.f.). *Herramientas de control. Lista de chequeo*. Recuperado de http://puntosdeencuentro.weebly.com

Centro de Estudios Superiores en Turismo. (s.f.). *Metodología del estudio de perfil y satisfacción del turista.* Recuperado de http://ictur.sectur.gob.mx

Fondo Nacional de Turismo. (s.f.). *Introducción y beneficios.* Recuperado de http://www.fontur.com.co

Gobierno de Navarra. (2009). *Guía para medir la satisfacción respecto a los servicios prestados.* Recuperado de http://www.navarra.es

Horovitz, C. (1975). *Its ocurrence, chemistry, physics, metallurgy, biology and technology.* Londres: Academic Press.

Mejía, L. (2009). *¿Cómo puedo mejorar el servicio al cliente?* Recuperado de http://www.eumed.net

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (2008). *Sistema de indicadores de competitividad para el turismo colombiano.* Recuperado de http://www.mincit.gov.co

Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones. (2011). *Guía para la caracterización de usuarios de las entidades públicas.* Recuperado de http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co

Mr turismo. (s.f.). *Diez nuevos nichos de clientes marcan tendencia en el sector turístico.* Recuperado de http://www.mrturismo.com

Oliva, P. (2009). *Listas de chequeo como técnica de control.* Recuperado de http://www.minsal.cl

Organización Mundial del Turismo. (1999). *Código Ético Mundial para el turismo-artículo 7.* Recuperado de http://ethics.unwto.org

Organización Mundial del Turismo. (2014). *Recomendaciones de la OMT por un turismo accesible para todos.* Recuperado de http://www2.unwto.org

Organización Mundial del Turismo. (2015). *Turismo para todos: promover la accesibilidad universal.* Recuperado de http://cf.cdn.unwto.org

Restrepo, C., Restrepo, L. y Estrada, S. (2006). *Enfoque estratégico del servicio al cliente.* Recuperado de http://revistas.utp.edu.co

Sellés, S., Pina, T. y Navas, A. (2004). La gestión de la calidad a través de las normas ISO 9000 del año 2000: un estudio empírico. *Revista investigaciones europeas de dirección y economía de la empresa, 10*(2), 183-199.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores	Adriana Milena Mesa	Líder Expertos técnicos	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	Octubre de 2017
	Lina Eugenia Arango Narváez	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Piedad Álvarez Jaramillo	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experta técnica	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander	
	Clara Esperanza Osorio Dussán	Grupo de planeación del manejo-ecoturismo	Parques Nacionales Naturales de Colombia	

	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital.	
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	
	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autores	Diana Carolina León Romero	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío	Octubre de 2017	Revisión y ajustes pedagógicos.
	Gloria Amparo Escudero López	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío		

	Rachman Bustillo Martínez	Guionista	Línea de producción Quindío		Revisión y ajustes de estilo y referencias.

GUÍA DE APRENDIZAJE Nº 1

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE				
Programa de Formación: TECNÓLOGO EN GESTIÓN DE MERCADOS		Código: 621113 Versión: 2		
Nombre del Proyecto: IMPLEMENTACIÓN DE MODELOS DE COMERCIALIZACIÓN DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS.		Código: 1239683		
Fase del proyecto: ANÁLISIS				
Actividad del Proyecto: Caracterizar el Comportamiento del Mercado.	**Actividad (es) de Aprendizaje:** AA1. Recopilar información a partir de diversas fuentes teniendo en cuenta su clasificación y veracidad, de acuerdo a los parámetros de investigación de la empresa. AA2. Caracterizar el comportamiento del mercado teniendo en cuenta la planeación estratégica de la empresa y sus políticas de mercadeo.	Ambiente de formación ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva) y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente	MATERIALES DE FORMACIÓN DEVOLUTIVO (Herramienta - equipo)	CONSUMIBLE (unidades empleadas durante el programa)
Resultados de Aprendizaje: 26010101801. Recolectar y clasificar información con veracidad, fidedignidad de las fuentes, de acuerdo con los parámetros establecidos en la Planeación Estratégica de la organización.	**Competencia:** 260101018. Implementar el sistema de información de mercados de acuerdo con las necesidades de información de las sub áreas y los objetivos de la empresa.	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS).	**N/A**	**N/A**
Resultados de Aprendizaje: 26010101601. Diagnosticar el comportamiento del mercado, garantizando la utilización de fuentes confiables y fidedignas de la investigación, según políticas de la empresa.	**Competencia:** 260101016. Planear actividades de mercadeo que respondan a las necesidades y expectativas de los clientes y a los objetivos de la empresa.			
Resultados de Aprendizaje: 24020150101. Comprender frases y vocabulario habitual	**Competencia:** 240201501. Comprender textos en inglés en forma			

sobre temas de interés personal y temas técnicos.	escrita y auditiva.			
Resultados de Aprendizaje: 240201500007. Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral	**Competencia:** 240201500. Promover la interacción idónea consigo mismo, con los demás y con la naturaleza en los contextos laboral y social.			
Duración de la guía: 150 horas				

2. INTRODUCCIÓN

Bienvenido a la actividad de proyecto 1: ***"Caracterizar el Comportamiento del Mercado";*** en ella, el aprendiz estudiará y aplicará técnicas para la recolección de información, considerando los parámetros de investigación establecidos por la empresa; así como la caracterización del mercado, estimando como base de análisis, su comportamiento y la planeación estratégica orientada por la organización.

El tiempo requerido para desarrollar esta actividad de proyecto será de 150 horas, período en el cual se abordarán dos actividades de aprendizaje; en la primera de ellas: ***"Recopilar información a partir de diversas fuentes teniendo en cuenta su clasificación y veracidad, de acuerdo a los parámetros de investigación de la empresa";*** se acometerá el estudio de los elementos requeridos para un proceso de indagación, con el objetivo de precisar las necesidades y exigencias del mercado en cada uno de los sectores que lo constituyen. El material de estudio orientado por esta actividad de aprendizaje trata temas como: **Conceptos, funciones y tendencias del marketing,** en el que se plasma la fundamentación que precisa toda gestión de mercados; las **Herramientas para la definición de proyectos,** como insumo estratégico para respuestas idóneas a requerimientos de los consumidores; el análisis de la **Estadística descriptiva** como apoyo a la caracterización de los mercados existentes y sus actuales exigencias; la búsqueda y hallazgo de **Fuentes de información** como principio para la vigencia de la acción comercializadora; y, como contenido de cierre, los **Instrumentos de investigación de mercados** en su acción metodológica para proyectar una buena planeación.
La segunda actividad de aprendizaje: ***"Caracterizar el comportamiento del mercado de acuerdo a la planeación estratégica de la empresa y sus políticas de mercadeo";*** tomará como referente temático la planeación de actividades de mercadeo, a partir del diagnóstico del mercado mediante la consulta de fuentes idóneas en concordancia con las políticas establecidas por la empresa. El material de estudio que vincula la realización de esta actividad, contempla temas como la **Matriz DOFA** en su aplicación diagnóstica sobre debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, y el **Informe ejecutivo** como herramienta crítica de análisis hacia el mejoramiento continuo.

Igualmente, la presente Actividad de Proyecto en su visión integradora, contempla el abordaje de contenidos referidos a la comprensión de textos en inglés, tanto en forma escrita como auditiva, y la generación de hábitos saludables para prevención de riesgos ocupacionales, como respuesta a las condiciones y complejidades propias de cada desempeño laboral.

La presente actividad de proyecto busca formar un tecnólogo apto para caracterizar el comportamiento del mercado, que dé respuesta a las aspiraciones del sector, enmarcando su acción dentro de las estrategias diseñadas y avaladas por la organización, como sello de identidad que le particulariza y define.

¡Bienvenido!

3. ESTRUCTURACION DIDACTICA DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE 1 y 2.

3.1 Actividades de Reflexión inicial.

Actividades previas

Antes de elaborar las actividades propuestas en esta guía de aprendizaje, es preciso verificar que realizó las siguientes actividades previas al proceso formativo:

a. Actualizar datos
b. Contestar el sondeo de conocimientos previos
c. Presentarse ante su instructor y compañeros en el Foro Social

Importante: Consulte el enlace "**Información del programa**", que se encuentra en el menú del programa de formación, para conocer la descripción, la metodología de estudio, duración, justificación, entre otros aspectos

Actividades de Reflexión Inicial

Teniendo en cuenta que la caracterización del comportamiento del mercado, se constituye en elemento clave para implementar modelos de comercialización de productos o servicios, resulta de gran importancia enfocar su estudio desde dos aspectos claramente definidos en la presente guía de aprendizaje:

1. Recopilar la información a partir del diseño de un sistema que garantice su identificación con claridad y veracidad, de manera que resulte pertinente con el objeto de conocimiento, orientado éste, por los parámetros de estudio definidos por la planeación.
2. Que la caracterización del mercado tenga plena fundamentación en el comportamiento diagnosticado, de manera que, la planeación de actividades respondan a las necesidades del cliente y a las políticas de la empresa.

Definidos los presupuestos para la caracterización del comportamiento del mercado, se hace necesario, y como parte de la fundamentación requerida, que el aprendiz realice una reflexión en torno a los siguientes cuestionamientos:

- Para realizar una recopilación de información y clasificarla adecuadamente con miras a la definición de una estrategia de mercadeo: ¿Qué procedimientos cree que son necesarios para su recolección, y con qué instrumentos?

- ¿Qué importancia tiene para la gestión de mercados la implementación de un proyecto de investigación?
- ¿El identificar la segmentación de mercados, qué ventajas aporta a las acciones y estrategias del marketing?
- ¿Sabe usted para qué sirven los estudios exploratorios al momento de definir una necesidad de investigación?
- ¿Qué utilidad presta la clara definición de un problema de investigación y el planteamiento de su objeto de estudio?

Considerando la importancia de un adecuado seguimiento a la recopilación de información, a sus fuentes de consulta, a la necesaria idoneidad de los datos obtenidos y su congruencia de clasificación con los objetivos de la organización; así como, la caracterización de mercados en función de las políticas trazadas por la empresa; realice un ejercicio exploratorio de autoevaluación, respondiéndose a sí mismo las preguntas planteadas, y determinando sus fortalezas y aptitudes frente al tema, así como, la importancia de avanzar en la adquisición de competencias requeridas durante su proceso de aprendizaje para un necesario dominio del tema.

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

La actividad de reflexión inicial ha generado inquietudes, y muy seguramente, suscitado alternativas de aplicabilidad para el diagnóstico y caracterización de mercados a partir de la recolección y clasificación de información, tomando como referente la planeación y políticas de la empresa; esta posibilidad de introspección, abre el camino hacia un espacio de contextualización en el que se acomete la identificación y rescate de los saberes que el aprendiz ha construido a lo largo de sus particulares vivencias y desempeño laboral.

Antes de dar inicio al estudio de las metodologías de recopilación de información según los parámetros previamente establecidos por la empresa, y de caracterizar el mercado referenciado desde las fuentes de consulta examinadas, es necesario clarificar que los objetivos perseguidos en esta fase de Análisis del Proyecto Formativo, hace necesaria la profundización de conocimientos, que para el caso de la actividad de aprendizaje (AA1): ***Recopilar información a partir de diversas fuentes teniendo en cuenta su clasificación y veracidad, de acuerdo a los parámetros de investigación de la empresa",*** son los siguientes:

- Manejo adecuado de conceptos con aplicación directa en Marketing, e identificación de tendencias y su implicación funcional en el Marketing.
- Determinación del proyecto de investigación tomando como referente la metodología y conceptualización estructurada en los objetivos propuestos y su objeto de estudio; así como la definición de sus herramientas aplicativas.
- La Estadística Descriptiva con orientación al estudio de mercados y sus tendencias.
- Descripción y selección de fuentes de información, según requerimientos del enfoque investigativo y elección de instrumentos a utilizar para obtención de información.

La profundización de conocimientos para la actividad de aprendizaje (AA2): ***"Caracterizar el comportamiento del mercado de acuerdo a la planeación estratégica de la empresa y sus políticas de mercadeo"***, son los siguientes:

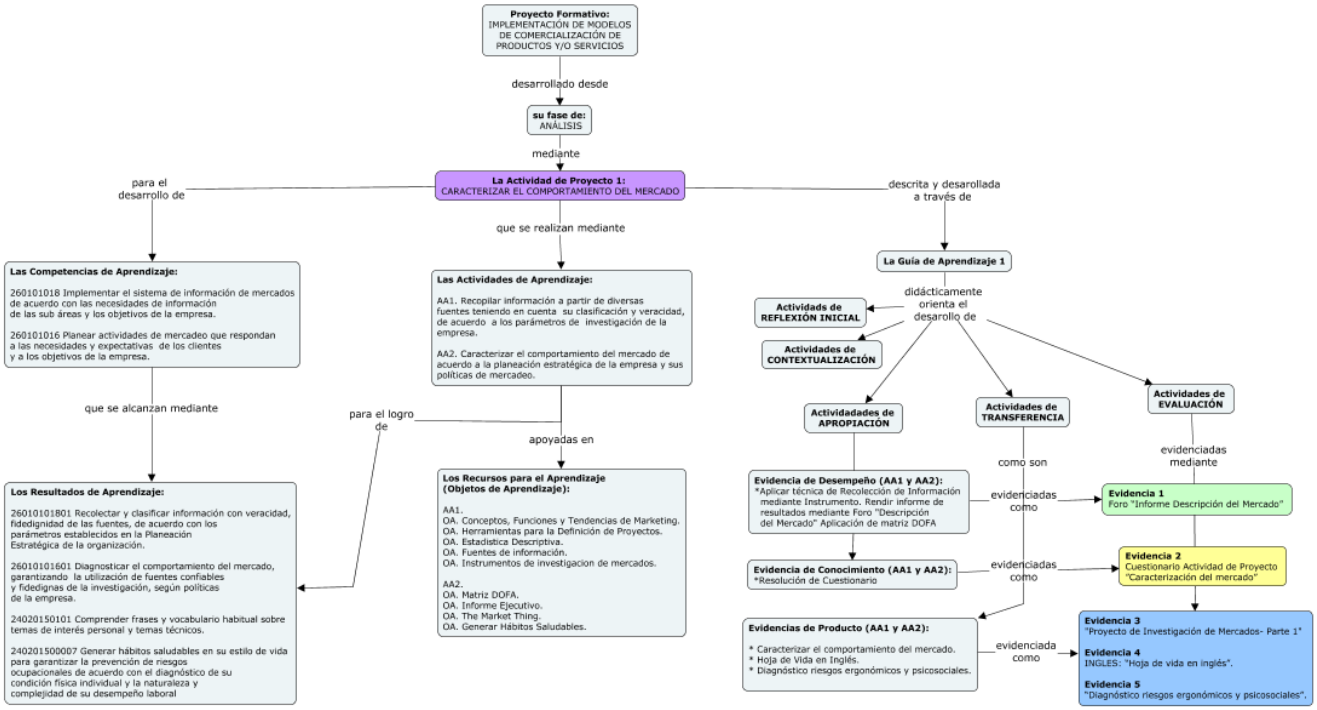
- Concepto y estructura de la Matriz DOFA; aplicabilidad dentro de un plan de mejoramiento continuo.
- El Informe Ejecutivo: su concepción y alcance pertinente en el análisis de resultados y acciones requeridas.

- The Market Thing: comprensión de textos en inglés en forma escrita y auditiva.

Los conocimientos de integralidad y transversalidad que cobijan las anteriores actividades de aprendizaje, son los siguientes:

- La generación de hábitos saludables para un mejor desempeño laboral y calidad de vida.
- Salud ocupacional y cultura física en el control de riesgos y enfermedades profesionales.

Para un mejor entendimiento por parte del aprendiz quien cuenta con mayor claridad sobre los procesos y conocimientos asociados a esta guía de aprendizaje, en su Fase 1 "de Análisis", correspondiente a la Actividad de Proyecto: **"Caracterizar el comportamiento del mercado"**; se hace necesario que estudie y comprenda el **esquema de contenidos de la guía** presentado a continuación, donde se muestran las actividades de aprendizaje a realizar, frente a los contenidos, resultados de aprendizaje, competencias y evidencias a desarrollar.



Dedicación horaria

Esta primer actividad de proyecto tiene una duración de **150 horas**, las cuales incluyen tiempo de **trabajo independiente** que debe dedicar el aprendiz para su desarrollo, representado en un 80%; y el tiempo de **acompañamiento directo del instructor** equivalente al 20%.

A continuación se presenta la intensidad horaria asignada para el desarrollo de cada actividad de aprendizaje respecto de las evidencias solicitadas en la presente guía.

Relación horaria Actividad de Proyecto en consideración de las evidencias a desarrollar.

Descripción	Peso %	Intensidad Horaria	Evidencia 1 (Foro)	Evidencia 2 (Cuestionario)	Evidencia 3 (Producto)	Evidencia 4 (Producto)	Evidencia 5 (Producto)	Subtotales
			20%	15%	35%	15%	15%	
Trabajo Independiente del Aprendiz:	80%	120	24	18	42	18	18	120
Trabajo con acompañamiento directo del instructor:	20%	30	6	4,5	10,5	4,5	4,5	30
Tiempo desarrollo de Actividad de Proyecto:	100%	150	30	22,5	52,5	22,5	22,5	150

Conceptos:

- **Trabajo Independiente del aprendiz:** Corresponde al tiempo que el aprendiz debe dedicar en su proceso de formación de manera independiente al tiempo que normalmente recibe con acompañamiento directo del instructor.

- **Trabajo de acompañamiento directo del Instructor:** Corresponde al tiempo directo que el instructor debe dedicar al aprendiz en el proceso formativo, este acompañamiento se enfoca en el seguimiento, la realimentación, orientación y evaluación.

Orientación del Instructor

Para el desarrollo de las actividades de aprendizaje y sus correspondientes evidencias, el instructor orientará la revisión y posterior profundización en los contenidos y recursos didácticos (objetos de aprendizaje, videos, enlaces externos, bibliografía, otros) dispuestos en el ambiente virtual. Igualmente, brindará retroalimentación oportuna sobre sus resultados de aprendizaje y competencias en desarrollo.

Así mismo, el instructor, es el encargado de orientar el proceso formativo mediante explicaciones específicas, aclaración de inquietudes, direccionamiento de actividades, recomendaciones para el aprendizaje y desarrollo de ejercicios prácticos; fomentando en el aprendiz una cultura de investigación, de respeto a los derechos de autor y de acción basada en la calidad; todo esto, circunscrito al concepto de mejoramiento continuo, con el ánimo de añadir valor agregado a la actividad de proyecto encargada de caracterizar el comportamiento del mercado, enfatizando de manera inclusiva y pertinente, un proceso formativo sustentado en principios y valores.

Relación de Actividades de Aprendizaje en consideración de los Resultados de Aprendizaje y las Evidencias a desarrollar.

A continuación se observa la interrelación entre actividades de aprendizaje y los resultados de aprendizaje abordados desde las evidencias que se desarrollarán, las cuales fueron diseñadas para el logro de aprendizajes de forma integral dando respuesta a las actividades de proyecto como elemento integrador del proceso formativo.

ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE	RESULTADOS DE APRENDIZAJE	Evidencia 1 (Foro) AP01-EV01-Foro "Descripción del Mercado"	Evidencia 2 (Cuestionario) AP01-EV02-Cuestionario AP01. "Caracterización del mercado"	Evidencia 3 (Producto) AP01-EV03-"Proyecto de Investigación de Mercados Parte 1"	Evidencia 4 (Producto) AP01-EV04-"Inglés-Hoja de Vida"	Evidencia 5 (Producto) AP01-EV05-"Diagnóstico riesgos ergonómicos y psicosociales"
AA1. Recopilar información de diversas fuentes teniendo en cuenta su clasificación y veracidad de acuerdo con los parámetros de investigación de la empresa.	26010101801 Recolectar y clasificar información con veracidad, fidedignidad de las fuentes, de acuerdo con los parámetros establecidos en la Planeación Estratégica de la organización.	X	X			
	24020150101 Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos.			X	X	
	240201500007 Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral					X
AA2: Caracterizar el comportamiento del mercado teniendo en cuenta la planeación estratégica de la empresa y sus políticas de mercadeo.	26010101601 Diagnosticar el comportamiento del mercado, garantizando la utilización de fuentes confiables y fidedignas de la investigación, según políticas de la empresa.	X	X			
	24020150101 Comprender frases y vocabulario habitual sobre temas de interés personal y temas técnicos.			X	X	
	240201500007 Generar hábitos saludables en su estilo de vida para garantizar la prevención de riesgos ocupacionales de acuerdo con el diagnóstico de su condición física individual y la naturaleza y complejidad de su desempeño laboral		X			X

Encuentro Sincrónico Actividad de Proyecto: Cada vez que inicie a una Actividad de Proyecto, el instructor(es) deberá(n) realizar un encuentro sincrónico con el grupo de aprendices donde explicará(n) el objetivo de la Actividad de Proyecto, las actividades de aprendizaje a realizar y las evidencias solicitadas, los criterios de evaluación con que se evaluarán, entre otros aspectos, como por ejemplo resolver dudas e inquietudes, explicar temas técnicos específicos, orientar en la búsqueda de información y entrega de evidencias, etc. El encuentro debe realizarse antes del envío de evidencias y publicar su grabación en el foro "Encuentros Sincrónicos", indicando en el nombre de la secuencia la fecha del encuentro, y al interior de la publicación el detalle de los temas tratados y los documentos soportes utilizados en la sesión, por ejemplo: diapositivas, documentos, artículos, videos, entre otros.

3.3 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

Es importante tener presente que los conocimientos adquiridos mediante el estudio y aplicación de la presente guía, son pieza clave para la implementación de modelos de comercialización tanto de productos como de servicios, por tanto, le invitamos a avanzar en el proceso, teniendo en cuenta que cada elemento estudiado es requerimiento en el alcance completo de las competencias que propone el programa de formación.

Para el desarrollo de esta actividad de aprendizaje es importante que usted como aprendiz:

- Fortalezca sus conocimientos a través de la consulta de los diferentes objetos de aprendizaje y recursos que se proporcionan en el ambiente virtual; igualmente válida como herramienta de apoyo, resulta la obtención de información a partir de búsqueda y consulta propia.
- Construya todas las evidencias requeridas y aplique el proceso de autoevaluación a través de los instrumentos de evaluación proporcionados, con el fin de verificar el cumplimiento de las exigencias pedidas.
- Publique las evidencias en la plataforma virtual de aprendizaje con el fin de que sean evaluadas por el instructor, o equipo de instructores que apoyan la ejecución del proceso; como resultado de esta evaluación recibirá la retroalimentación de logros alcanzados, de tal manera que pueda reflexionar frente a su aprendizaje y avance en el proceso formativo**.**

Para el desarrollo de **la primera y segunda actividad de aprendizaje,** se proporcionan en plataforma LMS una serie de objetos de aprendizaje (OA), que el aprendiz debe leer, comprender y asimilar, toda vez, que en ellos, encontrará la información que le permitirá analizar la conceptualización técnica necesaria para la caracterización del comportamiento de un mercado.

Proceda con la lectura y análisis de los siguientes materiales de estudio:

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 1

- Conceptos, Funciones y Tendencias de Marketing
- Herramientas para la Definición de Proyectos
- Estadística Descriptiva
- Fuentes de Información
- Instrumentos de Investigación de Mercados

Objetos de Aprendizaje de la Actividad de Aprendizaje 2

- Matriz DOFA
- Informe Ejecutivo
- The Market Thing
- Generar hábitos saludables

En cada objeto de aprendizaje (OA), usted encontrará una Actividad de Afianzamiento como instrumento de realimentación que le permitirá verificar el alcance de conocimientos adquiridos, podrá revisar el mapa orientador de contenidos, analizar el glosario de términos relevantes al tema de estudio, cotejar la bibliografía para la exploración y seguimiento de la temática desarrollada y estudiar los contenidos en general. Recuerde que cada objeto de aprendizaje podrá revisarlo desde su PC previa conexión a internet, podrá descargar el PDF general y el Objeto de Aprendizaje a su computador para la revisión de material de estudio cuantas veces desee.

A continuación se presenta de forma general los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA1) denominada: "***Recopilar información de diversas fuentes teniendo en cuenta su clasificación y veracidad de acuerdo con los parámetros de investigación de la empresa".*** Recuerde que la revisión de los materiales de estudio es fundamental para su proceso formativo como Tecnólogo en Gestión de Mercados.

- **OA. CONCEPTOS, FUNCIONES Y TENDENCIAS DE MARKETING:** Este material de estudio enfatiza la necesidad de desarrollar modelos de negocio que respondan a las exigencias y deseos del conglomerado social; en apoyo a esta demanda, el marketing en su función orientadora para el mercadeo de la empresa, entra a definir el que hacer de los negocios, en una acción de gestión que permea toda la organización y abre el mundo empresarial a la inteligencia de mercados. El objeto de aprendizaje contempla temas directamente relacionados con:
    - **La significación del Marketing:** Establece su definición y aborda las relaciones y diferencias de conceptos como necesidad, deseo y demanda; igualmente entra a definir la acción directa de un producto, un servicio y las experiencias que estos elementos generan en los diversos mercados.
    - **La planeación estratégica:** Orientada a partir de la definición del negocio y la fijación de objetivos que faciliten el alcance de las expectativas propuestas.
    - **La administración de Marketing:** Encamina e instruye sobre la dirección del marketing y la administración de la demanda; estableciendo de paso, los aspectos requeridos para el desarrollo de un producto y su acción de venta.
    - **El Marketing actual:** Explica la penetración de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, en el mundo del mercado actual, y su incuestionable injerencia sobre la toma de decisiones del cliente.

- **OA. HERRAMIENTAS PARA DEFINICIÓN DE PROYECTOS:** Los contenidos temáticos tratados en el Objeto, orientan sobre la existencia y aplicabilidad de herramientas para el diseño de proyectos; considerando su acción sobre la base de una metodología actual y concordante con la evolución del mercadeo. Los temas relacionales a la aplicabilidad de herramientas en la definición de proyectos son:
    - **La definición del proyecto:** Precisa el ciclo de vida de un proyecto, identificando su secuencialidad: concepción, formación, operación y terminación. Igualmente considera y explica la estructura de trabajo de un proyecto.
    - **La administración del proyecto:** Determina los procedimientos de gestión, sus métodos y técnicas. Explica las ventajas administrativas referidas al seguimiento de acciones y tiempos requeridos a las

diversas fases del proyecto, y el apoyo que presta sobre este tema el diagrama de Gantt.

- **OA. ESTADÍSTICA DESCRIPTIVA**: El objeto de aprendizaje aborda la importancia de la estadística descriptiva y su específica aplicación en la Gestión de Mercados. Considera el alcance que reviste para este programa el correcto análisis de datos a partir de las variables asignadas y la acertada extracción de conclusiones, de manera que la toma de decisiones resulte fiel y pertinente con el comportamiento del mercado estudiado. El contenido temático de estudio comprende los siguientes tópicos:
    - **Los conceptos básicos:** Analiza la estadística descriptiva a partir de las variables cualitativas y cuantitativas; así como los conceptos de individuo, población y muestra.
    - **El análisis de datos:** Explícita las conclusiones alcanzadas mediante el análisis de datos y el valor que la variable asume a partir de conceptos como: media, mediana, moda y derivación estándar, entre otros.
    - **Las tablas de frecuencias:** Explica la graficación de tablas como herramienta que facilita el tratamiento de datos con gran cuantía de información.
    - **El muestreo:** Especifica y define qué parte de una población debe examinarse y su representatividad con el resto del conglomerado a estudiar.

- **OA.FUENTES DE INFORMACIÓN:** La temática expuesta en este objeto de aprendizaje, estudia la fuente documental como origen de la información, y su necesario aporte a la investigación de mercados, de donde se deduce la importancia de conocer, distinguir y seleccionar las fuentes en estricto seguimiento al trabajo que se está realizando, con el fin de no desviar el tópico de investigación. **L**os temas de estudio considerados como fuentes de información relevantes son:
    - **Fuentes de información de acuerdo al origen:** Las denominadas Personales, esencialmente se refiere a personas con cierta relevancia informativa debido a sus cargos y desempeños; las Institucionales, aquellas que por su naturaleza pública manejan y suministran información, por ejemplo, el DANE; y, las Documentales que registran información en documentos.
    - **Fuentes de información de acuerdo a su nivel informativo:** Se contemplan algunas como la denominada Primaria, que son producto del trabajo intelectual; la Secundaria, como producto de del análisis de fuente primarias debidamente organizadas; la Terciaria, es una fuente derivada de las primarias y secundarias, tal es el caso de Internet. Finalmente se estudian las ventajas y desventajas de fuentes más consultadas.

- **OA: INSTRUMENTOS DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS:** El material de estudio enfatiza la necesidad de adaptar los instrumentos y herramientas de investigación a las tendencias y dinámicas del mercado actual, sobre todo, entendiendo que la estructura organizacional hoy día se basa en la innovación tecnológica, y en los nuevos modelos económicos y sociales que afectan la investigación de mercados. La estructura de contenidos propuesta mediante este objeto aborda:
    - **La definición de los instrumentos de investigación de mercados:** Entendidos desde su importancia en el aporte de solución a problemas, en la determinación de un modelo de valoración de información, acorde con los requerimientos de ajuste a un proceso que considera sus necesidades, intereses y motivaciones.
    - **La clasificación de los instrumentos de investigación de mercados:** Considerando su definición y la clasificación de estos instrumentos según su utilización y, su clasificación en concordancia con los objetivos propuestos.
    - **La aplicación de los instrumentos de investigación de mercados:** Determina el plan adecuado para la

investigación de mercados, desde la necesidad de organizar y clasificar adecuadamente la información, explicando la tabulación de datos y la vigilancia tecnológica como requerimientos que garanticen su implementación.

- **La comunicación integral y otros instrumentos de investigación de mercados:** Establece los conceptos de filosofía y práctica en la comunicación integral, la estrategia de medios dada su preponderancia actual, y las implicaciones de manejo con criterios basados en principios éticos y de responsabilidad social.

Los conceptos y contenidos diseñados para el desarrollo de la actividad de aprendizaje (AA2): "***Caracterizar el comportamiento del mercado teniendo en cuenta la planeación estratégica de la empresa y sus políticas de mercadeo",*** son los siguientes:

- **OA: MATRIZ DOFA:** Herramienta de análisis que toma como referente de trabajo la información disponible, tanto en sus particularidades internas, como en el entorno en el cual se desarrolla su accionar productivo o de comercialización. Este análisis examina las debilidades internas, las oportunidades externas, las fortalezas internas y las amenazas externas; con el objetivo obtener conclusiones aplicables para el diseño de estrategias de mercadeo. Los temas de estudio desarrollados son los siguientes:
  - **Diagnosticar el mercado:** Su definición y objetivo a alcanzar con la recolección de información del mercado, mediante la precisión de los usuarios o consumidores; la indagación sobre el mercado potencial y las variables del mercado y tipología de variables; así como la significancia del entorno empresarial.
  - **La matriz DOFA:** Precisa las herramientas de diagnóstico a aplicar; estudia la matriz DOFA y su composición, así como los problemas y soluciones; su aplicabilidad, estrategias y el ejercicio práctico.

- **INFORME EJECUTIVO:** Este material está orientado al desarrollo de competencias basadas en la estructuración de informes amigables, que respondan a los requerimientos de la empresa, con enfoque metodológico hacia la recopilación de información, y mediante la aplicación de estrategias de redacción puntuales y comprensibles, que incluya además, una buena presentación final del documento. Los temas a estudiar y desarrollar son los siguientes:
  - **La contextualización:** En ella se define el objetivo de la presentación de informes, relacionados con el comportamiento de los procesos logísticos especificados para la toma de decisiones; teniendo en cuenta que la rendición de informes, debe estar ceñida a las formalidades y políticas de la organización, así como sobre la base del comportamiento de las variables.
  - **Características, funciones y ventajas del informe ejecutivo:** Responde a la identificación de sus principales características, define sus funciones de almacenamiento y análisis, determina las acciones a seguir y precisa sobre el conocimiento de la calidad del trabajo para la toma de decisiones.

- **THE MARKET THING:** El objeto de aprendizaje ha sido diseñado con representaciones en las que se incluyen diversas posibilidades y situaciones en el mundo del mercadeo. En él se ejercitará mediante una entrevista de trabajo, la expresión oral; igualmente se orientará sobre cómo elaborar una hoja de vida escrita en inglés y la pronunciación de vocabulario técnico y cotidiano necesario para hacer negocios.

La conceptualización temática requerida como elementos de integralidad fundamentales para vivir en sociedad, desenvolverse en el ámbito laboral de la gestión de mercados y el análisis comprensivo para la solución de

problemas de la vida cotidiana, es aportado por los siguientes objetos de aprendizaje de transversalidad:

- **GENERAR HÁBITOS SALUDABLES:** Comprender técnicas y métodos relacionados con la cultura física aporta al mejoramiento de la salud de las personas, en aspectos como: conocimiento de su cuerpo, apropiación de buenas prácticas ocupacionales, progreso en la ejecución de acciones productivas y satisfacción personal en el ámbito laboral.
    - **Objetivo general.** Reconocer la importancia que tiene la cultura física para el desarrollo de habilidades en el desempeño laboral y social
    - **Cultura física**. Este concepto nace a partir de la referencia a prácticas físicas derivadas y fundamentadas en costumbres, creencias, tradiciones, comportamientos y componentes universales que concretan la manera de entender la vida por parte de un grupo social, referenciados desde su entorno geográfico y cultural.
    - **Importancia de la actividad física:** La actividad física se considera un componente esencial dentro de los nuevos conceptos de calidad de vida propuestos por la Organización Mundial de la Salud (Fernández y Hoyos, 2007). La inactividad se encuentra asociada a factores de riesgo de enfermedades cardiovasculares.
    - **Dimensiones de la Cultura Física:** Dado que todo proceso formativo implica una responsabilidad de desarrollo integral para el aprendiz, se hace necesario vincular como experiencia que le ha de acompañar a lo largo de su historia particular, el desarrollo de la psicomotricidad como un proceso educacional hacia la salud y bienestar físico.
    - **Componentes:** Comprenden las cualidades y características físicas que integran la condición física del individuo.

Evidencia 1 (De Desempeño)

AP01-EV01- Foro "Informe Descripción del Mercado". Para aportar esta evidencia, el aprendiz debe recopilar e interpretar información mediante aplicación de técnica de recolección a por lo menos cinco clientes clarificando el objetivo de investigación, los usuarios o consumidores sujetos de investigación, el método de recolección y el (los) instrumento(s) que utilizará para la obtención de la información. Una vez obtenida la información, debe aplicar la matriz DOFA con el fin de diagnosticar el mercado en aspectos relacionados con debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas. Conocida la realidad del mercado, debe rendir un informe descriptivo sobre lo encontrado y su propuesta de mejoramiento en el foro correspondiente. Se requiere que el aprendiz además de hacer su participación, revise los aportes de al menos dos compañeros a quienes deberá formular realimentación, argumentación o inquietudes sobre sus propuestas plateadas.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia se realizará encuentro sincrónico (videoconferencia), el cual será citado por el(los) instructor(es) a cargo, mediante el cual se darán a conocer las pautas para la correcta interpretación de la evidencia a realizar, aclaración de dudas y explicación de la temática abordada.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos

para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV01"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, participe en el foro haciendo clic en el enlace: "**AP01-EV01- Foro "Informe Descripción del Mercado"**, para participar en el foro también puede ir directamente al link de "foros" desde el menú principal.

Evidencia 2 (De Conocimiento)

AP01-EV02- Cuestionario AP01. "Caracterización del mercado"

Con el fin de obtener evidencia del proceso de aprendizaje, con relación a los conocimientos adquiridos por el aprendiz para el logro de los resultados de aprendizaje previstos, mediante la interacción de éste con el material de estudio suministrado en cada uno de los Objetos de Aprendizaje dispuestos en plataforma, para las Actividades de Aprendizaje 1 y 2; se dispone de un cuestionario que determina si el aprendiz maneja adecuadamente los conceptos aplicados al marketing, si identifica las tendencias y funciones del marketing y, por último, si identifica los diferentes elementos que segmentan el mercado.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV02"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente, conteste el cuestionario de preguntas a través del siguiente enlace: **AP01-EV02- Cuestionario AP01. "Caracterización del Mercado"**

3.4 Actividades de transferencia del conocimiento.

En este momento, usted como aprendiz, ha logrado reflexionar, contextualizar y apropiar los conceptos más representativos que le permiten reconocer el manejo adecuado de conceptos con aplicación directa en marketing, determinar del proyecto de investigación, definir herramientas aplicativas como la estadística descriptiva con orientación al estudio de mercados y sus tendencias, de igual manera ha ampliado su conocimiento para la selección de fuentes de información según requerimientos del enfoque investigativo, integrar conceptos relativos a las facilidades que brinda la aplicación de la matriz DOFA como herramienta estratégica para el análisis de elementos internos y externos de la organización, de igual manera, ha podido familiarizarse con vocabulario en idioma inglés relacionado con la gestión de mercados.

De otro lado, se ha revisado la importancia de generar hábitos saludables para un mejor desempeño laboral y calidad de vida, la salud ocupacional y cultura física en el control de riesgos y enfermedades profesionales.

Evidencia 3 (De Producto)

**AP01-EV03- "Proyecto de Investigación de Mercados- Parte 1". ** Para el desarrollo de esta actividad, el aprendiz debe establecer el objeto de estudio de la investigación mediante la definición del problema, formulándolo adecuadamente, de manera que responda a una necesidad específica de mercado de la empresa; debe caracterizar el mercado seleccionado, conceptualizándolo desde la estructura de diseño en que está fundamentado, su condición actual de ejecución y mediante la evaluación de su avance, monitoreando los resultados que hasta el momento ha alcanzado.

Como apoyo a sus conclusiones, el aprendiz debe tabular la información recolectada mediante graficación estadística, procesando los datos mediante un análisis de la media, mediana y moda.

El aprendiz mediante documento escrito presenta la definición del problema, la caracterización del mercado con aplicación de la metodología de marco lógico y la tabulación de datos con aplicación de la media, mediana y moda**.**

Para cumplir con esta evidencia, es importante que haya revisado, leído y comprendido el material de estudio presentando en esta guía. De acuerdo con las indicaciones de su instructor, posteriormente debe ingresar y entregar la actividad (evidencia) desarrollada en la plataforma.

Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia: Para la elaboración de esta evidencia es necesario que el instructor o instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico con los aprendices específicamente para describir la evidencia, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV03"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV03"**
- Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP01-EV03- "Proyecto de Investigación de Mercados Parte 1**"

Evidencia 4 (De Producto)

AP01-EV04- "Inglés-Hoja de Vida". El aprendiz deberá elaborar su hoja de vida en idioma inglés, con base en la lectura de una entrevista laboral presentada en los contenidos del programa, para ello deberá estudiar los materiales de estudios aportados en este idioma y seguir las orientaciones en el formato aportado para el desarrollo de la evidencia.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV04"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV04"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP01-EV04- "Inglés-Hoja de Vida".**

- **Evidencia 5 (De Producto)**

AP01-EV05- "Diagnóstico riesgos ergonómicos y psicosociales". El aprendiz deberá construir y entregar informe escrito que contenga los antecedentes de salud, ficha de datos consentimiento informado con el fin de establecer un diagnosticar de riesgos ergonómicos y psicosociales que se detectan en un lugar de trabajo. Para el desarrollo de la evidencia es importante haber revisado y asimilado los contenidos presentados en el objeto de aprendizaje correspondiente.

Con base en las indicaciones del instructor asignado y después de haber revisado con atención los materiales de estudio descritos en el objeto de aprendizaje "Generar Hábitos Saludables" y la guía de aprendizaje 1, el aprendiz deberá realizar un informe que contenga lo siguiente:

CONTENIDO DE LA EVIDENCIA

1. Título del documento
2. Introducción
3. Justificación
4. Objetivos
5. Diligenciar el formato datos consentimiento informado o de causa. (Es necesario su consentimiento para realizarlas. Por favor, imprima este documento, fírmelo, y adjúntelo al trabajo)- el formato será suministrado por el instructor encargado
6. Diligenciar el formato para evaluar los antecedentes de salud.
7. Diligenciar el formato de ficha de datos.
8. Realizar el un diagnóstico con los riesgos ergonómicos y psicosociales que se detectan en su lugar de trabajo.
9. Conclusiones

Los formatos mencionados en los puntos 5, 6 y 7 serán suministrados por el instructor encargado.

Documentos asociados a la evidencia: Siga las pautas y orientaciones consignadas en los siguientes documentos para el adecuado desarrollo de la evidencia.

- Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV05"**
- Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV05"**

Forma de entrega:

En el menú principal de la plataforma ubique el área de "*Actividades*" e ingrese al enlace "*Fase Análisis*", posteriormente acceda a la carpeta de la Actividad de Proyecto correspondiente y realice el envío de la evidencia en el siguiente enlace: **AP01-EV05- "Diagnóstico riesgos ergonómicos y psicosociales".**

NOTA. Encuentro Sincrónico Orientación Desarrollo Evidencia 4 y 5: Para la elaboración de las evidencias 4 y 5 es necesario que los instructores a cargo realicen un encuentro sincrónico en conjunto con los aprendices específicamente para describir las evidencias, brindar orientación, resolver dudas e inquietudes respecto de su elaboración, entendimiento, interpretación y entrega.

3.5 Actividades de evaluación

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : AP01-EV02- Cuestionario AP01. "Caracterización del mercado"	Evalúa la información desde diferentes perspectivas aplicando las metodologías, técnicas y herramientas de diagnóstico para la identificación y evaluación de situaciones del mercado de acuerdo con los objetivos de la empresa.	• Enlace LMS – Prueba de Conocimiento. • Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV02"**
Evidencias de Desempeño: AP01-EV01- Foro "Descripción del Mercado"	Captura, depura y homogeniza datos de manera sistemática, mediante la utilización de sistemas de recolección de información y diagnóstico previo de acuerdo con los estándares establecidos, para luego proceder a su normalización considerando los datos internos y externos en la estructura del SIM de la empresa. Recolecta analiza y procesa los datos de los registros internos o de servicios externos de información mediante paquetes estadísticos y luego verifica que los registros contengan campo con la fecha en la cual el registro fue incorporado a la base de datos de mercadeo (BDM) de la empresa.	• Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV01"** • Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-RubricaTIGRE-ForosDiscusion"**

Evidencias de Producto: AP01-EV03- "Proyecto de Investigación de Mercados Parte 1"	Evalúa la información desde diferentes perspectivas aplicando las metodologías, técnicas y herramientas de diagnóstico para la identificación y evaluación de situaciones del mercado de acuerdo con los objetivos de la empresa. Captura, depura y homogeniza datos de manera sistemática, mediante la utilización de sistemas de recolección de información y diagnóstico previo de acuerdo con los estándares establecidos, para luego proceder a su normalización considerando los datos internos y externos en la estructura del SIM de la empresa. Recoge información del mercado partir de datos históricos y de las variables internas y externas que afectan a la organización y al entorno, aplicando técnicas de recolección de información secundaria de acuerdo con los aspectos objeto de análisis.	• Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV03"** • Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV03"** • Rubrica Sustentación de Actividades **"TGM-IE-RS-Evidencias"**
Evidencias de Producto: AP01-EV04- "Inglés-Hoja de Vida"	Plantea y responde preguntas sobre sí mismo.	• Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV04"** • Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV04"**
Evidencias de Producto: AP01-EV05- "Diagnóstico riesgos ergonómicos y psicosociales"	Aplica los test de condición física según técnicas de medición. Diagnóstica los riesgos ergonómicos y psicosociales de su desempeño laboral según normas de salud ocupacional	• Formato para desarrollo de evidencia: **"TGM-AP01-EV05"** • Instrumento de evaluación: **"TGM-IE-AP01-EV05"**

4. RECURSOS PARA EL APRENDIZAJE

ACTIVIDADES DEL PROYECTO	DURACIÓN (Horas)	Materiales de formación devolutivos: (Equipos/Herramientas)		Materiales de formación (consumibles)		Talento Humano (Instructores)		AMBIENTES DE APRENDIZAJE TIPIFICADOS
		Descripción	Cantidad	Descripción	Cantidad	Especialidad	Cantidad	**ESCENARIO (Aula, Laboratorio, taller, unidad productiva)** y elementos y condiciones de seguridad industrial, salud ocupacional y medio ambiente
Caracterizar el Comportamiento del Mercado.	150	NA	NA	**Objetos de Aprendizaje – AA1:** •Conceptos, Funciones y Tendencias de Marketing. •Herramientas para la Definición de Proyectos. •Estadística Descriptiva. •Fuentes de Información. •Instrumentos de Investigación de Mercados. **Objetos de Aprendizaje – AA2:** • Matriz DOFA. • Informe Ejecutivo. • The Market Thing. • Generar Hábitos Saludables.	5 4	Mercados Idiomas Salud Ocupacional	3	Ambiente Virtual de Aprendizaje dispuesto en el Sistema de Gestión de Aprendizaje (LMS) accedido a través de la plataforma SENA SOFIA PLUS.

5. GLOSARIO DE TERMINOS

Actitud: Evaluación que hace una persona de una idea o un objeto.

Análisis de ventas: Estudio de las cifras devenías con objeto de revisar, mejorar o corregir una situación de mercadeo. La información de ventas se disgrega en sus componentes individuales y se examinan en lo tocante a su relación con otros factores que operan dentro de la mezcla de mercadeo.

Aranceles: Publicaciones que indican las tasas de envío de diferentes productos. También se refieren a los impuestos asignados a bienes de importación.

Bienes de consumo: Productos elaborados expresamente para que los utilice el consumidor final, en contraposición a aquellos que se fabrican para revenderlos o utilizarlos en la fabricación de otros artículos. Productos, como cigarrillos, cerveza y goma de mascar que se compran con frecuencia, inmediatamente y con poco esfuerzo de venta.

Consumidor: Persona que compra productos de consumo. En mercadeo se aplica a todo comprador.

Demanda total: La demanda total del mercado para un producto es el volumen total que adquiriría un grupo de clientes definido, en un área geográfica definida, dentro de un período definido, en un ambiente de mercadeo definido, bajo un programa de mercadeo definido.

Distribución física: Proceso por el que los bienes se transfieren del fabricante, pasando por varios intermediarios, hasta llegar al cliente, que incluye funciones tales como envíos, control de inventario en almacenes, procesamiento de pedidos y servicio a la clientela.

Distribuidor: Comerciante mayorista que adquiere y se hace cargo de la distribución de productos a los detallistas.

Estímulo: Cualquier acontecimiento que un individuo sea capaz de percibir o sentir.

Estrategia: Arte de dirigir operaciones. Arte, traza para dirigir un asunto.

Idea: Se denomina idea a una experiencia mental que relaciona elementos, descubre causas de situaciones o crea a una nueva posibilidad de acción. Las ideas son parte de la capacidad de abstracción del hombre, un rasgo de la inteligencia que les separa del resto de los animales **(Definición, 2016)**

Logística inversa: Acciones tendientes a proteger el medio ambiente, a través del re uso, re manufacturación o reutilización de productos.

Logística: Concepto amplio aplicado a todas las fases de distribución de los productos, incluyendo todos los eslabones de la cadena distribución, requeridos para hacer llegar el producto hasta el cliente final. La logística

(término de origen militar) se encarga de optimizar fletes, asegurarse que los productos vayan bien transportados, calcular tiempos de espera y de descarga, manejo y control de almacenamiento. El objetivo final de la logística es disminuir los niveles de inventario y de optimizar el funcionamiento de toda la cadena de distribución.

Mayoreo: Proceso que consiste en comprar las existencias de un fabricante, almacenarlas, venderlas y enviarlas ya sea a usuarios industriales o a establecimientos al menudeo, dependiendo del tipo de productos.

Mercadeo: Proceso de planificación, ejecución, fijación de precios, promoción y distribución de ideas, bienes y servicios para crear intercambios que satisfagan los objetivos individuales y organizacionales **(AMERICAN MARKETING ASOCIATION, 2016).**

Mercado: Todos aquellos compradores de un producto o un servicio.

Nichos de mercado: En mercadeo describe pequeños grupos de consumidores que tienen necesidades muy estrechas, o combinaciones únicas de necesidades. Pequeños mercados no atendido por otras empresas.

Proyecto: Término proyecto proviene del latín *proiectus* y cuenta con diversas significaciones. Podría definirse a un proyecto como el conjunto de las actividades que desarrolla una persona o una entidad para alcanzar un determinado objetivo.

Prueba de mercado: Proceso por el que se prueba un producto nuevo en una región limitada que se considera representativa del mercado general. La información de cada prueba se extrapola y proyecta al mercado completo para fines de planeación.

Servicio: Cualquier actividad, beneficio o satisfacción que se ofrece a la venta. Es esencialmente intangible y no puede resultar en propiedad de algo concreto. El servicio puede o no estar ligado a un producto físico o tangible.

Tendencias: Curso o direccionamiento que toman diferentes mercados

Utilidad: Valor que posee un bien o servicio para la persona que lo compran.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Amstrong, P. K.-G. (2003). *Fundamentos del Marketing*. Mexico: PEARSON.

AMERICAN MARKETING ASOCIATION. (2016). *Concepto de Mercadeo*. Recuperado el 14 de Marzo de 2016, de ama.org: https://goo.gl/iHpZcA

Cámara de Comercio de Bogotá. (2011*). Guía para Construir y Formalizar una Empresa*. Bogotá: Kimpres Ltda.

Cámara de Comercio de Bogotá. (2011). *Guías de Consulta para Crear Empresa*; Módulos 1, 2, 3 y4. Bogotá: Kimpres Ltda.

Corrales Pérez, J. (1991). *La Gestión creativa: un Nuevo Método para Desarrollar la Creatividad y Buscar Ventajas*

Competitivas. Madrid: Paraninfo S.A.

Fouce, J. M. (3 de Diciembre de 2001). *Glosario de Filosofía - la Idea*. Recuperado el 12 de 03 de 2016, de Webdianoia: http://goo.gl/DxOuy1

Google Drive. (3013). Gantter - *Diagramas de Gantt.* Recuperado el 13 de Marzo de 2016, de smartapp.com: https://goo.gl/B2tes

Harvard Business Review. (1999). *La Iniciativa Emprendedora*. Barcelona: Deusto.

Van Den Berghe Romero, E. (1999). P*royectos Innovadores a Desarrollar En Colombia: Ventajas Competitivas Regionales*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

Van Den Berghe Romero, E. (2010). *Cómo Crear y Gerenciar su Propia Empresa*. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO (ELABORADO POR)

Nombre	Cargo	Centro de Formación	Fecha
Raúl Fabián Cadena Vidal	Líder Expertos Temáticos	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	Junio de 2016
John Ricardo Peñuela Vásquez	Expertos Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Julio César Salgado	Experto Temático	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Marina Medina Aguirre	Experta Temática	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Ismari Herrera Jeréz	Experto Competencias de Idioma Inglés	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Jorge Enrique Figueroa Chaparro	Experto Competencia Transversal- Ética y Emprendimiento	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Luz Dary Palomino González	Experto Competencia Transversal- Ambiental	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	

Marian Yarith Carvajal Castellanos	Experto Competencia Transversal- Salud Ocupacional	Centro de la Tecnología del Diseño y la Productividad Empresarial.	
Rosa Elvia Quintero Guasca	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	
Luis Orlando Beltrán Vargas	Asesor Pedagógico Línea de Producción Regional Santander	Centro Industrial de Mantenimiento Integral.	


Tecnólogo en
Guianza Turística
SENA
Speak up wisely!



Table of contents

Introduction **3**

Concept map **4**

1. Let's listen **5**
What is communication? 6
Modal verbs: Must, mustn't, should and shouldn´t 8

2. Let's write **12**
What is a warming-up activity? 13
Mixed conditionals 17

3. Let's read **24**
Communicating with visitors 25
Adjective clauses 29

4. Let's talk **35**
How to be strategic with touristic destinations 36
Adverbs of frequency 37

5. Group management **40**
Use communication to build lasting relationships with visitors 41
Prepositions of place 43

References **47**



Introduction

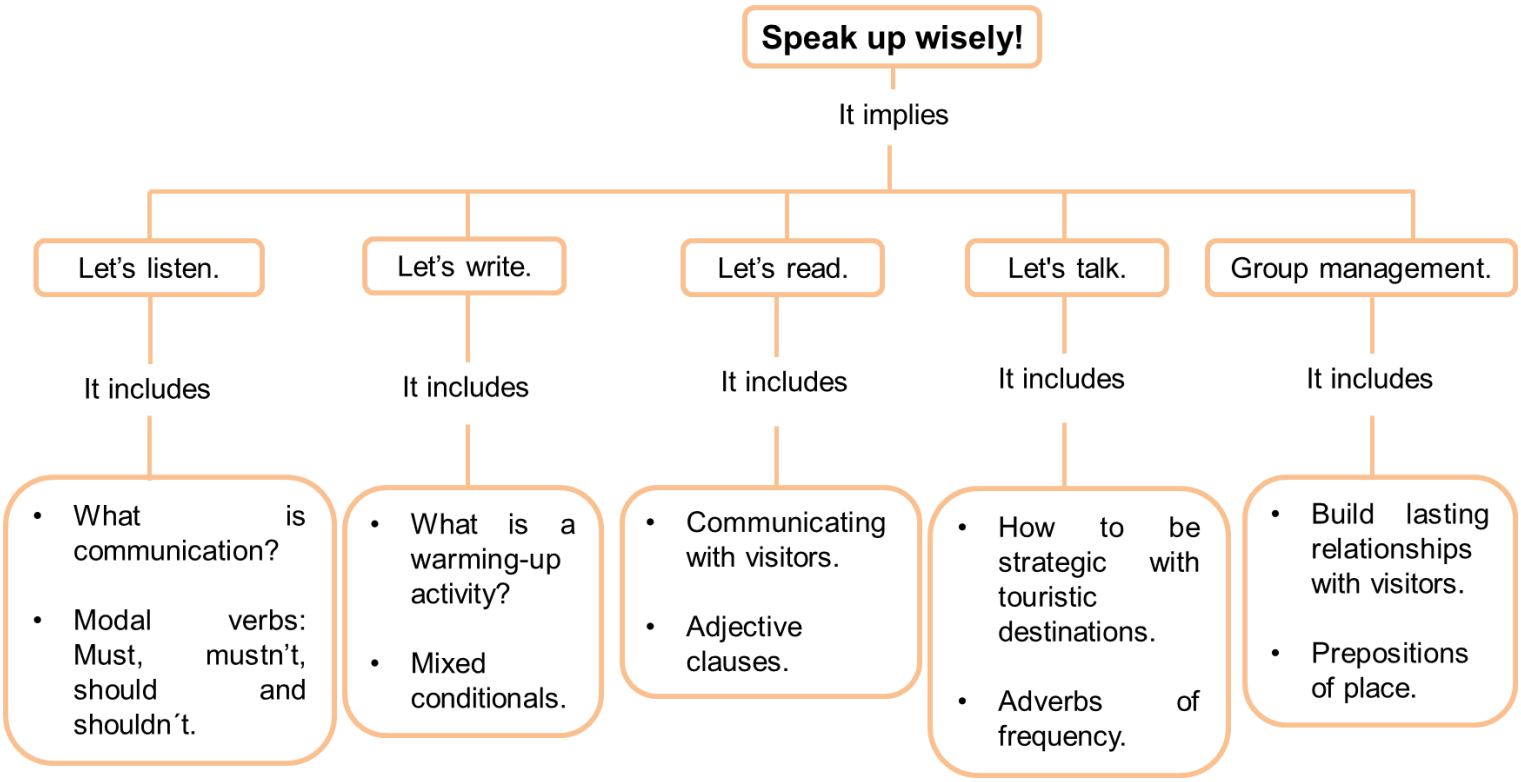
Hello, dear apprentices. In this learning material you are going to see some suggestions to improve your communications skills. Talking with tourists implies verbal and non-verbal features that you have to control, understand and identify.

One of the hardest language skill you have to master when learning English is speaking, so this deserve special attention.

When conducting a tour guidance, it is also necessary to use strategies to call the attention of the tourists, in order to improve the communication and assure that the message is clear to the visitors. Welcome to the last module of the English course from Tour Guidance Program.

Concept map

On the concept map that is shared below, the thematic interaction is well evidenced and the content is present in this training material.



1. Let's listen



Fuente: SENA

Ana: We are about to enter to one of the greatest music festivals in Colombia, it's the Vallenato Legend Festival, here in Valledupar. We have bought the tickets and we have good seats to see and listen the entire show.

Pedro: Tonight you are going to listen to the most popular music genre in Colombia, performed by the most talented people playing the accordion. Let's stay together, please, this cultural scenario is crowded right now!

Ana: When the concert is over, we will return to the hotel. Try not to drink too much, we don't want to deal with drunk people back in the hotel. Remember, tomorrow we are going to go to a Natural Park, so you will need to save energy for the adventure. If you have any question, please, let us know.

Pedro: I will give each one of you your entrance, we bought the seats next to each other. If you get lost, you have our mobile phone numbers: You call or send us a message and we will find you. Thank you for your attention and now, let's enjoy the show!

Pedro: Let's see some technical explanations about communication first. If you want to improve your English skills, you have to keep on reading a lot and work on each language skill.

In this section, you are going to listen a text that explains what is communication.

What is communication?

Communication is simply the act of transferring information from one place to another.

Although this is a simple definition, when we think about how we may communicate the subject becomes a lot more complex. There are various categories of communication and more than one may occur at any time.

The different categories of communication include:

- **Spoken or verbal communication:** Face to face, telephone, radio or television and other media.
- **Non-verbal communication:** Body language, gestures, how we dress or act-even our scent.
- **Written communication:** Letters, e-mails, books, magazines, the internet or via other media.
- **Visualizations:** Graphs and charts, maps, logos and other visualizations can communicate messages.

The desired outcome or goal of any communication process is understanding.

The process of interpersonal communication cannot be regarded as a phenomenon which simply happens, but should be seen as a process which involves participants negotiating their role in this process, whether consciously or unconsciously.

Senders and receivers are of course vital in communication. In face-to-face communication the roles of the sender and receiver are not distinct as both parties communicate with each other, even if in very subtle ways such as through eye-contact (or lack of) and general body language.

There are many other subtle ways that we communicate (perhaps even unintentionally) with others, for example the tone of our voice can give clues to our mood or emotional state, whilst hand signals or gestures can add to a spoken message.

In written communication the sender and receiver are more distinct. Until recent times, relatively few writers and publishers were very powerful when it came to communicating the written word. Today we can all write and publish our ideas online, which has led to an explosion of information and communication possibilities.

The communication process

A message or communication is sent by the sender through a communication channel to a receiver, or to multiple receivers.

The sender must encode the message (the information being conveyed) into a form that is appropriate to the communication channel, and the receiver(s) then decodes the message to understand its meaning and significance.

Misunderstanding can occur at any stage of the communication process.

Effective communication involves minimizing potential misunderstanding and overcoming any barriers to communication at each stage in the communication process.

An effective communicator understands their audience, chooses an appropriate communication channel, hones their message to this channel and encodes the message to reduce misunderstanding by the receiver.

They will also seek out feedback from the receiver(s) as to how the message is understood and attempt to correct any misunderstanding or confusion as soon as possible.

Receivers can use techniques such as Clarification and Reflection as effective ways to ensure that the message sent has been understood correctly.

Communication theory states that communication involves a sender and a receiver (or receivers) conveying information through a communication channel.

Communication channels is the term given to the way in which we communicate.

There are multiple communication channels available to us today, for example face to face conversations, telephone calls, text messages, email, the internet (including social media such as Facebook and Twitter), radio and TV, written letters, brochures and reports to name just a few.

Choosing an appropriate communication channel is vital for effective communication as each communication channel has different strengths and weaknesses.

For example, broadcasting news of an upcoming event via a written letter might convey the message clearly to one or two individuals but will not be a time or cost effective way to broadcast the message to a large number of people. On the other hand, conveying complex, technical information is better done via a printed document than via a spoken message since the receiver is able to assimilate the information at their own pace and revisit items that they do not fully understand.

Written communication is also useful as a way of recording what has been said, for example taking minutes in a meeting.

Encoding messages

All messages must be encoded into a form that can be conveyed by the communication channel chosen for the message.

We all do this every day when transferring abstract thoughts into spoken words or a written form. However, other communication channels require different forms of encoding, e.g. text written for a report will not work well if broadcast via a radio programme, and the short, abbreviated text used in text messages would be inappropriate if sent via a letter.

Complex data may be best communicated using a graph or chart or other visualization.

Effective communicators encode their messages with their intended audience in mind as well as the communication channel. This involves an appropriate use of language, conveying the information simply and clearly, anticipating and eliminating likely causes of confusion and misunderstanding, and knowing the receivers' experience in decoding

other similar communications. Successful encoding of messages is a vital skill in effective communication.

Decoding messages

Once received, the receiver/s need to decode the message. Successful decoding is also a vital communication skill.

People will decode and understand messages in different ways based upon any Barriers to Communication which might be present, their experience and understanding of the context of the message, their psychological state, and the time and place of receipt as well as many other potential factors.

Understanding how the message will be decoded, and anticipating as many of the potential sources of misunderstanding as possible, is the art of a successful communicator.

Feedback

Receivers of messages are likely to provide feedback on how they have understood the messages through both verbal and non-verbal reactions.

Effective communicators pay close attention to this feedback as it the only way to assess whether the message has been understood as intended, and it allows any confusion to be corrected.

Bear in mind that the extent and form of feedback will vary according to the communication channel used: for example, feedback during a face-to-face or telephone conversation will be immediate and direct, whilst feedback to messages conveyed via TV or radio will be indirect and may be delayed, or even conveyed through other media such as the internet. (Skills you need, s.f.)

Modal verbs: Must, mustn't, should and shouldn´t

A modal verb is a type of verb that indicates modality. Modality allows speaker to express beliefs, attitudes, and obligations. Modal verbs are used before another verb to express ability, permission, possibility or obligation

Should is used to make suggestions, give advices, express duties and assumptions.

Note: The negative form of should is should not or its contraction shouldn't.

Examples:

- You should not eat too much fatty food.
- They shouldn't be outside.

Suggestions	Advices
	
You **should** buy the red car. It is more comfortable.	People with high cholesterol **should** eat low-fat food.
Duties	**Assumptions**
	
I **should** be at the office at 8:00 a.m.	He **should** be in Medellin by now. He has a meeting there.

Fuente: SENA

Use of must

Must is used to express a strong obligation, a necessity, and a logical deduction.

Strong obligation	Necessity
	
You must stop at the red light.	You must have a passport to pass the border.
Logical deductions	



They must be rich. Look at their house.

Fuente: SENA

Note: The negative form of must is must not or its contraction mustn't and it is usually used to express prohibitions.

Examples:

- You mustn't smoke inside a hospital.
- She must not make noise in here.

Modal verbs rules

There are aspects you should know about **modal verbs**.

The modal verbs are never used with other auxiliary verbs such as do, doesn't, did, etc.

Examples:

He doesn't should eat too many sweets.	✗
He **shouldn't** eat too many sweets.	✓

Fuente: SENA

To make questions with the modal verbs, the modal must be placed before the subject.

Examples:

Do you should study?	✗

Should you study?	✓

Fuente: SENA

Modal verbs rules

Modal verbs never change their form.

Examples:

She musted take a pill every night.	✗
She **must** take a pill every night.	✓
He shoulds do homework.	✗
He **should** do homework.	✓

Fuente: SENA

Modal verbs are never followed by the preposition **to**.

Examples:

They should to go to the doctor.	✗
They **should** go to the doctor.	✓

Fuente: SENA

The verb after the modal, must be written in infinitive form.

Examples:

We should worked on the project.	✗
We **should** work on the project.	✓

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!

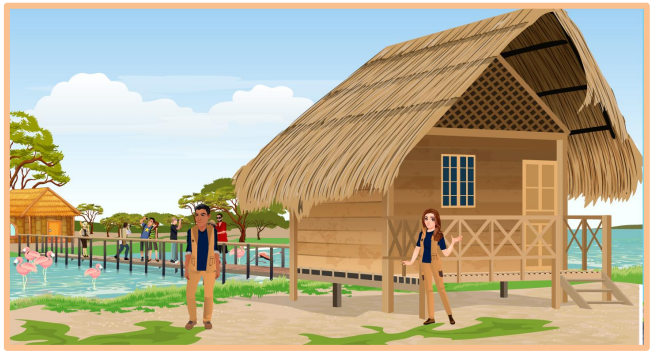


Fuente: SENA

Complete the sentences with **should** or **shouldn't**.

1. It is raining. You _____take an umbrella.
2. Rachel _____eat too many candies. They are not good for her teeth.
3. She has a test tomorrow. She _____ go to the movies.
4. A student _____miss any class.
5. Cats have feelings too. You _____be cruel with them.
6. It is important to speak English. You _____study it.
7. Ronald doesn't feel well. He_____ see a doctor.
8. I have a headache. I think I _____take a pill.

2. Let's write



Fuente: SENA

Ana: We hope you liked the music festival. For us it was a great event where we enjoyed some of the most talented musicians from the region. I saw some of you rested a while in the bus, so maybe you are tired.

Pedro: Yesterday we didn't have the chance to introduce ourselves to our tour partners. Now that we some time, I would like to make a warming up activity to know your names, likes and dislikes.

Ana: Let's make a circle, put your bags in the middle and first, let's make a couple of stretching exercises. We need to wake our bodies up to walk a little to reach the camping site.

Pedro: The game we're going to play is called "Find the lie". Here you have a pen and three pieces of paper. Please, write two things about yourself that are true and one that is false, and let's see if your partners can guess the right answer.

What is a warming-up activity?

A warming up activity is a short, fun game which a tourist guide can use with foreign visitors. The purpose of a warm up is to:

- Encourage the tourists to feel good with in the cultural or natural destination.
- Wake them up. Some people are shy at first; these activities can break the ice.
- Prepare them to learn all the information you are about to tell them by stimulating their minds and / or their bodies.

Warm ups should last about 5 minutes. Warm ups are particularly useful:

- To help tourists to get to know each other if it's a mixed group.
- To mark the shift from one cultural destination and make the transition to another environment.



Fuente: SENA

Beginning a tour route with warm introductions starts you off on the right foot. It invites people to actively participate. It encourages them to get to know one another. It sets the stage for having everyone learn from one another. And, it helps build connections and community; it warms and livens up the activity. Large gatherings and too little time may make introductions difficult, but, even with limited time, you can have people introduce themselves to one or two others they are traveling with.



Fuente: SENA

Name of the activity: Find the lie

Materials: Small pieces of paper, one for each student.

Procedure:

1. Give each tourist a small piece of paper.
2. Tell them to write three pieces of information about themselves on the piece of paper. Two of these bits of information must be true, one is a lie.

   Example:

   - My name is Sophal (true).
   - I am married (false).
   - I visited Japan in 1999 (true).
3. Tell the tourists to stand up and to hold their pieces of paper in front of them.
4. They should walk around, read the information about people and see if they can guess which statement is a lie.



Fuente: SENA

Name of the activity: Name circle

Materials: None.

Procedure:

1. Get all the tourists to stand in a large circle.

2. Each tourist must say his or her name clearly.

3. One tourist points to another tourist, calls out his name and the two tourists change places. The second tourist calls points, calls out the name of another tourist and they change places.

Variation

The tourists stand in a circle. One tourist calls out someone's name and throws a ball to that person. They call out someone else's name and throw the ball to them.



Fuente: SENA

Name of the activity: Find someone who…

Materials: Paper and pens.

Procedure:

1. Before the tour, the tour guide prepares a game sheet.

   E.g., find someone who...

   … likes fishing.

   … comes from Italy.

   … has two older brothers.

   … can ride a motorbike.

   … is married.

   … has two children

2. The tour guide gives the tourists the game sheet in a page.

3. The tourists then stand up and have to ask each other questions to find someone who “likes fishing” or “is married”. When they find someone they must write their name on the game sheet. They should find a different person for each statement.

   E.g.

   Find someone who…

   Sophal likes fishing.

   Thary comes from Poland.

   Monica has two older brothers.

   Sophia can ride a motorbike.

   Harry is married.

   Lisa has two children.

4. The first person to complete their game sheet is the winner.



Fuente: SENA

Mixed conditionals

Conditionals are used to talk about possible or imaginary situations. They can refer to aspects in the present, past or future. They are formed by two parts: The condition and the result. In English we have different types of conditionals depending on what we want to express. Sometimes we can combine different conditionals, resulting in a mixed conditional.



Fuente: SENA

Brad and Richard are talking about a new software in the office. Read the conversation:

Brad: Why do you look so worried?

Richard: Is it that obvious?

Brad: Well, you haven't said much all day. It seems like something is wrong. What is it?

Richard: Well, I'm really confused about that new software for inventories they implemented at the office. I don't really understand how to use it…

Brad: How come? But it's quite easy to use.

Richard: I don't really like computers or software. I've never been much of a computer person. I just don't adapt to these new technologies. Probably, **if I had studied something related to computers, I wouldn't be so lost now**.

Brad: Well you don't need to be a tech geek to deal with computers. Nowadays, it's essential to have some knowledge about how computers work. Even if you don't like it, you need to catch up with this need technology.

Richard: I know, I know…It just makes me feel frustrated that we have to depend on technology for everything.

Brad: But technology is great. It makes our lives a lot easier and more comfortable. **If we didn't have software for inventories, we would have spent a whole week doing the last inventory**. Instead we just spent 1 day.

Richard: Well you are probably right. I need to be more flexible and open-minded towards this new software. Anyway **if I had attended that training last week**, **I wouldn't have so many questions**.

Brad: If you want we can stay a little longer this afternoon and I can help you with your questions.

Richard: That would be great man. Thanks a lot.

Condition	Result
If we didn't have that software for inventories	we would have spent a whole week doing the last inventory.

Fuente: SENA

As you can see in this example, the condition refers to a hypothetical present situation, while the result is based in a past situation.

Other examples of mixed conditionals from the conversation:

Condition	Result
If I had studied something related to computers.	I wouldn't be so lost low.

If I had attended that training last week.	I wouldn't have so many questions.

Fuente: SENA

Attention: In some **mixed conditionals** the structure in the condition is in the past, but the condition refers to a present situation (hypothetical). In the example below the structure in the condition is in the past, but it refers to a present situation:

If I weren't poor, I would have studied at university.

True condition:

I am poor (currently).

Hypothetical: If I weren't poor.

Result:

Although "wasn't" is not correct, it is used commonly in speech to indicate the hypothetical condition in the present:

Correct: If I weren't poor, I would have studied at university.

Possible in spoken English: If I wasn't poor, I would have studied at university.

Hypothetical past condition-present result

This **mixed conditional** expresses a result in present due to a hypothetical condition in the past. We use it to talk about the opposite of what really happens in the present. Using the third conditional (had + past participle) we express the opposite of the true past condition. That is, if something in the past had been different, there would be a result in present. The result in the present is expressed using (modal + base form).

Examples:

If Lewis hadn't gone to the casino, he would have money right now.

True condition in the past: Yesterday, Lewis went to the casino and spent all his money.



<table>
<tr>
<td></td>
<td>If she had gone to the doctor, she would feel better now.

True condition in the past: She did not go to the doctor when she felt sick last week.</td>
</tr>
<tr>
<td>If I had bought that car, I wouldn't have to ride buses.

True condition in the past: He didn't buy the car.</td>
<td></td>
</tr>
</table>

Fuente: SENA

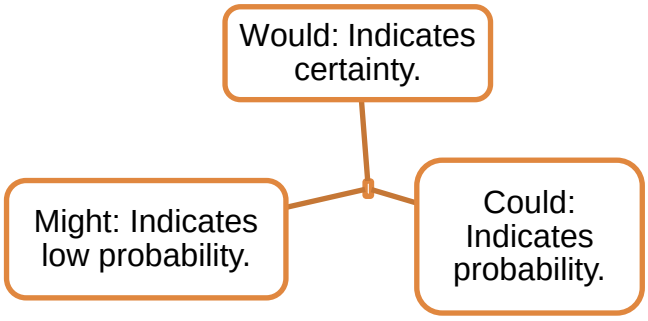
Structure:

Condition	Result
If + past perfect	Would / could / might + base form

Fuente: SENA

Difference between would, could and might:

- When you use **would** in this type of mixed conditional, it means that would be your only choice in the situation. There is no other option you would pick.
- When you use **could** in this type of mixed conditional, it means there is a probability for you to take this option in the situation.
- When you use **might** in this type of mixed conditional, it means there is less probability for you to take this option in the situation.



Fuente: SENA

Consider the following example:

- If I had traveled to Miami, I **would** be on the beach now. → I would definitely be on the beach now.
- If I had traveled to Miami, I **could** be on the beach now. → I would probably be on the beach.
- If I had traveled to Miami, I **might** be on the beach now. → There is a lower chance I would be on the beach.

Other examples:

- We could still be living in Paris if my dad had adapted to his new job.
  True condition: His dad did not adapt to his new job.
- If Ana had come, she would be watching the movie with us.
  True condition: Ana did not come.
- If her husband hadn't died, they might be still together.
  True condition: Her husband died.
- She could sing in a band if she had taken guitar lessons.
  True condition: She did not take guitar lessons.
- If I had bought that new mattress, I could sleep better.
  True condition: I didn't buy a new mattress

Hypothetical present condition-past result

This **mixed conditional** has a present condition and a past result. They refer to an unreal present situation and its probable (but unreal) past result. We use it to talk about the opposite of what really happened in the past. Using the second conditional (past simple) we express the opposite of the true present condition. That is, if something in the present was different, there would have been a hypothetical result in the past. The result in past is expressed using (modal + past participle).

Examples:



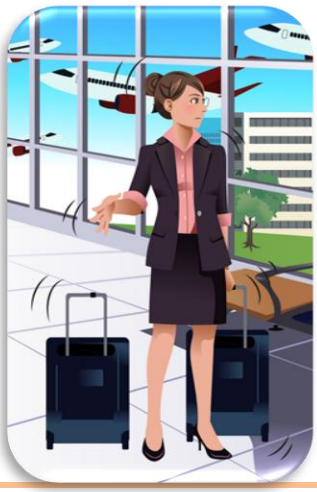
I would have bought that penthouse if I had money.

True condition in the present: He does not have money to buy a penthouse.

If Rachel were taller, she would have been accepted into the army.



True condition in the present: She is not tall enough to be accepted into the army.



We wouldn't have travelled by car if I didn't feel afraid of flying.

True condition in the present: She feels afraid of flying.

Fuente: SENA

Structure:

Condition	Result
If + past simple	Would / could / might have + past participle

Fuente: SENA

Other examples:

- We would have won the match if we had a better football team.
- If Luis didn't owe money to the bank, he wouldn't have taken a second job.
- We wouldn't have arrived late to the classroom if the bell was louder.
- If I had more free time, I would have taken swimming lessons last summer.
- If Charles wasn't so clever, he would have failed the test.

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

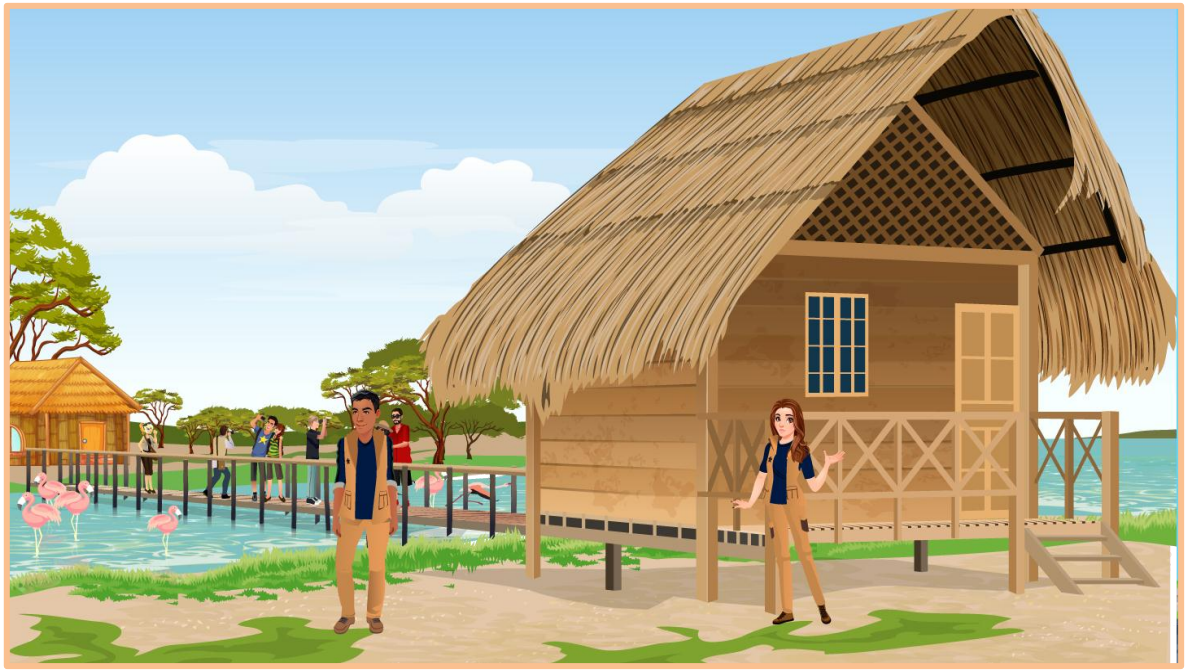
Join each condition with the corresponding result.

Conditions	Results
1. If we had a faster car	I wouldn't be a professional now.

2. If I hadn't lost my ID	I wouldn't be in prison now.
3. If I hadn't followed my parent's advice	We would have already arrived at the airport.
4. If my internet connection weren't so bad	I would have been in the party last night.
5. If this exercise weren't so difficult	I would have attended the meeting online.

Fuente: SENA

3. Let's read



Fuente: SENA

Ana: Thank you very much! The game was fun and now we have a better idea of the identity of our partners. We really enjoy meeting new people, and we will do our best to offer to you the best in this travel.

Pedro: If you have any question, if you need something, if you are tired and want to rest a little, please, ask us and we will understand your position. We are now going to go to your bedrooms, for those who didn't brig camping tents, and the camping area is next to the bedrooms.

Ana: You can enjoy the walk, because in this park there are lots of birds and beautiful landscapes. We have a friend that is driving the car, you can put your bags there so you don't have to carry all your luggage. We are going to have breakfast in the cabins.

Pedro: The cabins are only twenty minutes from here. Today we are going to make some birdwatching, Then, we are going to ride a small boat over the Tocoromana bog and tomorrow we will visit the Manzanillo bog, to see the flamingoes. So, let's start walking!

Communicating with visitors

This guide will tell you why communicating with visitors matters, and how you can do it effectively, in a culturally appropriate manner.

Why communication is important

Making tourism more sustainable means changing the way that tourism happens at a destination. Some of this will be about infrastructure, but a great deal of it is about influencing the choices that businesses, communities, and visitors make. We believe that to make tourism more sustainable, you need to become effective at communicating with visitors, and that, in turn, means you need to enlist the help of tourism businesses and the host community.

Have a clear script for the destination to follow and key messages that everyone will understand

Identify what heritage professionals, individuals in the tourism sector, and the host community want (and need) visitors to know about your destination-this means working out what your story is and what OUV looks like at your destination. This needs to be clear, concise, and accessible. It should not be academic, technical, and obtuse, but it should also not be overly simplistic.

If you have the resources, then develop a communications strategy that identifies key audiences and objectives. You can either help shape the interpretation of your site and the wider destination, or commission someone else to do it. Great World Heritage sites have developed simple and accessible OUV narratives. For example, the Wadden Sea WHS explains some of its key species to children and visitors through the 'Small Five in the Wadden Sea' project, which involves a simple story, explanation, and 'small five safaris' in a way people can experience and learn about the species that make its ecosystem work.

Clarity in communication is crucial. The best destinations analyses how to make their stories work in the different spaces within the destination-from airports and railways stations to hotel rooms or the public realm. An overarching interpretation strategy is often

helpful to steer visitors through the destination and encourage them to learn. It also needs to encourage them to return, believing either the story is repeatedly freshened over time, or that it is so rich, they will have an entirely new experience each time they visit.

Identify those stakeholders involved in the marketing for the destination and partner with them. In most cases, the destination will already have marketing professionals and a marketing budget, so it is crucial to influence that process to ensure that marketing communication helps bring about the sustainable tourism objectives in the strategy. Sustainable tourism communication starts the moment consumers select their choice of destination and lasts after they return home. It is often too late to influence choices if you wait for them to arrive at the site, as expectations will already have been set. Sustainable tourism requires visitors to understand the value, distinctiveness, and authenticity of the site, as well as alter their attitudes and behaviour to reflect this.

Make it clear to potential visitors that the world's most important historic places offer amazing experiences, but tourism in these places is not a 'free-for-all.' There are limits and certain behaviours that are simply not appropriate for heritage or the host community (see e.g. case study 'The Impact of Tourism on the Monks of Luang Prabang'). Raising awareness can be done in such a way that visitors accept the constraints as part of a unique once-in-a-lifetime experience.

Ensure that tourism marketing of the destination uses the potential added value of World Heritage Status

There is a growing body of evidence suggesting that World Heritage is a powerful brand for attracting cultural tourists from both the domestic and international markets, including people who might otherwise have ignored the destination. These cultural tourists spend more, stay longer, and are more likely to care about sustainability, OUV, and the host culture. Incorporating Unesco branding might be an opportunity for some destinations to change the visitor profile in ways that aid sustainable development.

Segmentation of the visitor market is crucial. All tourists are not equal in their ecological or cultural footprint, nor in their economic impact. Some types of visitors will have a much greater ecological and cultural footprint than others, while some will also yield significantly more revenue. Seek to communicate with the segments of the market that fit with your destination's strategy. This may mean fewer visitors, but with greater economic benefit.

Make sure tourism businesses understand the potential value of highlighting Unesco World Heritage Status in their marketing, and work together to help them become more sustainable businesses that play an active role in the sustainable management of tourism. Some sites, for example Vigan in the Philippines, have provided training for businesses so they can understand the potential benefit and OUV of the site.

Ensure that marketing professionals at the destination understand that communicating about the site has to be strategic and encourage sustainability. Marketing must deliver a return on investment, but it can also spread important messages about the destination and build relationships with visitors crucial to fundraising or other activities of strategic value. It is not just about selling holidays. It is essential that you are able to show the tourism sector that promoting sustainability is simply part of doing high quality tourism, rather than a painful obligation.

Make understanding the site easy

It is important to bring together the key information about the site into one accessible form or place. Good interpretation is an obligation of being a World Heritage site. Visitors must be able to find the practical information they need easily, in a language they can read, and in a way they can access from their own homes. At its simplest, this usually means some form of website and social media.

Every World Heritage site should have, at the very least, a basic website. However, surprisingly few World Heritage sites have a website available in language visitors can easily find via a simple Web search. If you want to maximize your ability to speak to visitors, then you need to mainstream sustainability-make it part of how people learn about the basics of the destination. Dynamic destination websites offer information on the full range of things people need, including transport, accommodation, food and drink, retail, leisure, and information on the local community and culture. Website templates are now readily available in most parts of the world at little or no cost, and simply being a World Heritage site will drive traffic in significant numbers.

The story needs to be as accessible as possible, even for those wishing to experience things remotely. By using the full range of media, people who may not be able to access one kind of interpretation have the opportunity to learn in other ways. Be aware that a significant number of interested people may have physical or visual impairments that may limit their enjoyment of the site, so offer alternatives. Many people may wish to learn about and engage with the heritage values of the site without actually visiting, so make your online presence as good as it can be. All this will contribute to the 'word of mouth' marketing of your site.

Developing ground rules or a code of conduct in collaboration with conservation experts, tourism sector professionals, and the host community can be a valuable activity – it engages stakeholders in a meaningful discussion about what is and what is not appropriate behaviour in the destination. Many visitors are relieved to have the social and cultural customs of the host community explained, as well as being aware how they might inadvertently damage the site. The key point you must realize is that codes of conduct are only as good as their communication. The temptation is to write long lists that are printed as pamphlets, but this has limited effect. Instead, try developing a very simple five-point code of conduct and turn local people into the communicators. For example, every taxi could have the five points of good behaviour prominently displayed in its interior.

Provide the simple information visitors need, such as how to navigate the site and the different attractions that exist. Do not forget to provide a basic map. This fulfils two key functions:

It helps visitors orientate themselves.

It can also offer suggestions to improve the experience and lessen the negative impacts of their visit.

Making information available in the languages (written or visual) visitors speak is, of course, also very important.

Help visitors make sustainable transport and accommodation choices before they arrive. Use the websites that visitors go to before they visit to share your offer, communicate the progressive alternatives, and identify what the benefits of using them might be.

Are they cheaper?

Do they provide a better or unique experience?

Are they more responsible, more interesting, or bring benefits to local people more effectively?

Give people reasons to be good.

Avoid text-heavy interpretation boards as a go-to solution. The world is changing, and text heavy interpretation can be inaccessible for many global visitors because of language barriers. There is a place for interpretation boards, yes, but many museums and visitor attractions are moving away from this approach. Instead, they are telling the story more creatively across the site, through people rather than written interpretations. Many sites will have an excellent network of guides who play a critical role in interpretation and storytelling – work with guiding organizations to ensure they have the necessary training and accreditation to do the job well.

Mainstream sustainability into the destination's communication. If key sustainability messages are embedded into the interpretation, then the number of visitors you can reach with this concept is maximized. The last thing you want to happen is fragmentation of the information into multiple locations, with key messages getting lost in the noise. Having distinctiveness, authenticity, and sense of place are key marketing assets for destinations.

Use your World Heritage site status to draw the media's attention, and then work with them to get key messages out to the wider public. This means providing the media with suitable stories and collaborating with them to shape the narrative by writing press releases, etc.

Work with others to create 'package' experiences. There is a growing market for people wishing to experience World Heritage sites in a unique way, or to pursue niche interests. By working with other sites in the same region, or with other thematically linked sites, you can appeal to visitors who may wish to understand and visit your site as part of a wider itinerary.

Be creative-communicate through everything, throughout the whole life-cycle of the visitor experience

By the time visitors arrive in your destination, it may be too late to shape their itinerary and their perceptions of what they can and cannot do at the destination. Make sure you get your key messages to them through tourism brochures, booking websites, or the various other media visitors will use before their trip. This is another reason why stakeholders need to work together. 'Tourism' often starts months before an actual visit (e.g. through online research) and continues through travel, time in the destination itself, and after the trip. As people go home, they may wish to learn more about the site, its heritage, and its OUV. Being able to sustain interest and contact post-visit is key to some strategic goals, such as fundraising. Increasingly, people are online in airports, on trains, and in vehicles, so being able to communicate with them in those places has value.

Work out how to use your storytelling and interpretation facilities to best effect. Good World Heritage destinations ensure that different museums and visitor centres all tell complementary, but different elements of the site's story. For instance, the interpretation scheme of Hadrian's Wall, England, explores different elements of Roman life at different

points across the Wall. Museums and visitor centres within a destination should be supported to see themselves as mutually beneficial aspects of the same destination.

They should be encouraged to work together to widen the stories that can be told and deepen the visitor experience. (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, s.f.)

Adjective clauses

An adjective clause is just a group of words with a subject and a verb that provide a description about the subject of a sentence.

Alex and Tom are talking about a new classmate. Read the next conversation:

Tom: There is a new girl in the classroom. Have you seen her?

Mark: No, which one?

Tom: Her name is Kaila. She comes from Iran.

Mark: You mean the one who wears a long black dress and covers most of her face?

Tom: Yes, that one. Some women who are Muslim cover their face in public.

Mark: That's interesting. I have never met someone from Iran before.

Tom: Well, there are many amazing facts about their culture. For example Sunday, which is a normal day people go to work or study, is the first day of the week for them.

Mark: No way! So when is the weekend for them anyway?

Tom: The weekend for them is Friday and Saturday, which is the last day of the week.

Mark: That is kind of awkward.

Tom: It's not that different. It's just a matter of getting used to it.

Mark: I guess you are right. What else do you know about that culture?

Tom: Well, it is also important to know that women who are married cannot talk to men in public. They are just allowed to talk to their male relatives.

Mark: How do you know so much about that culture anyway?

Tom: Well I lived in Iran for 2 years. It was a really nice experience!

Look at this example from the reading:

Women who are Muslim usually cover their face in public.



Adjective

An adjective clause tells us additional information about the subject of the sentence.

Note: Adjective clauses give additional information about a person, place or object without starting another sentence. By combining sentences your text becomes more fluent and you avoid repetition.

Consider the following examples:

I have to read a lot of reports. They are complicated. (Two separate sentences).

I have to read a lot of reports **which are complicated.** (One sentence with adjectives clauses).

A man died yesterday. He was my next door neighbor. (Two separate sentences).

The man **who died yesterday** was my next door neighbor. (One sentence with adjectives clauses).

Adjective clauses can refer to people, objects or places. Look at the following chart:

Different uses of adjective clauses

Pronoun	Use	Example
That.	To refer to animals or things.	The salad **that** my mother prepares is delicious.
Which.	To refer to animals or things.	This phone, **which** I bought yesterday, was very expensive.
Who.	To refer to people.	People **who** live here are very nice.
Whom.	To refer to people.	The player **whom** I support won the game.
Whose.	To refer to possessions.	He is the man **whose** car was confiscated.

Fuente: SENA

That-which: We use **that / which** to refer to things. **That** is more usual than **which**, but sometimes you must use which (see essential and non-essential clauses in the next chapter).

Examples:

The computer **that I have to fix** is very old.

Where is the book **which I bought yesterday?**

Who: We use **who** when we are talking about a person.

Examples:

The swimmer **who** won the competition is Australian.

Do you know the man **who** was with Anne at the party?

Who is commonly used in definitions:

A policeman is someone **who** protects people.

A pilot is a person **who** flies planes.

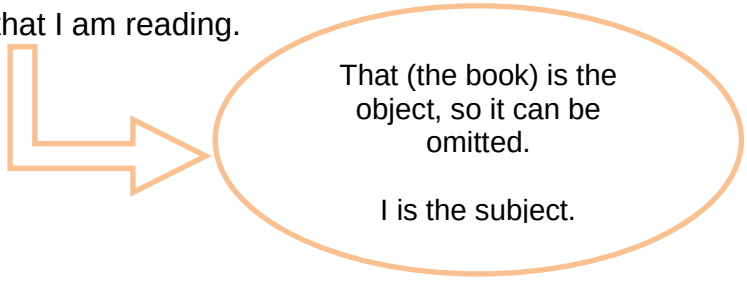
Note: You can use that instead of who to refer to people:

The girl that I met yesterday is very beautiful.

Where is the waiter that is taking our order?

Important: When that, which or who is the object of the adjective clause, you can omit it:

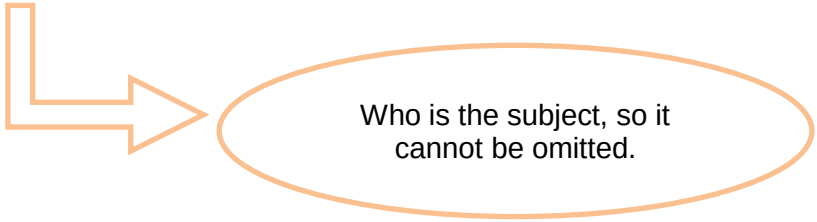
- This is the book that I am reading.



- This is the book I am reading.

When **that, which** or **who** is the subject of the adjective clause, it cannot be omitted:

My sister, who is studying law, will graduate next month.



Examples:

- The house which I am building is in the mountains.
- The house ~~which~~ I am building is in the mountains.
- Where are the keys that I left here yesterday?

- Where are the keys ~~that~~ I left here yesterday?
- The technician who I hired will arrive soon.
- The technician ~~who~~ I hired will arrive soon.

Whose: Whose replaces his / her / their in adjective clauses.

Compare:

I have a sister. Her house is in the mountains.

This is my sister whose house is in the mountains.



Fuente: SENA

There is a new boy in my class. His father is a professional football player.

There is a new boy in my class whose father is a professional football player.



Fuente: SENA

Other examples:

- He is the man whose sister I will marry next month.
- I share my apartment with a friend whose parents are Mexican.
- Good morning, I am the man whose car was confiscated. How can I get it back?
- He is dating a young woman whose house I bought last summer.

Whom: Whom can replace who when it is the object of the verb in the adjective clause:

The woman with **whom** I live is very pretty.

The operator with **whom** I spoke over the phone said the connection would be fixed today.

Whom is not very common. Although **whom** is more formal than **who**, it is often omitted in spoken language:



However **whom** is not omitted if there is a preposition before:

Correct	Incorrect
The patient for whom you were waiting will not come.	The patient for you were waiting will not come.

Fuente: SENA

Other examples:

- Who were those guys **whom** you were playing with?
- The man with **whom** I work is handicapped.
- The girl **whom** I married is very special.

Essential and non-essential clauses

Adjective clauses can also be classified in two types depending on the type of information provided by the clause.

An **essential adjective clause** is necessary to understand the sentence. Without it, the meaning of the sentence changes. Observe:

The student who didn't come to class suffered an accident.

"Who didn't come to class" is an essential adjective clause. It tells us which student we are referring to.

Note: We do not use comas in **essential adjective clauses**.

Example:

Workers who do not comply with the schedule will be fired.

In essential adjective clauses, we can use **that** instead of **who** to refer to people. Also we can use **that** instead of **which** to refer to things. Observe:

I don't know the man **who** is talking to my wife.	or	I don't know the man **that** is talking to my wife.
The exercise **that** I don't understand is on page six.		The exercise **which** I don't understand is on page six.

Fuente: SENA

A **non-essential clause** gives additional information to the sentence. But the information is not essential to understand the sentence. Observe:

My best friend, who is a pilot, usually spends his holiday in Miami.

"Who is a pilot" is a non-essential adjective clause. It gives additional information about the situation, but the information is not essential to understand the sentence.

Note: commas are required before and after a **non-essential adjective clause**:

Example:

My brother, who is unemployed, lives with my parents.

In non-essential adjective clauses, we cannot use **that** instead of **who** to refer to people. Also we cannot use **that** instead of **which** to refer to things. Observe:

Correct	Incorrect
Ana, who was wearing a nice dress today, is travelling to Italy tomorrow.	Ana, that was wearing a nice dress today, is travelling to Italy tomorrow.
My parents' house, which was built in 1983, is very big.	My parents' house, that was built in 1983, is very big.

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



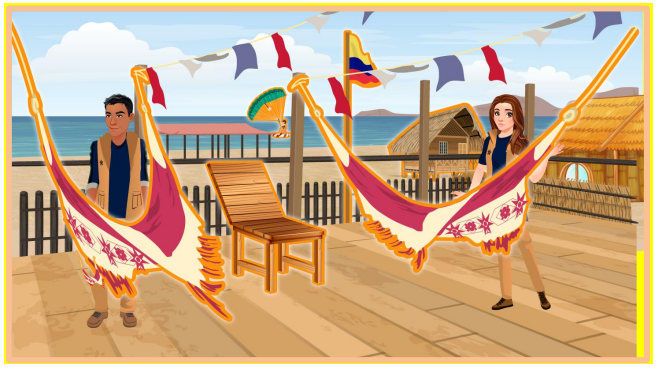
Fuente: SENA

Join the two columns by choosing the appropriate pronoun from the center column to make coherent sentences.

That is the man	who / which / that / whom / whose	died in a car accident last week.
This is the cellphone	who / which / that / whom / whose	I want for my birthday.
I don’t like the new software	who / which / that / whom / whose	we are using now.
A widow is a woman	who / which / that / whom / whose	husband is dead.
To	who / which / that / whom / whose	did you give the computer?
I really need the report	who / which / that / whom / whose	you wrote last semester.
I can’t figure out	who / which / that / whom / whose	I have to give this to.

Fuente: SENA

4. Let’s talk



Fuente: SENA

Ana: Now we are here, in the beach of Cabo de la Vela. In this tour you have seen three different contexts: Cultural in Valledupar, natural in Flamingoes Natural Park, and now, we are going to have some fun with kiteboarding.

Pedro: I have heard some of you are a little afraid by trying this extreme sport, so we have a friend who is kiteboarding instructor. He will teach you the basic to be a master of the water and sky.

Ana: Please, fill this form to have a register of your personal data. Next, go to the hall where our instructor is, to get to know the basic equipment for kiteboard. I'll be waiting for you there and in half an hour we will be jumping up to the sky with a kite above the water.

Pedro: Maybe, if someone can't practice this sport due health issues, you can stay here in this kiosk and enjoy the beach as well. Remember everything you want to drink is free for you because the tour plan included free drinks.

How to be strategic with touristic destinations

Some destinations do benefit from having a defined visitor interpretation centre or storytelling hub, but many people mistakenly think that an interpretation centre is all that a site needs and overstate the importance of the built facilities. Often, there are other ways to communicate the OUV and key messages. Ask yourself whether you want to have a small percentage of your visitors going to a dedicated museum about the OUV of the site, or have a large percentage of visitors leaving the destination with a basic understanding of the key narrative. If you want almost all visitors to learn something, then you will need to communicate through more than just a visitor centre.

Communication does not start and stop in the World Heritage site. If you do not utilize the entire destination, you are missing huge opportunities to influence and bring about strategic shifts to behavior and understanding. Research suggests that no more than 10% of short holidays are spent in museums and galleries; that's 90% of the holiday experience that can be lost as moments to communicate. Work with businesses and the host community to identify opportunities for communicating key messages to visitors. Some destinations now do amazing things by communicating with visitors in airports and railways stations, in hotel rooms, in bars and restaurants, and through clever approaches to interpretation and storytelling, running through the entire visitor experience. Think about what you would like visitors to understand, and what practical things they need to know in order to make sustainable choices. Then, find creative and inspired ways to reach them. It does not have to be complicated. It can be through the most humble of media, for example, displaying the explanation of OUV on a tablecloth in a restaurant or on the wall of a restroom.

Identify the best media for reaching the majority of visitors, use it, and be creative!

Visitors are not obliged to listen to you. It is a choice, and you will most likely have to compete with and overcome many other sources of information bombarding them. The only measure of whether communication works is whether people get the message and act upon it. Some destinations do amazing things with low tech and

low cost solutions, such as turning taxi drivers of the destination into explainers of OUV or new technologies like mobile phone apps. Many of the social media platforms such as Facebook, Twitter, or LinkedIn are essentially free to the user.

Think simple as well as technological, everything from guide ropes, to flooring where people queue, airport walls, literature in hotel rooms, and beer mats can be used.

Written guidance can be of limited value, so try visual interpretation. Partner with a local artist or fine arts organizations to get a new perspective and learn new ways of communicating.

The goal of communication should be to move a potential visitor from knowing very little to a deeper understanding of people and place, actively behaving in a more sustainable manner while visiting, and ultimately becoming a champion of the destination, as well as a potential donor. We call this an 'engagement ladder,' and the great destinations do it really well through a combination of marketing, protecting the site, adding value to products, and effective fundraising.

Do interpretation of the site and its OUV in the most appropriate areas

Use storytelling and interpretation to concentrate visitors in places where they are less likely to damage a site. Objects and OUV attributes are often sensitive to visitor pressures, so it is often beneficial to increase the dwell time of visitors in a less sensitive area of the destination by telling the story there.

Outsource communication of key sustainable tourism messages

Most communication with visitors in a destination is carried out by tourism professionals, not heritage experts, so you need to train and help the tourism professionals to communicate key messages. Guides from the local community not only make people feel welcome as greeters, but they often explain the destination, help people make choices, and can also be crucial to some forms of fundraising, like visitor gifting.

It can be useful to develop a simple and accessible training course for the destination that helps guides to explain the OUV narrative of the site. You can take guides to the site, explain some of the management issues (such as peak-period crowding), and seek their help in advising visitors to make choices that help site management. For instance, this can be assistance in spreading visitors to a wider number of attractions across a destination, reducing peak-period crowding, and spreading economic benefit by purchasing local products, goods, and services.

Adverbs of frequency

Adverbs of frequency are words we use to say how often we do any given activity.

A very simple way to organize the frequency adverbs is to go from 100 % to 0 % of the time where always equals 100 % and 0 % equals never. Check the following chart and read the examples:

100 %	Always.	She always calls her mom at noon.
85 %	Usually.	I usually take a taxi to go to work.
75 %	Frequently.	They frequently travel abroad.
60 %	Often.	We often get up late on weekends.
50 %	Sometimes.	You sometimes watch too much TV.
40 %	Occasionally.	I occasionally travel on business.
30 %	Rarely.	They rarely eat ice cream.
20 %	Seldom.	She seldom lends money.
10 %	Hardly ever.	We hardly ever play basketball.
0 %	Never.	I never go shopping on Mondays.

Fuente: SENA

An important aspect you need to remember is the position of the frequency adverb within the statement. Even though there are exceptions, for now, it is safe to follow the structure presented in the following chart:

	Subject	Frequency	Verb	Complement
Affirmative statement	They	always	go to bed	early.

Fuente: SENA

Remember: Never, seldom, rarely, occasionally and hardly ever are not usually used in the negative form. Look at the example:

I don't never get up early (incorrect).

Remember: When you use the verb be, the frequency adverbs usually come after it.

Look at the example:

She **is** always happy.

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Complete the sentences. Use the adverb and the correct form of the verbs in brackets.

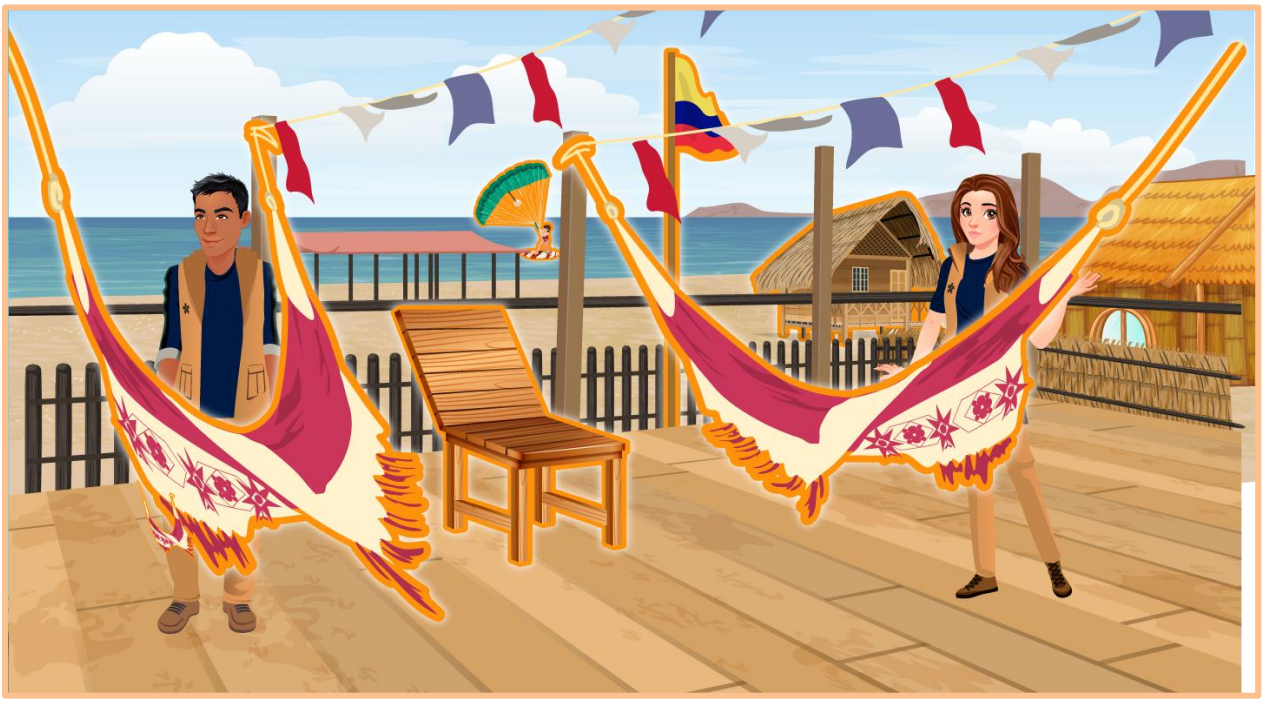
1. Our teacher, Mrs Jones _____(never / be) late for class.
2. I _____ (often / clean) my garage on weekends.
3. My sister _____ (hardly ever / help) me with my homework.
4. I _____ (sometimes / be) bored in history class.
5. We _____ (rarely / watch) soap operas on TV.

6. You and John _____ (never / play) soccer with me.

7. Jane_____ (usually / be) at the sports center on Saturdays.

8. The school bus _____ (always / arrive) at seven o'clock.

5. Group management



Fuente: SENA

Ana: Very good! Congratulations to all these extreme people. We hope you had fun doing kiteboarding!

Pedro: And to conclude the tour the best way possible, we are going to go to a Wayuu house to know a little bit about their culture. The sea in front of the Cabo de la Vela, that you can see in the distance, is known as Jepirra, the ancestral place where the souls of old Wayuu people go to rest.

Ana: The Wayuu are known to be great handcrafters. They make incredible mochilas, a handmade bag with colorful decorations and ancestral symbols on it.

You can buy one in the rancheria we are going to.

Pedro: We will spend the night there. Tomorrow, we will return here to pick your belongings and return to Bogota. It was a wonderful week and we still have more adventures to share!

Use communication to build lasting relationships with visitors

Keep in communication with visitors after their visit. After all, visitors to your destination are not just an immediate source of revenue and support. They are often also the key to solving long-term strategic challenges. Great destinations and great tourism businesses take the contact details of their visitors (with permission) and keep in touch with them, both for commercial reasons and for strategic value. Visitors who may have donated to a conservation project, volunteered, or simply shown an interest in the host community and its economic challenges, may be willing to donate, help, or champion the destination and its conservation.

Cultural visitors are often highly educated, affluent, and highly skilled; they should be seen as a potential resource to help the destination. Many of these people will have had life changing experiences at the destination and will be willing to assist, (either during their stay or afterwards) if they understand the site's needs and how their skills might help the host community and / or its conservation. For sites with few resources and seemingly insurmountable challenges, this can be a way to undertake some essential tasks. Some visitors may work for companies with a CSR (Corporate and Social Responsibility) programme, and they may be able to enlist wider support and resources for conservation or community development projects.

Develop ways that visitors can continue to be friends or supporters of the World Heritage site after they return home. Use social media to share challenges, successes and initiatives. Work hard at making people feel like valued members of a global family of people who care about and contribute to the management of the site. This is a potentially massive, untapped resource for some sites. It can be either low cost and user generated with volunteer management, or it can be more professional with a membership fee and professional administration. Different solutions will be appropriate to different sites. (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization, s.f.)

Nonverbal communication

Nonverbal language is communication without words.

Body language, appearance, and the sound of the voice are the cues, or signals of nonverbal communication.

Body language: Use of facial expressions, eye contact, gestures, posture, and movement to communicate.

Nonverbal language serves 4 functions:

1. To agree with verbal language.

2. To emphasize verbal messages.

3. To replace verbal messages.

4. To contradict verbal messages.

Now let’s see different ways to say goodbye to your tourists when the tour guiding is over.

10+ ways to say goodbye

= FORMAL =	= INFORMAL =
Have a good day!	Take care!
It was wonderful to talk with you. I must be going. I've got to ...	I'll see you soon.
	Have a good one.
	Good seeing you.
It was great to talk with you. I look forward to seeing you again soon (or talking with you again soon).	Bye!
	Catch you later!
	See yah.
It was a great to see you again. Have a good	Gotta run!
	I'm off.

Fuente: English Grammar (s.f.)

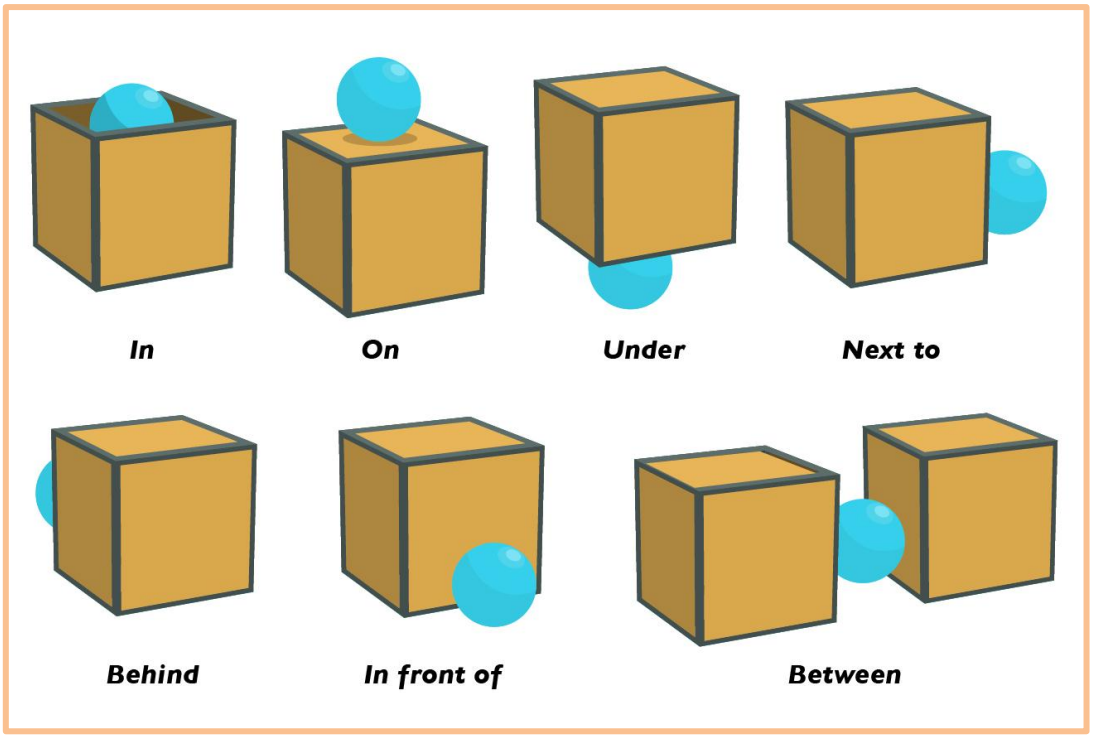
INFORMAL WAYS TO SAY goodbye

SO LONG	HASTA LA VISTA	GLAD YOU CALLED
SEE YOU LATER	DROP IN AGAIN	GLAD YOU CAME
BE SEEIN' YOU	I'LL SEE YOU	GO HOME WITH ME
TAKE IT EASY	BE CAREFUL	GOD BE WITH YOU
BYE	GOODBYE	GOD BLESS YOU
BYE-BYE	SEE YOU TOMORROW	YOU TAKE CARE
SEE YOU	WE'LL SEE YOU	HAVE A GOOD TRIP
BYE NOW	FAREWELL	HAVE A NICE DAY
ADIOS	LATER	HAVE A SAFE TRIP
BE GOOD	HURRY BACK	IT'S BEEN FUN
CATCH YOU	AUF WIEDERSEHEN	IT'S NICE TO SEE YOU
SEE YOU AGAIN	SEE YOU LATER	SEE YOU IN MY DREAMS
SEE YOU AROUND	COME AGAIN	SEE YOU ROUND
SEE YOU SOON	GOOD DAY	SEE YOU SOME MORE
TAKE CARE	WE'LL BE SEEIN' YOU	SEE YOU SOMETIME
BYE FOR NOW	ALOHA	TAKE IT EASY NOW
BE SEEING YOU	BEHAVE YOURSELF	TAKE IT SLOW
I'LL BE SEEING YOU	COME BACK	I'M BEATING IT
AU REVOIR	TILL WE MEET AGAIN	I'M GONE
TA-TA	HAVE FUN	DON'T FORGET ME
COME WHENEVER YOU CAN	ADIEU	DON'T WORK TOO HARD
I'LL BE SEEIN' YOU	BON VOYAGE	BYE, DEAR

Fuente: English Grammar (s.f.)

Prepositions of place

Prepositions of place help us describe positions of objects or people.



Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA



Fuente: SENA

Look at the map and match the directions with the places. Start from the “You are here” spot in the map to follow the journey.

1. Turn right on Smith Street, then turn left on Grand avenue, go straight for 2 blocks. The _____ is across from the bank.

   A. Bar.

   B. Gas station.

   C. Fire station.

   D. Restaurant.

   E. Gym.

2. Take Mall avenue and go straight for 2 blocks. The _____is down the street, next to the cafe and in front of the shopping mall.

   A. Bar.

   B. Gas station.

   C. Fire station.

D. Restaurant.

E. Gym.

3. Go straight for two blocks and take the second left, then turn right. The _____ is opposite the shopping mall.

A. Bar.

B. Gas station.

C. Fire station.

D. Restaurant.

E. Gym.

4. Turn left and go straight for one block. The _____is down the street, next to the cinema.

A. Bar.

B. Gas station.

C. Fire station.

D. Restaurant.

E. Gym.

5. Turn right on Smith Street then turn left on Klum Avenue, then go straight for one block. The_____ is on the corner of Tower Street and Klum Avenue.

A. Bar.

B. Gas station.

C. Fire station.

D. Restaurant.

E. Gym.

References

English Grammar. (s.f.). *10 ways to say goodbye*. Recuperado de https://www.englishgrammar.org

Skills you need. (s.f.). *What is Communication?* Recuperado de https://www.skillsyouneed.com

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (s.f.). *Guide 5. Communicating with visitors.* Recuperado de https://en.unesco.org

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	Octubre de 2017
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Octubre de 2017



Tour guiding resources

BY NC SA



Table of contents

Introduction **3**

Concept map **4**

1. Let's listen **5**
How to ask for food 7

2. Let's write **10**
Equipment records inventory 11
Elements and equipment for nature tours 13

3. Let's read **16**
Food habits 19
Tourist supply and its elements 20

4. Let's talk **24**
Classification of tourist attractions 24
Tour diary log 26
Asking questions with Wh 26

5. Group management **30**
Giving instructions about equipment use 31
Gerunds and present progressive 33

References **40**



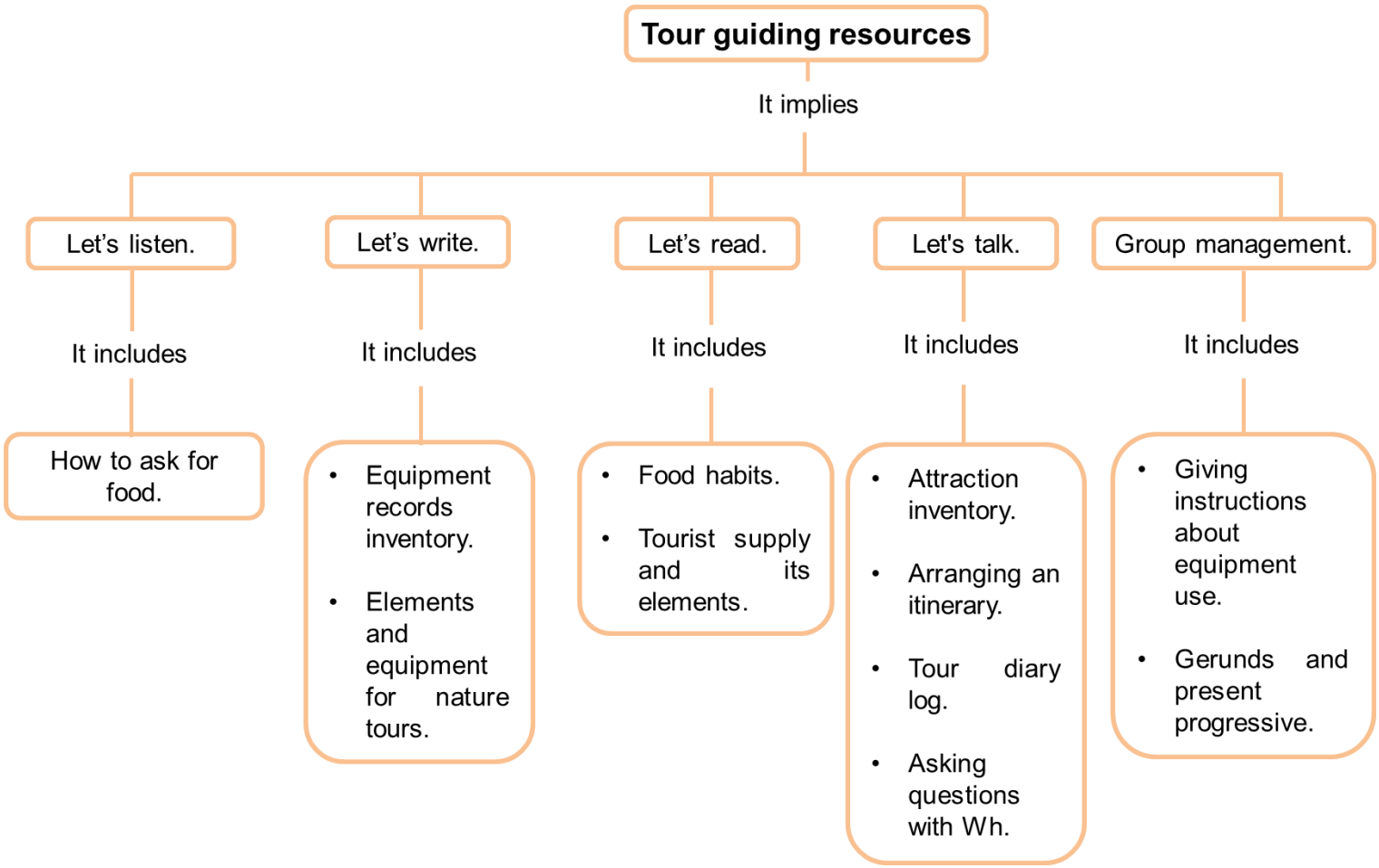
Introduction

When you start working in the tourism sector, detailed planning is essential to meet market challenges. Before a tourist selects a tour product, it's necessary to identify the attractions and facilities services along the way, because the final goal is the satisfaction of the client, and fulfilling each one of the activities programmed.

The purpose of this learning activity is to provide the learner the use of technical English needed in the planning of a tourism package, recognizing the steps required for the identification and selection of the attractions, its facilities and tourist plant of a touristic tour.

Concept map

On the concept map that is shared below, the thematic interaction is well evidenced and the content is present in this training material.



1. Let's listen



Fuente: SENA

Ana: Good morning, this is Ana speaking, and you're calling to LPQ Tour. How can I help you?

Nicole: Hello Ana, this is Nicole Gautier. I'm interested in the whale watching package tour in the Pacific Coast. I was visiting your web page and I found this phone number. Could you please give me more information about it?

Ana: Of course, Miss Gautier. We have two great hotels and different packages. I'm going to explain each one to you, alright?

Nicole: Thank you!



Fuente: SENA

Option 1

Hotel el Cantil (Nuqui).

- Welcome at Nuqui airport.
- Speed boat transfer from the airport in Nuqui to “El Cantil” and back to the airport (travelling along the coast with life vests for each passenger).
- Lodging in comfortable rooms with private bathroom, beds with mosquito nets, built-in wardrobe and a terrace with an ocean view.
- All meals are included (we have an exquisite seafood menu).
- Guided walks to the Waterfall of Love and along the beach to termales.
- Two whale watching speedboat tours.
- Hotel insurance.
- Souvenir and taxes.

Option 2

Hotel El Almejal (Bahia Solano).

- Day 1: Arrival to Solano Bay.
- Day 2: Exit in boat to look for whales.

- Day 3: El Almejal natural reserve.
- Day 4: Natural National Park Utria.
- Day 5: Rio Tundo travel.
- Day 6: Return.



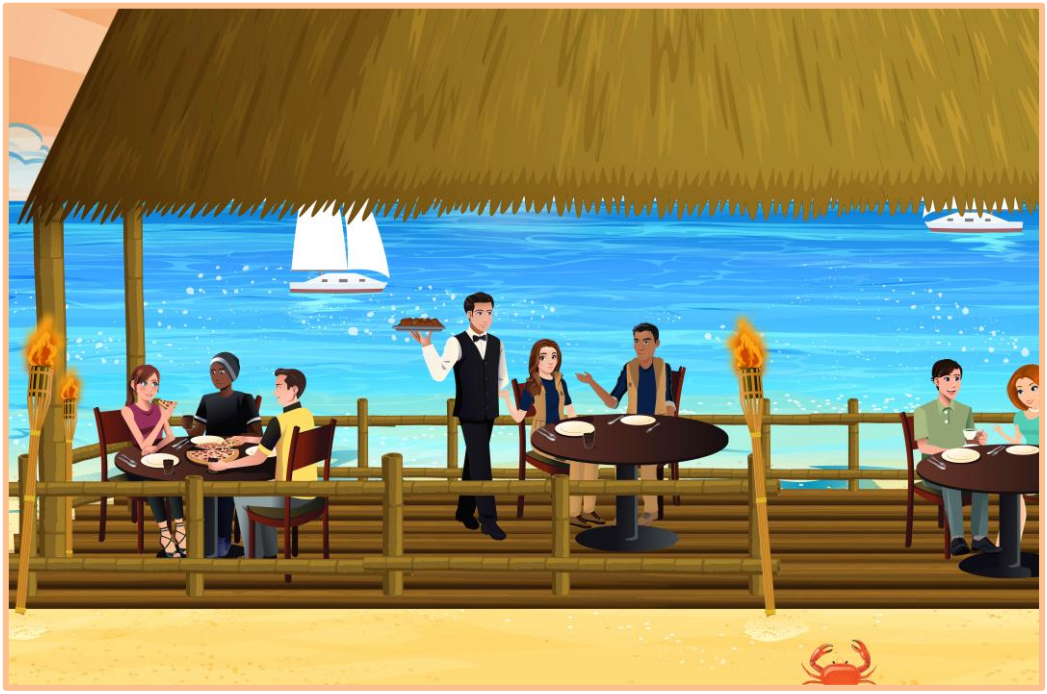
Fuente: SENA

Nicole: Miss, both tour packages look fine to me. I guess I will choose el Cantil Eco lodge.

Ana: Very good, miss Gautier. Then I'm going to ask you a few questions in order to write the register form.

Nicole: Thank you very much!

How to ask for food



Fuente: SENA

Pedro: Ana, do we order now?

Ana: Yes, please. I'm hungry.

Pedro: Waiter! We would like to order.

Waiter: Good afternoon. What would you like to order?

Ana: I am going to have a green salad and a steak.

Waiter: Very good! What would you like to drink?

Ana: Lemonade is fine.

Waiter: Ok. Sir, what would you like to order?

Pedro: I am going to have a hamburger and a chocolate ice cream.

Waiter: Anything else?

Pedro: Yes, I'll try this local beer.

Waiter: I will be back shortly with your food.

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



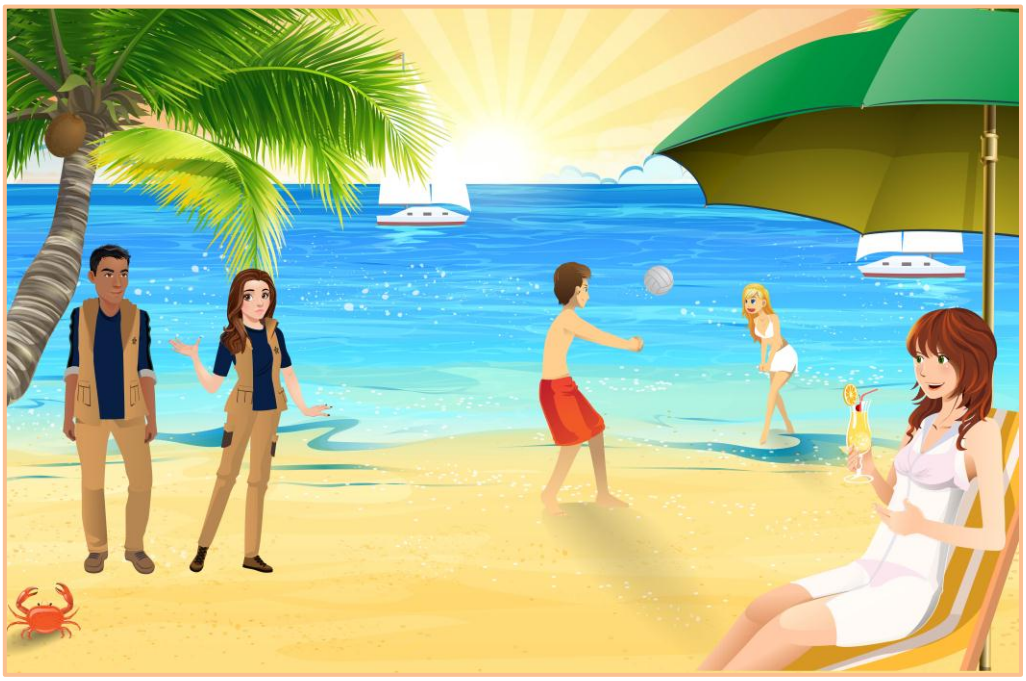
Fuente: SENA

Select the words from the box to complete the sentences.

parade / going to / staying / would you like / traveling / hungry / have / enjoying

1. Yes, please. I am_____.
2. What _____to order?
3. I am going to _____a hamburger.
4. I am _____ try the local beer.
5. I am _____ to Pasto.
6. How long are you_____?
7. I am _____ the parade.
8. There is a big_____.

2. Let's write



Fuente: SENA

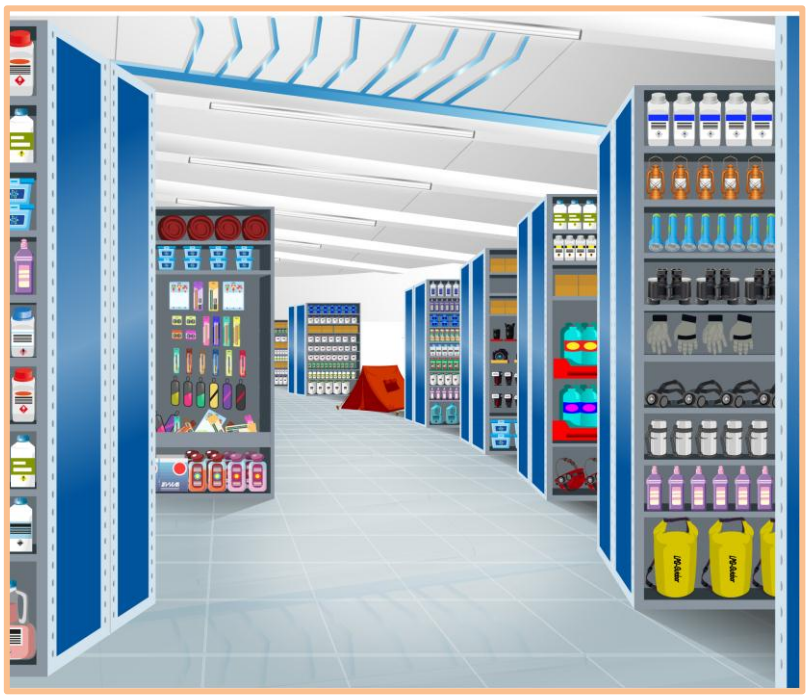
Pedro: This beach is beautiful. I want to go to see the whales jumping out of the water. But before we have to make an inventory of the things we have bought and see what else do we need to buy for this tour.

Ana: The good thing is that we have a format for that. And also we have to fill the tour diary log. It's going to be the first time we do it, so we better do it together.

Pedro: Sure, let's take a look at both books and fill that information in. Then, we can rest a little bit. Being a tour guide is not easy when we have to do so many things!

Ana: Oh, come on! Don't complain! At least you can travel all around the country and enjoy these great landscapes. Our job is the best!

Equipment records inventory



Fuente: SENA

Making an equipment records inventory helps departmental heads, business owners, and production managers to manage equipment inventory for insurance purposes, maintaining a track of business assets, and helping you to stay organized. Keeping a track of equipment and maintaining equipment inventory can be quite helpful in running businesses and production units smoothly. A physical inventory of the property must be taken and the results reconciled with the property records at least once every two years.

The following items can be very useful when making an inventory of the equipment you have:

Item	Serial number	Owner	Received	Location	Condition	Disposition

Fuente: SENA

1. Item: Description of the property.

2. Serial number or identification number: Can be unique inventory tag number assigned by your organization if the serial number is included within the data related to the unique tag number.

3. Who holds title: Ownership, for example: County or agency.

4. Acquisition date: Typically the date the item is recorded as being received.

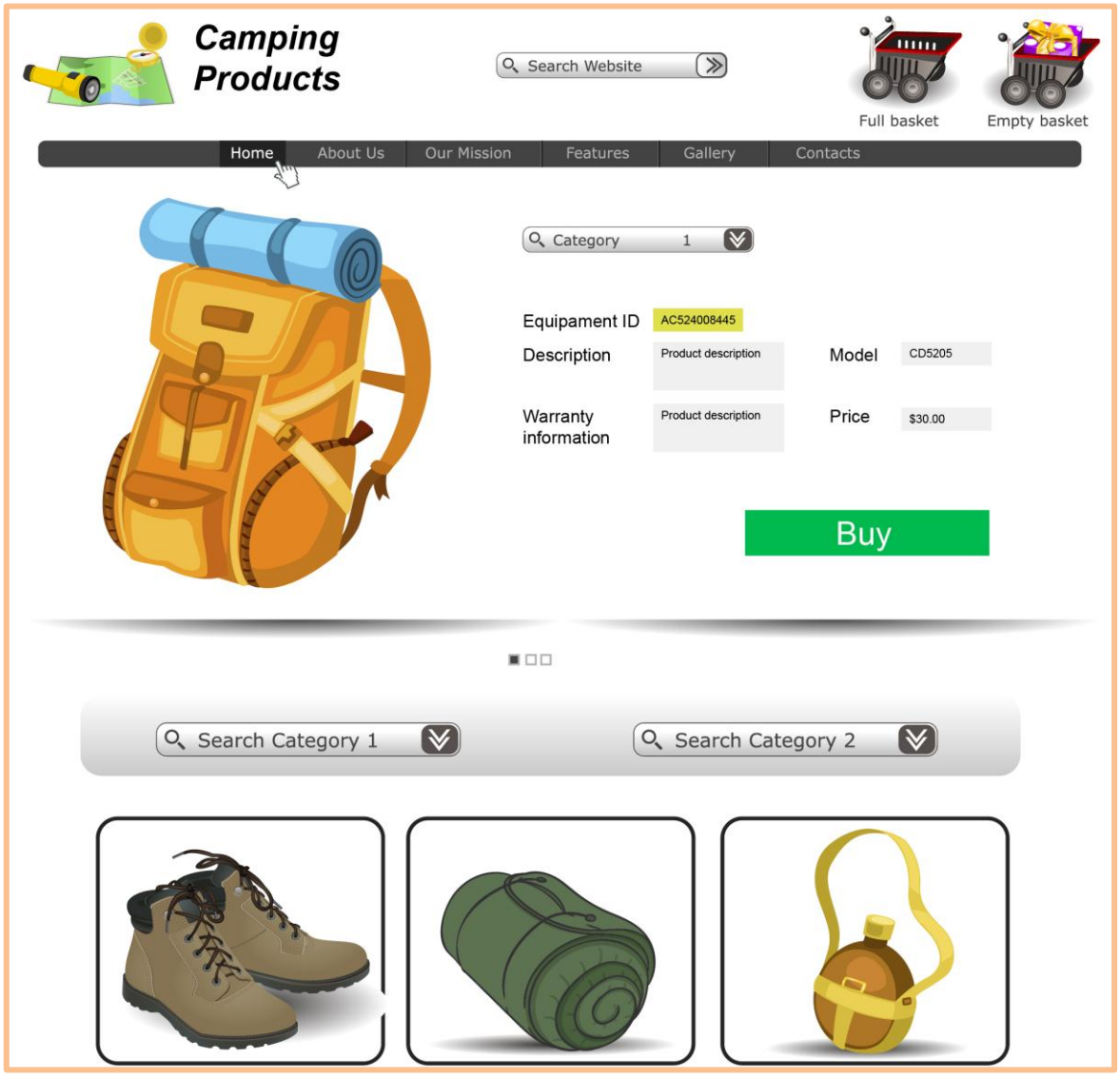
5. Location of equipment.

6. Condition of the property: New, good, poor…

7. Disposition data: Date the property was transferred, disposed of or sold, sale price / proceeds from sale and any other relevant disposition information.

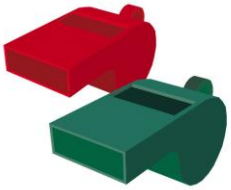
You can make a digital inventory of your belongings or the equipment you are in charge of. The most important is to have every item in the inventory, and once you buy a new tool or article, add it to the digital database.

Also, there are specialized software to develop an equipment database.



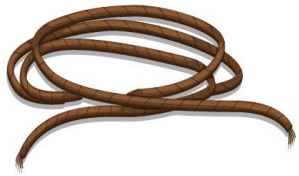
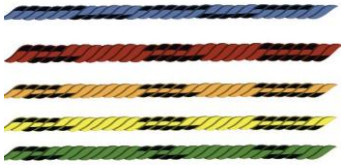
Fuente: SENA

Elements and equipment for nature tours

Camp backpack	Survival kit	Camera	Watch
			
GPS	Mobile phone	Radio	Headlamp
			
Whistle	Compass	Binoculars	Pocket knife
			
Map	Water bottle	First aid kit	Safety harness
			

Fuente: SENA

Elements and equipment for nature tours

Rope	Line	Balaclava helmet	Jacket
			
Trekking pants	Gaiter	Trekking poles	Carabiner
			
Lighter / matches	Eight	Jumar	Safety helmet
			

Fuente: SENA

Elements and equipment for nature tours

Sunscreen cream	Bug repellant	Waterproof bag	Garbage bag
			
Boots	Gloves	Rain poncho	Sleeping pad

			
Camping tent	Gas stove	Sleeping bag	Thermal blanket
			

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Please, write the name of the equipment in the blank spaces according to the image.

 _____	 _____	 _____	 _____
 _____	 _____	 _____	 _____

Fuente: SENA

3. Let's read



Fuente: SENA

Ana: In this section we will talk about food habits, how to make a checklist and what items we can select, how to plan a tour and how to include the best attractions and facilities.



Fuente: SENA

Nicole: This place is like heaven. It's better than we imagined.

Paul: We can breathe peace in this beach. There are so many hidden treasures to discover!

Nicole: Honey, I'm kind of hungry. Do you want to eat something? Today I want you to cook a special dinner for us.

Paul: I love to cook for you. Hold on a second, I'll ask our guide. Pedro, I need to buy some stuff, we want to cook our meal tonight, can you help me?

Pedro: Sure, of course. We are going to give you a checklist of the ingredients we have in the eco lodge. Please, mark with a check the items you are going to need.

And also, if you need to buy something else like camping equipment or clothes, please let me know.

Food

✓ Coffee.	□ Jelly / jam.
□ Tea.	✓ Vegetables.
✓ Cereal / granola / oatmeal.	✓ Bread / bagels.
✓ Milk (powdered or fresh).	✓ Cheese.
✓ Eggs (freeze-dried or fresh).	✓ Meat (fresh and jerky).
□ Cocoa.	□ Crackers / chips.
□ Breakfast bars.	✓ Soup mixes / bouillon cubes.
□ Drink mixes.	□ Chocolate / sweets.
□ Batter mix.	✓ Prepared or freeze-dried meals.

☐ Bottled / canned beverages.	☐ Marshmallows.
☐ Syrup.	☐ Cooking oil / spray.
☐ Energy food (bars, gels, trail mix).	☐ Spice kit.
✓ Butter / margarine.	☐ Salt / pepper.
✓ Fruit (dried and fresh).	✓ Herbs.

Fuente: SENA

Items for in and around camp

✓ Tent (with stakes and guylines).	☐ Pump for air mattresses.
✓ Folding chairs.	☐ Lantern fuel or batteries.
☐ Tent footprint.	✓ Pillows.
☐ Folding table.	☐ Water filter or treatment tablets.
☐ Tent-pole repair sleeve.	✓ Multi-tool or knife.
☐ Cots.	☐ Bikes.
☐ Sun shade, tarp or screen house.	☐ Daypacks.
☐ Mallet or hammer (for tent stakes).	☐ Bike trailers.
✓ Sleeping bags (with optional liners).	✓ Trekking poles.
✓ Headlamps (with extra batteries).	☐ Inflatable boat with paddles and PFDs.
✓ Sleeping pads / air mattresses.	☐ Child carrier.
✓ Flashlights (with extra batteries, bulbs).	☐ Fishing gear (and license).
☐ Pad / mattress repair kit.	☐ Rolling jogger.
☐ Lanterns (with mantles, if needed).	☐ Canoeing / kayaking gear.

Fuente: SENA

Clothing and footwear

☐ Moisture-wicking T-shirts.	✓ Gloves or mittens.
☐ Long underwear.	☐ Swimsuits.
☐ Moisture-wicking underwear.	✓ Rainwear (jacket and pants).
☐ Sleepwear.	✓ Bandanas or buffs.
☐ Quick-drying pants / shorts.	☐ Clothesline with clips.
☐ Insulating jacket or vest.	✓ Boots or shoes suited to terrain.
☐ Long-sleeve shirts (for sun, bugs).	✓ Water sandals.
☐ Insulated pants.	✓ Socks (synthetic or wool).
☐ Sun-shielding hats.	✓ In-camp sandals or booties.

Fuente: SENA

Let's read and analyze the next comment of people talking about their eating habits.

Food habits



Fuente: SENA

I am Julieth, and I am a vegetarian. I love fruit, vegetables and grains. In my fridge there isn't any meat or fish, but there are lots of fresh fruits for my breakfast. I also eat dairy products such as milk and yogurt. I also like sweets such as candies and cakes.



Fuente: SENA

My name is Matt, I am a meat lover! For breakfast I usually have a big steak and some vegetables, for lunch I sometimes get some chicken or fish. At night I prefer something light before I go to sleep, so I never eat meat, but a big bowl of cereal with milk is all I need. There isn't much fruit in my kitchen, I don't like it.



Fuente: SENA

I am Adam, I am 18. I don't like homemade food; I prefer fast food such as hamburger or pizza. My mom says it is bad for my health, but I love it. On Fridays I always have a big hot dog with some friends and a lot of coke. I don't eat any vegetables but I eat some fruits. I love mango.

Tourist supply and its elements

Tourism planning can be even more successful when we carefully look at all components of supply as one of most important strengths and assets that will enhance the quality of our tourist products.

Attractions

This is an indispensable ingredient of tourism supply. In fact, all the other components of supply depend upon major tourist attractions. Attractions may be classified by ownership:

- Nonprofit organizations.
- Private businesses.
- Government agencies.

The most widely used classification related to tourism attractions is based on the resource foundation criteria.

This separates natural features wildlife nature from manmade structures historical bridges, casinos, and amusement parks. Many intangible sociocultural elements should be considered in classifying attractions, such as language, music, traditional cuisine, etc.

Transportation

This component of supply is critical in predicting tourism trends and development of tourism destinations. In the post-World War II era mass tourism depended on the development of a railway network. Most early tourist attractions, amusement parks, beach resorts, and spas, were located in the areas surrounding railway stations.

The post-World War II rise in automobile travel and the most recent increase in air transportation have heavily affected the patterns of tourism flows as well as destinations planning and development.

Accommodation

Accommodations are classified in three major components. First, the commercial sector, which is mostly represented by hotels, motels, and vacation villages. There is also the private sector, which includes second homes, time-sharing properties, and residential buildings used to host family members and friends. Last, there is a hybrid classification, defined by camping and caravanning activities, where private tents and campers or caravans are situated in areas (campsites) managed by business firms.

Other support services

Tourists need not only a place to sleep but also a wide range of services that ensure a pleasant stay. These services have been classified as basic (groceries), trade (communications), comfort (clothing), security (health care), and luxury (jewelry).

Infrastructure

The tourism phenomenon relies heavily on public utilities and infrastructural support.

Without roads, airports, harbors, electricity, and potable water tourism planning and development would not be possible. Generally, infrastructures developed only for residents need to be expanded to serve travelers. From a profitability perspective, infrastructure differs from attractions, transportation, and accommodation because it does not generate revenues directly.

In literature, the constructs of attraction and that of resource have been loosely interpreted and used interchangeably. Indeed, in operationalizing tourist resources and measuring the overall attractiveness of tourist regions, researchers have consistently included the four attraction elements (attraction, transportation, accommodation, and other supporting services) as tourist attractions.

In this chart you are going to see other relevant items you can take into account when designing a tour plan.

Components	Elements / samples
Tourism attractions and facilities.	All natural, cultural and special features of an area which attracts tourists to visit the area.
Accommodation.	Hotels and other types of facilities.
Other tourist facilities and services.	Eating establishments, outlets for handicrafts and souvenir, tourist information offices, medical facilities, etc.
Transportation facilities and services.	Access into the country or area, internal transport, and facilities related to all modes of transportation.
Other infrastructure.	Water supply, power and sewage systems, telecommunications as well as drainage systems.
Institutional elements.	Manpower planning and educational programs, training and development, public and private sectors investment policies and control of tourism impacts.

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Our characters are preparing a shopping list.

Read to the conversation and tick (√) the products they need to buy from the list below.

Julieth: Look at the fridge Matt, there aren't many fruits, we need to buy some apples, bananas and grapes.

Matt: There are only mangos in the fridge. Do we have any meat?

Julieth: Yes, there is a lot of ham, chicken and fish!

Matt: But there isn't any pork! We need to buy pork.

Julieth: All right, I'll put it in the list… We also need some vegetables.

Matt: Sure, there aren't any carrots and lettuce. We also need some frozen pizza for Adam.

Julieth: Ok, I think that's all we need. How much money do you have?

Matt: About 70 dollars. That will be enough.

1. Fish. ☐
2. Apples. ☐
3. Frozen pizza. ☐
4. Pork. ☐
5. Mangos. ☐
6. Carrots. ☐

Now read the conversation again and check yes or no:

They need to buy some bananas.	Yes	No
Julieth thinks they don't need any meat.		
They don't need any vegetables.		
The frozen pizza is for Adam.		

Fuente: SENA

4. Let's talk



Fuente: SENA

Nicole: Paul, I guess I've lost our itinerary brochure. I forgot where are we going today. Do you remember?

Paul: Actually, I don't remember, either. By the way, how do you manage to create a tour? How do you discover the special places to visit?

Pedro: Generally, first, we make an inventory of the most important attraction for tourists. Then, we put it into a package according to ages, interests and difficulty level. Let's check the itinerary of your tour, I have a digital copy on my mobile phone.

Ana: Today is the second day of your tour and we want you to have a good time here in Colombia. According to the plan, today we will look for whales!

In this section you are going to see the importance of planning an attraction tour circuit. The first step of planning is making an inventory:

Attraction inventory

An attraction inventory is a must in order to know exactly what can be offered and the condition such attractions are in thus having enough elements and resources to better sell the destination.

Classification of tourist attractions

Tourism resources can be framed in two groups:

1. The first, comprised of cultural / historical, environmental, recreational, entertainment, shopping and dining, architectural, and natural attributes, relates to the marketed image of the destination.

2. The second, which includes transportation, support industries, land, labor force, capital, and governmental attitudes, pertains to the infrastructure within the destination. This classification assists in the understanding of the interplay between the different elements of tourist resources at destination.

Now, let's take a look to the different activities our tourists are about to develop during this tour:

Arranging an itinerary

Day 1. Arrival to Solano Bay

Arrival at the Bahia Solano airport, transfers in collective jeeps to the village of El Valle, where is the imposing "El Almejal Beach" and of course "El Lodge". Accommodation, lunch, afternoon free. After dinner, technical talk about whales.

Day 2. Exit in boat to look for whales

Very early you take a boat to go out in search of the whales, and enjoy the spectacle they bring to the surface with their blows of 7 meters, loins, tails and playfull whale. If you have not had contact with them, another exit will be reprogrammed until you can see them. Now you can also hear the singing of the males with hydrophone.

Day 3. El Almejal Natural Reserve

After breakfast visit turtle conservation projects and organic garden. Beginning the journey to "La Reserva" and only 30 meters high, you can see from our viewpoint the spectacular view of the sea horizon merging with the jungle. Already in the Natural Reserve the guide will give interesting explanations about the species of the forest and the ecosystem. Lunch. Free afternoon to enjoy the sea.

Day 4. Natural National Park Utria

After 40 minutes by boat you will arrive at the most beautiful cove of the country, Utria. In the administrative headquarters of the park should receive an educational talk and also can meet the skeleton of a sperm whale, take a bath in the calm emerald green waters of the cove, or take a hike through the mangrove. On the way back, you will be taken to one of the few coral beaches of white sands in the Colombian Pacific, ideal for snorkeling.

Day 5. Rio Tundo Travel

From the banks of the Valle River canoes are approached to navigate an arm of the river known as Tundo. The bogas reman and the guide explains, while you contemplate the peaceful green landscape of the river and the jungle, accompanied by some kingfisher, toucans, parrots, butterflies and great variety of orchids and bromeliads. At the end of the route it is very good to take a bath in the crystal clear waters of the river.

Day 6. Return

Breakfast, return by car to Bahia Solano airport to take the flight to the city of origin.

Tour diary log

Every day, after you finish your activities, you can start to write a diary. The tour diary log is a book every tour guide must write in each day, in order to establish an order to the activities and could help to improve next tours. You can write this diary in a digital version also.

You can write one with the next information:

- Tour date.
- Departure and return time.
- Place where the tour begins and place where the tour ends.
- Person responsible of the tour.
- Name of the company.
- Number of tourists by nationality.
- Short description of the most important visited sites.
- Name of the services and tourist facilities used during the tour, (write the telephone number and company owner).
- Tourist infrastructure conditions (access roads, telecommunications, signaling).
- Evaluation and recommendations of the tours by the tourist regarding the quality in the service provision: attractions, tour staff and other services used during the tour.
- Special observations of the tourism guide.

Asking questions with Wh

Read the conversation between Nicole and Johana. Pay attention to the questions.



Hi!



Hi! How are you?



I’m fine. I read a wonderful book last week.



That’s great! What kind of book is it?



It’s a philosophy book. It’s very interesting.



How much did it cost?



$10 dollars.

Fuente: SENA

In English you can ask questions based on WH-questions. Using what add a noun.

Look at the examples in the chart.

Question word	Usage	Example
What kind.	Ask about description.	What kind of music do you like? I like salsa music.
What time.	Ask about time.	What time do you get up? At six o’clock.

Fuente: SENA

When you ask questions about specific information using how, add an adjective or an adverb. Look at the examples below.

Question word	Usage	Example
How many.	Ask about quantity (countable).	How many books are there? There are ten.

How much.	Ask about price, amount (uncountable).	How much does your new cell phone cost? $200.
How long.	Ask about length (time or space).	How long did you stay there? For two days.
How often.	Ask about frequency.	How often do you go to the gym? Twice a week.
How far.	Ask about distance.	How far is your house? It is one kilometer away.
How fast.	Ask about speed.	How fast can you run? I'm very slow.
How old.	Ask about age.	How old are you? I'm 16 years old.

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

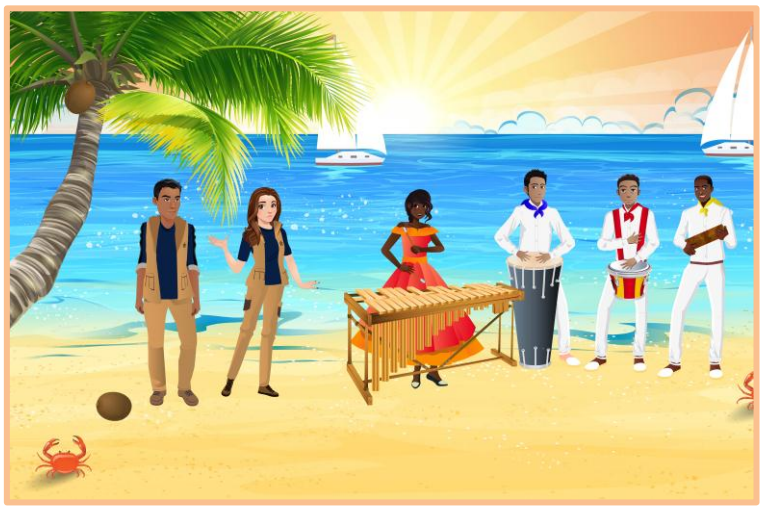
Match the questions to the answers. To solve this exercise, it is recommended to search online or any other source in order to answer correctly.

How far is the Moon from the Earth? ☐	A. 23 hours.
How much noise can human ears take? ☐	B. 238.840 miles.
How fast can a cheetah run? ☐	C. 27 days.
How much water does the human body have? ☐	D. 85 decibels.

	E. 150 miles/h.
How many countries are in the world?	F. 149.675.000 kg.
	G. 70%.
How fast can a hawk fly?	H. 109 km/h.
How long does a travel of the Moon around the Earth take?	I. 196.
How many planets are in our solar system?	J. 8.

Fuente: SENA

5. Group management



Fuente: SENA

Pedro: Ana, we have now an inventory of all the equipment we have… but you know what? I don't know how to use many of these elements or how to teach a foreign people how to use it.

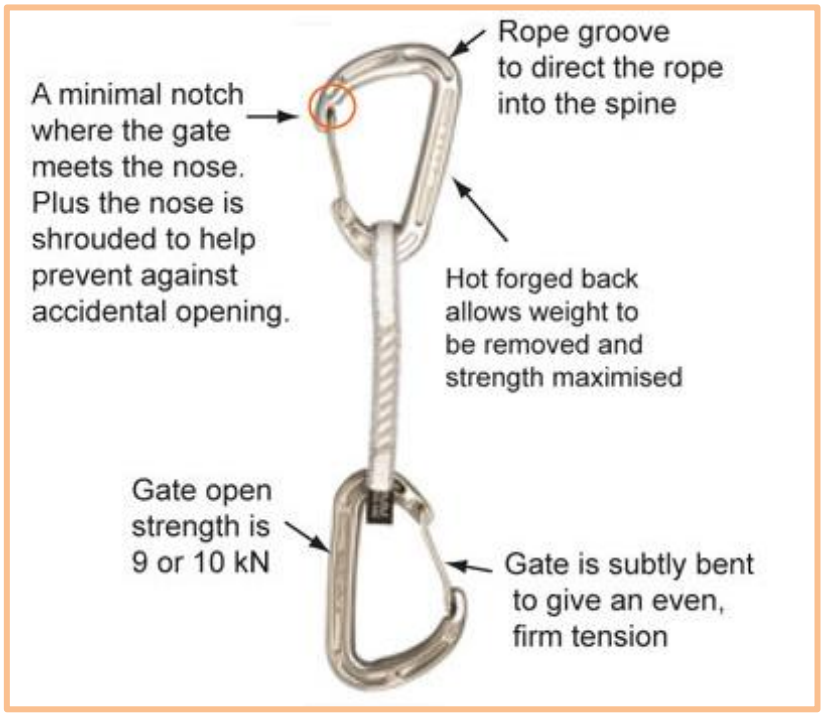
Ana: Yes! I have the same issue. Just having the item doesn't make you an expert. Maybe in the future we need to make a course or something to learn how to use those stuff properly.

Pedro: I want to learn how to use the carabiner with ropes. I know it's very helpful for rock climbing and rappelling. So far we have been in safe destinations, such as the city or the beach.

Ana: I want to make some extreme sports, climb a mountain, enter a big cave, skydive and other advanced techniques.

Pedro: We must be very careful because all of those sports require more safety and experience. So, we better start to study or find a good teacher!

It's time to start to know better the equipment in our inventory. Let's see the description of one important element and some instructions about the proper use of the carabiner.



Fuente: Rock climbing company in Spain (s.f.)

Giving instructions about equipment use

How to use a carabiner

There are many types of carabiners and they have many uses, including contributing to the safety systems in rock and ice climbing, mountaineering, spelunking, and rescue techniques. Among other uses, carabiners can be used for belaying, rappelling, prusiking, clipping into anchors and securing rope into protection. No matter what you use it for, there are a few things to keep in mind.

- Instructions.
- Difficulty: Moderate.

- Things you'll need:
  - Carabiner climbing harness, climbing rope.
  - Carabiner.
  - Climbing harness.
  - Climbing rope.

Step 1

Make sure the force being applied to a carabiner is always on the long axis no matter what you use it for, whether you are equalizing a three-point anchor or belaying your partner. Never try to apply weight to it in a horizontal manner and never apply force to the gate.

Step 2

Use locking carabiners for belaying, rappelling, prusiking, clipping into anchors and any other task in which you are putting your direct weight on the carabiner.

Step 3

Check the gate periodically to make sure that it opens and closes smoothly. The gate of a carabiner should be able to open easily, even if under weight, and should not wobble from side to side when open. The hinge, in other words, should be solid. WD-40 can sometimes help clean up a hinge. Make sure to boil the carabiner for 20 seconds after using such a cleaning agent to remove it.

Step 4

Never use a carabiner that has fallen off a cliff onto a hard surface. There may not be any visible damage to the carabiner, but it doesn't mean there isn't any.

Step 5

Substitute two double-oval carabiners for a locking carabiner only in such a way that the two gates are opposite and form an X when opened simultaneously.

Step 6

Clip a locking carabiner to the belay loop on your climbing harness and loop the rope through it as well as your belay device (such as an ATC). If it is a pear-shaped carabiner the smaller end should be on your belay loop and the rope should be fed through the larger end. This is the most basic but also the most frequent use of carabiners in climbing.

Step 7

Only use non-locking carabiners for things such as connecting the rope to protection on a wall of rock or ice. Runners are two non-locking carabiners connected by a length of webbing. These are used to easily clip to the protection with one end and clip your rope onto the other without having to use both hands. These should never replace the

protection itself (bolts, nuts, chocks, cams, ice screws) but should only be used as a connector. (Judd, s.f.)

Gerunds and present progressive

Gerunds are quite common in English. They are formed with the base of a **verb** plus **-ing**. Although they look like verbs in present continuous, they have different uses.

Gerunds can be affirmative or negative. Negatives are formed by putting **not** before the **-ing** form.

Depending on the context and sentence, gerunds can be used as:

Objects: When gerunds are used as objects of a sentence, they are preceded by a verb or preposition. They answer the question **what?** or **whom?** For example, if I say: I love **swimming**, the gerund **swimming** tells **what** I love. It is the object of the verb.

Examples:

- I love **taking** naps in the afternoon.
- She enjoys **talking** to her mother.
- We dislike **cleaning** the house.
- She is worried about **losing** her job.
- I miss **not going** to work.
- I avoid **checking** social networks at the office.

Common verbs followed by gerund: Observe the following chart. These verbs are commonly followed by gerunds. Here, gerunds are used as objects in the sentence.

Verbs to express likes and dislikes:

Verb	Example
Love.	I love swimming in the beach. It is quite relaxing.
Enjoy.	Mark enjoys singing karaoke at the bar.
Dislike.	The baby dislikes taking a shower.
Hate.	I hate working in such stressful environment.
Don’t mind.	Karen doesn’t mind taking care of the baby.
Can’t stand.	Sofia can’t stand using high heels at the office.
Can’t bear.	I can’t bear living in such a mess!

Fuente: SENA

Other verbs commonly followed by gerunds:

Verb	Example
Appreciate.	I appreciate studying in this university.
Consider.	The government considers paying taxes is compulsory.
Delay.	They delayed moving to a bigger office due to the budget.
Deny.	He denied killing his girlfriend.
Fancy.	I fancy jumping from an airplane.
Finish.	I always finish doing the dishes by 9.
Imagine.	Karl can't imagine living without her.
Involve.	Your duties involve writing monthly reports.
Keep.	Andy keeps studying French in that academy.
Mention.	The teacher mentioned doing the presentations next class.
Mind.	Do you mind working extra hours?
Miss.	Does your mom miss speaking to you on the phone?
Practice.	I practice speaking French in my free time.
Prefer.	Do you prefer taking the test now?
Stop.	I usually stop working at noon to have lunch.
Suggest.	The doctor suggests moving to a peaceful place.

Fuente: SENA

Attention: Some verbs from the list below can be followed either by a gerund or an infinitive: like-love-hate-prefer-can't stand.

Examples:

I like going to the movies on weekends.
I like to go to the movies on weekends.
} Both are correct.

Arnold hates eating meat.
Arnold hates to eat meat.
} Both are correct.

Fuente: SENA

Subjects: When are used at the beginning of a sentence, gerunds become subjects.

Examples:

- **Working** makes me hungry.
- **Living** in a big city is stressful.
- **Smoking** is not allowed.

- **Not having** a healthy diet is a cause of cancer.

- **Drinking** tea is relaxing.

After a preposition: Gerunds are commonly used when a verb comes after a preposition. Some commonly used prepositions are at, in, on, of, with, about, out, within, before, after, into, to:

Examples:

- She is good at **dancing**.

- Andres is interested in **surfing**.

- I always take a shower before **sleeping**.

- Do not seat without **closing** the door.

- I am thinking of **moving** to Medellin.

Hobbies and interests

Here is a list of common hobbies and interests. These can be expressed using either a gerund or a noun.

Examples:

- Gerund: I like **reading** romantic stories.

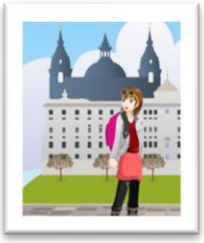
- Noun: I like **computer games**.

Word / expression	Picture	Word / expression	Picture
Camping.		Bowling.	
Cooking.		Eating out.	

Gardening.		Painting.	
Playing the guitar.		Reading.	
Sailing.		Sunbathing.	

Fuente: SENA

Word / expression	Picture	Word / expression	Picture
Traveling.		Watching TV.	
Fishing.		Hiking.	
Dancing.		Jogging.	

Riding my bike.		Driving.	
Shopping.		Sightseeing.	

Fuente: SENA

Word / expression	**Picture**	**Word / expression**	**Picture**
Playing card games.		Playing chess.	
Going to the movies.		Playing computer games.	
The internet.		Doing puzzles.	

Playing sports.		Driving cars.	
Going to the theater.		Using technology.	

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Please, read the next sentences and choose if it’s a gerund or a present progressive.

Sentence	Gerund	Present progressive
He likes reading books.		
He is reading books.		
Reading books can be great fun.		
He is interested in reading books.		
He was reading books.		
He has been reading books for two hours.		
Instead of reading books Henry went to bed.		
Do you like reading books?		

He had been reading books.		
His hobby is reading books.		

Fuente: SENA

References

Judd, N. (s.f.). *How to use a carabiner.* Recuperado de https://www.trails.com

Rock climbing company in Spain. (s.f.). *Rock climbing courses and holidays in Spain.* Recuperado de http://www.rockclimbingspain.com

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	Septiembre de 2017
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Septiembre de 2017

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

El empleo es de todos

Mintrabajo

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

EV:Cuestionario GAI1-240202501-AA1- EV01

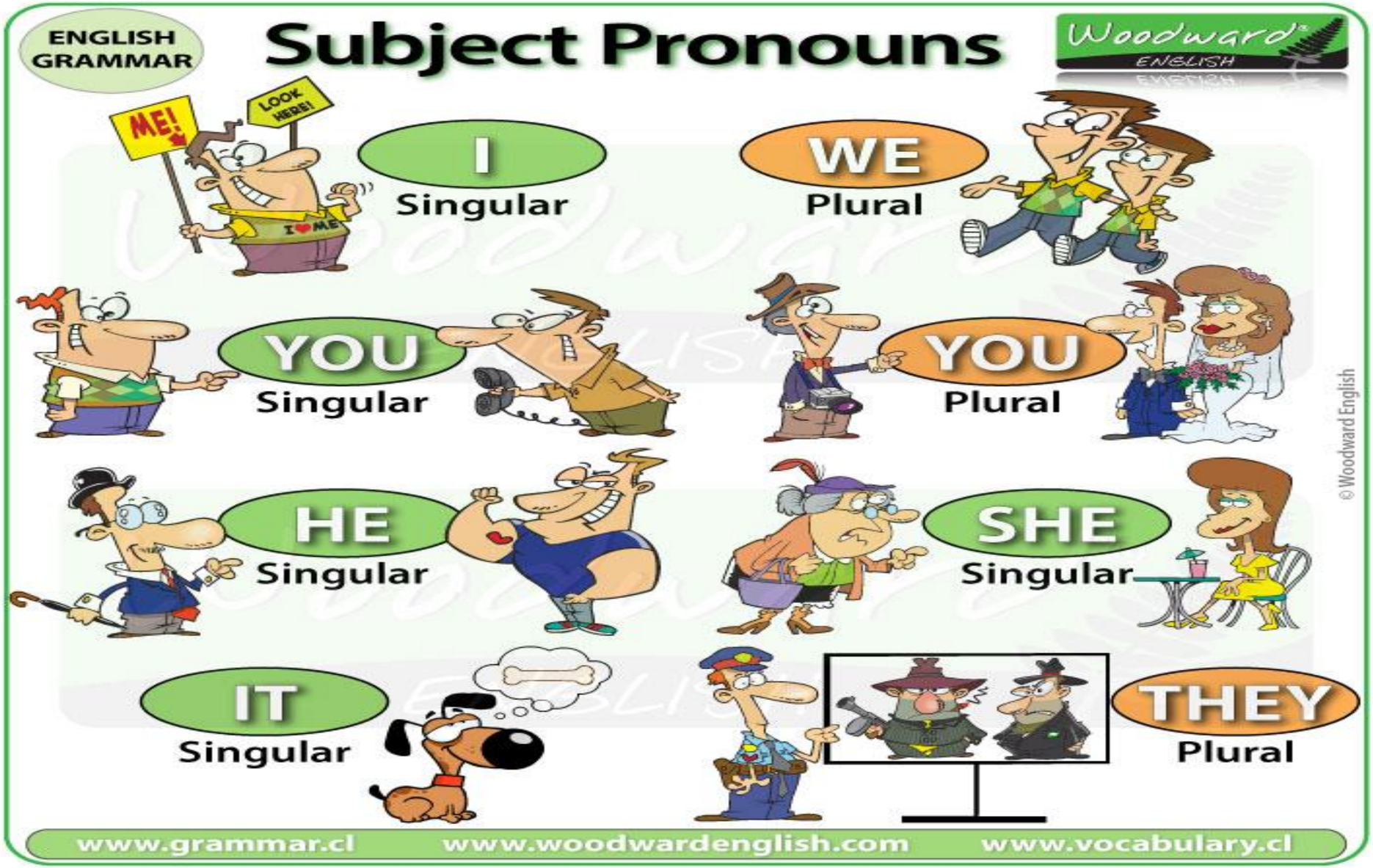
AP3: Ejecutar acciones que contribuyan a la mejora continua de los procesos de apoyo administrativo en salud articulando políticas institucionales y normativa.

RAP: Comprender información básica oral y escrita en inglés acerca de sí mismo, de las personas y de su contexto inmediato en realidades presentes e historias de vida.

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

Subject pronouns

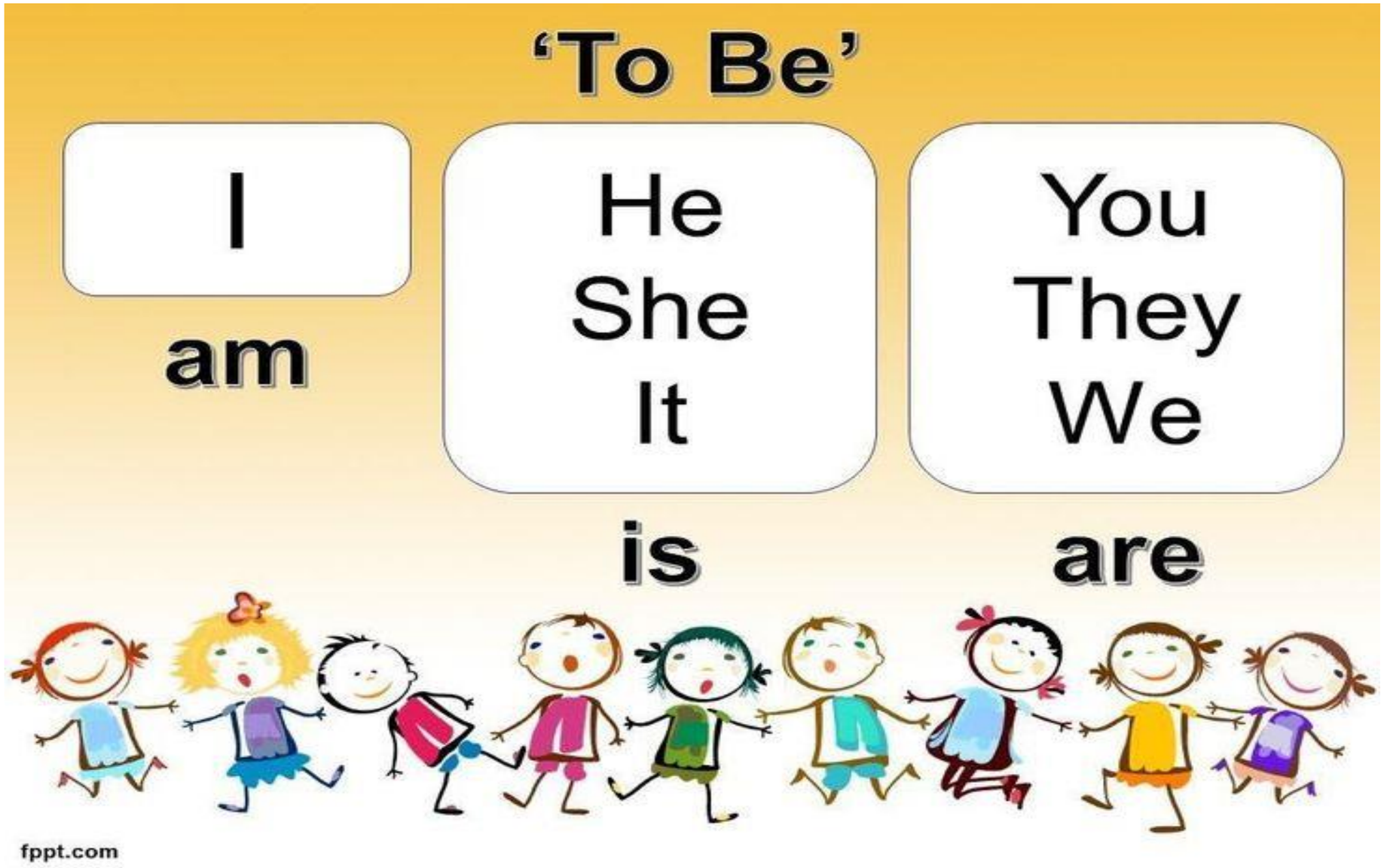


Fuente imagenes: woodwardenglish.com

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

To be



Fuente imagenes: pinterest

Present simple



Fuente imagenes: pinterest

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

Present simple

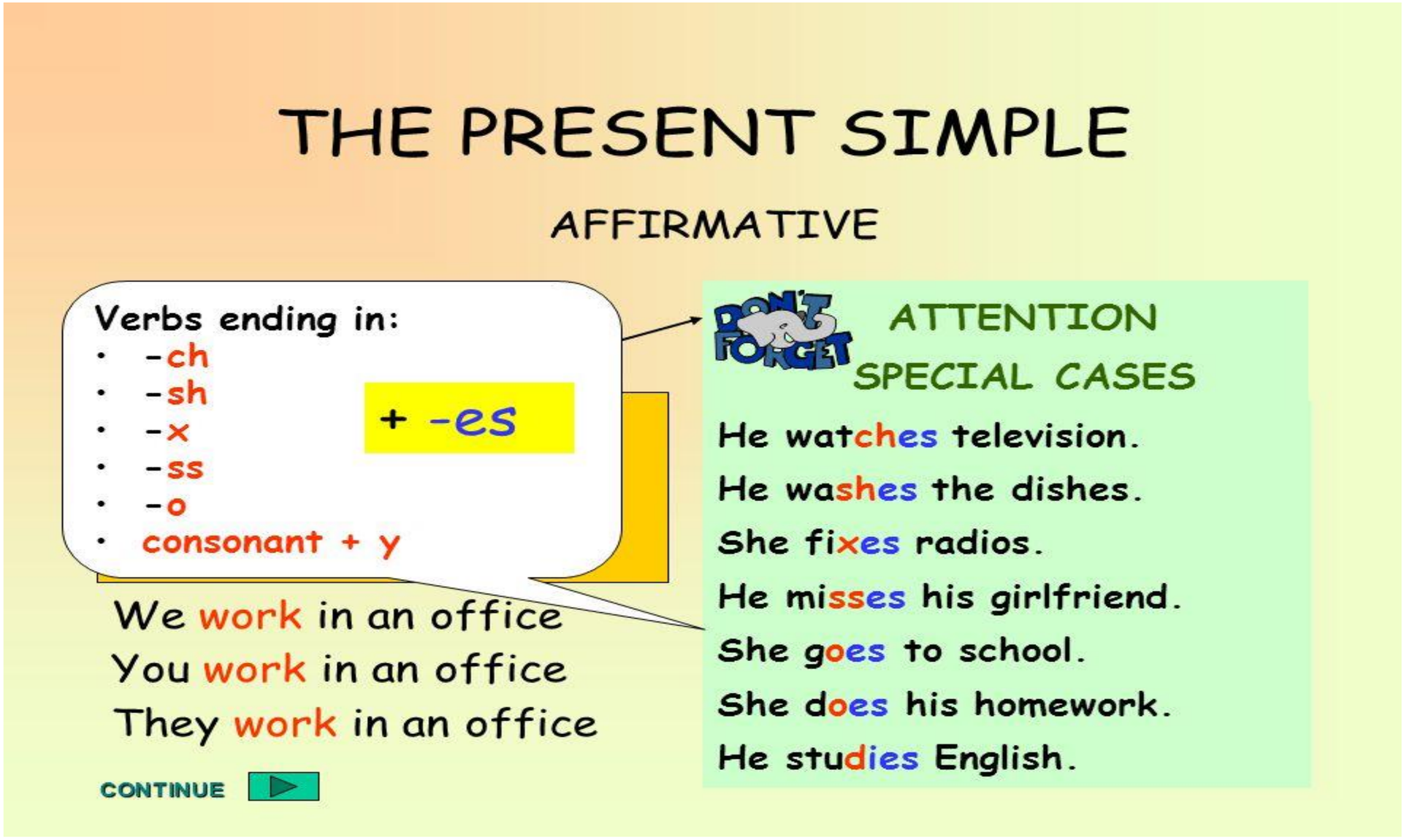


Fuente imagenes: pinterest

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

Present simple

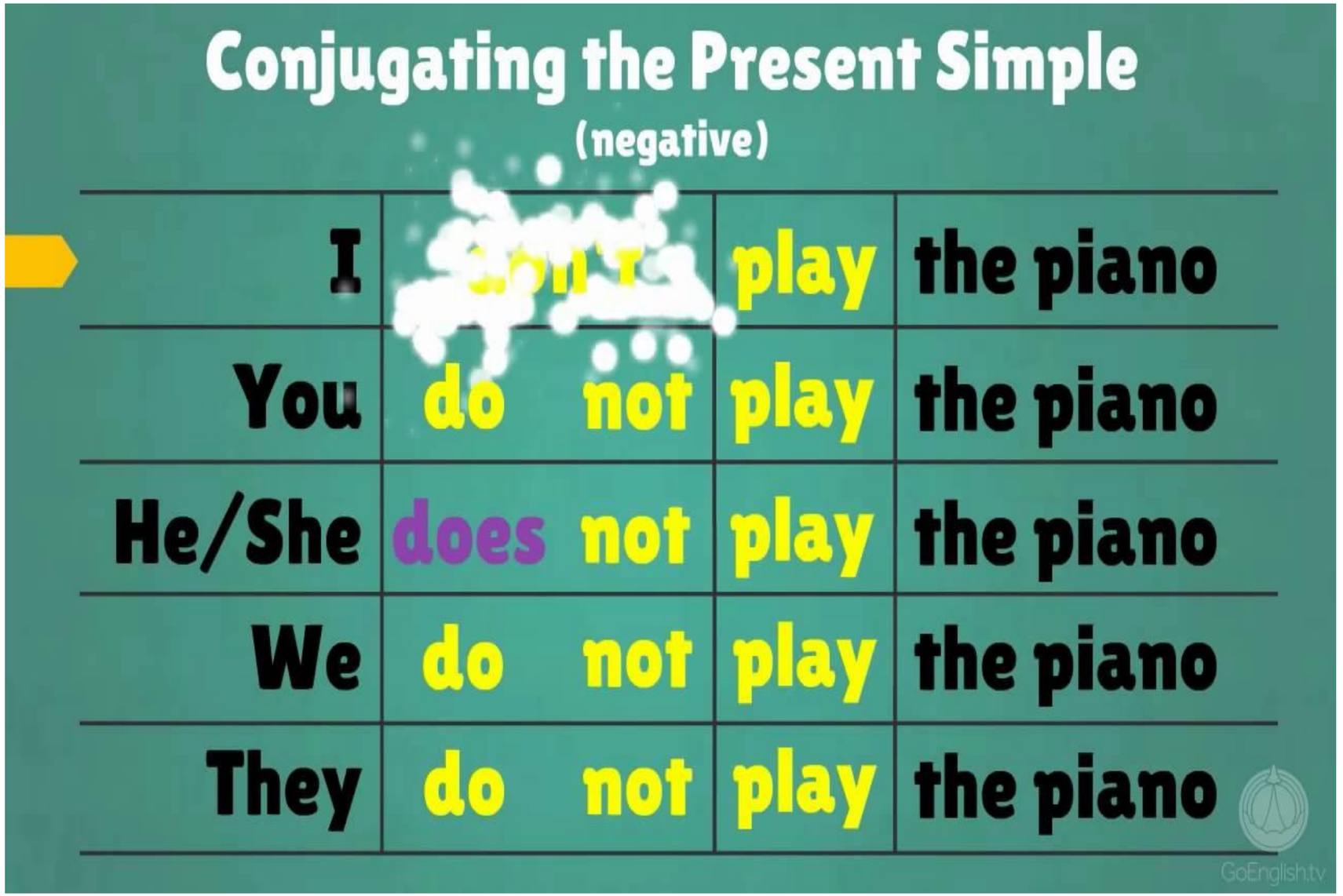


Fuente imagenes: pinterest

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.

Present simple



Fuente imagenes: pinterest

Present simple

Questions

Do/Does + Subject + verb?

(auxiliary)

Do	I you we they	drink	Water?
Does	he she It	drink	

?

Fuente imagenes: google

Actividad de Aprendizaje AA1

Identificar situaciones cotidianas y futuras a través de una interacción social oral.



Fuente imagenes: SENA

The Daily Routine of the Queen
https://www.youtube.com/watch?v=ZuXACPrJNHw&t=30s

Talking about Daily Routines
https://www.youtube.com/watch?v=JwGnCIsLOpU

Fuente imagenes: SENA



G R A C I A S

Línea de atención al ciudadano: 018000 910270
Línea de atención al empresario: 018000 910682

@SENAcomunica

www.sena.edu.co

Si su presentación requiere incluir el logo de una marca externa, deberá ubicarlo cómo se indica en las siguientes diapositivas:

A DAY IN THE LIFE OF AN ADSI STUDENT

FAVA - Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje
SENA - Servicio Nacional de Aprendizaje.

ESTRUCTURA DE CONTENIDOS

Pág.

Introducción..... 3

Mapa de contenido..... 4

1. Let's listen..... 5

2.1. Talking about daily routines..... 5

2. Let's talk..... 7

2.1 Describing habits..... 7

2.1.1. Asking about time..... 8

2.1.2. Asking about frequency..... 8

3. Let's read and write..... 9

3.1 Reading about types of programming languages..... 9

3.2 Making a comparison chart..... 10

4. Grammar points..... 12

4.1 Prepositions of time..... 13

4.2 Adverbs of frequency..... 15

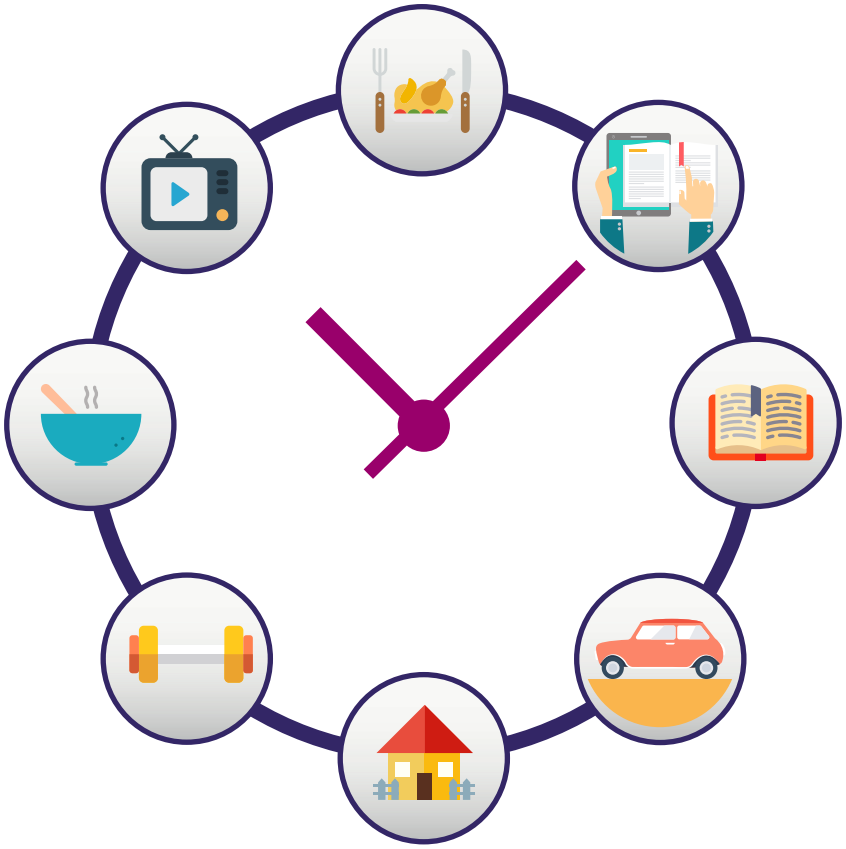
5. Vocabulary builder..... 16

Glosario..... 21

Bibliografía..... 22

Control del documento..... 23

INTRODUCTION

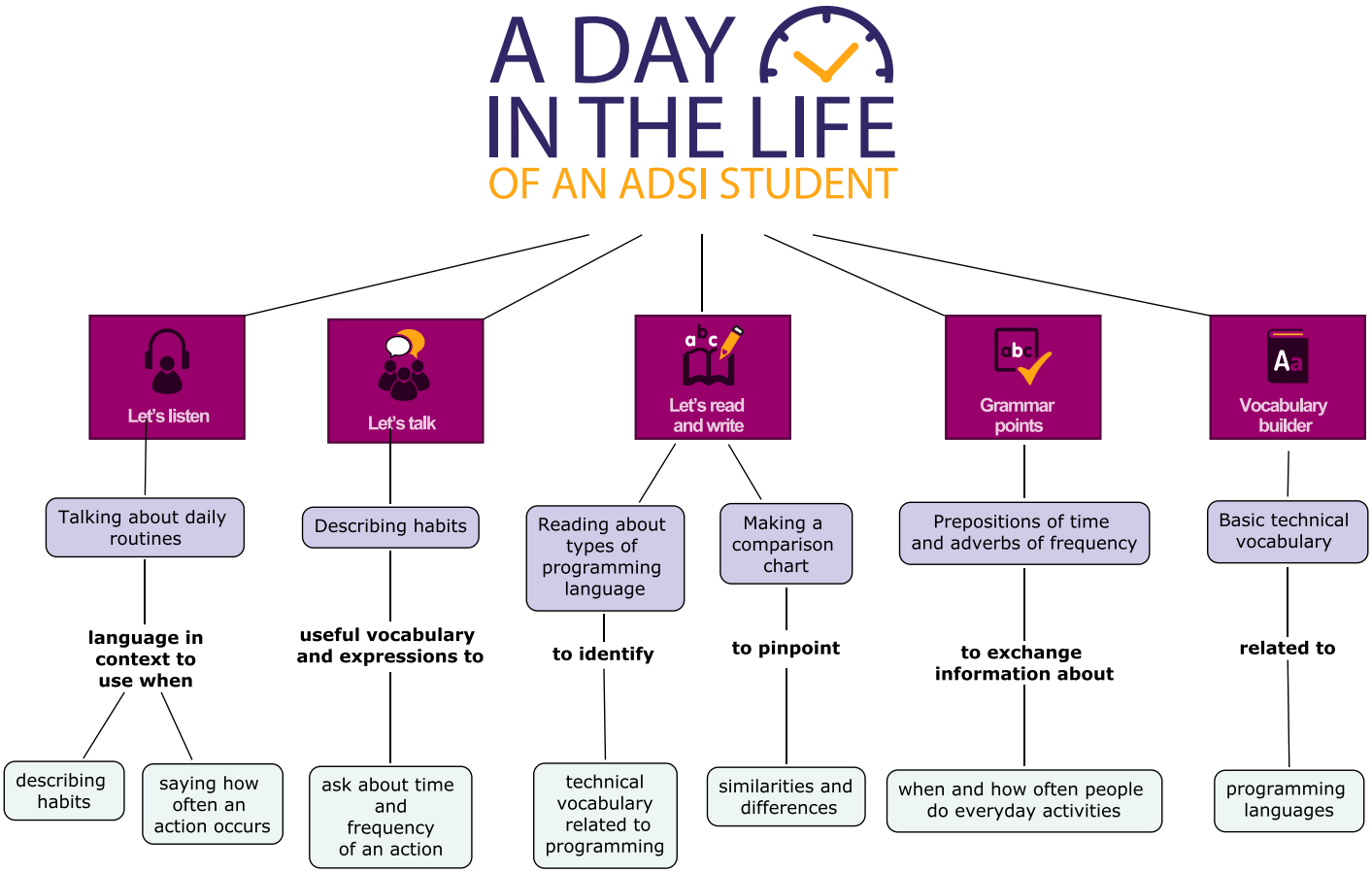


What is your daily routine like? Do you wake up very early in the morning to work out? Or are you a complete couch potato and like to spend the whole day lying on your bed watching your favorite movies and TV series?

Whatever your daily routine habits are, being able to talk about them in English is an essential part of communication as this information reveals a lot about what kind of person you are, what your lifestyle is like and what things you like to do as a regular practice.

Exchanging information about everyday activities is something people usually do when they start getting to know each other. It is a typical conversation starter. So, this time we will introduce some useful language you can use when talking to others about how you normally spend your day. Let's get started!

MAPA DE CONTENIDO



DESARROLLO DE CONTENIDOS

1. Let's listen

What is the first thing you do every morning?



Well, I bet you probably open your eyes and then immediately go to the kitchen and grab something to eat, right? Well, that's what I do. As soon as I get up, I have a big delicious breakfast. This is how my day usually starts.

You may already have learned some words for describing daily routines before, and most of them are very common words. But you need to know how to talk about your daily routine because it's routine and common. Since these are the things that you do every day, they're also things that you probably talk about and think about very frequently. Let's listen to a person talking about what she does in a regular day. Pay special attention to the actions she describes and the time and frequency in which every action occurs.

1.1. Talking about daily routines

A: Hi, Susana! How is it going? God, you look so tired!

B: Don't even mention it. I couldn't sleep last night. I have lots of work to do for my programming class.

A: Well, probably you need to make yourself a schedule to better manage your time.

B: I know! I have so many things to do that I don't know where to start.

A: I understand! Maybe I can help you make a daily schedule.

B: That would be great!

A: Ok, so start by describing what you do in a regular day.

B: Well, on weekdays, I always get up at 6:00 am and have a cup of coffee before taking a shower.



B: I watch the news while I get ready for work sometimes.

B: I normally leave home at 7:00 pm and go straight to the bus stop to wait for the bus to go to work.

B: The bus usually takes 30 minutes to go from where I live to the place where I work.

B: At work I have lots of things to do. I generally write emails, talk to clients, attend meetings and solve all sorts of problems.

B: I work in the morning shift so normally I'm out of office at 12:30 pm. After work I have my lunch and head to SENA to study at the library before going to class.

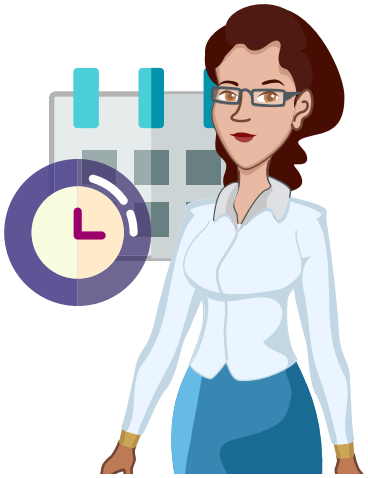
B: I go back home at 8:00 pm and try to get on time to have dinner with my family.
I always go to sleep at 10:00 pm.

B: And this what I do every day. I don't think I have much free time to do other kind of stuff such as exercising or watching movies.

A: Well, I think it's just a matter of organizing your schedule. Let' me work a little bit on it and I'll show it to you later.

B: Sounds good! I'll be waiting!

2. Let's talk

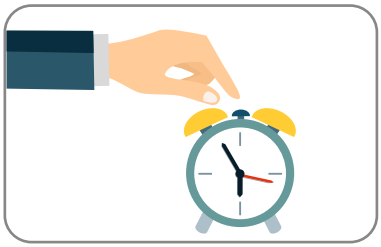


When talking about routines and habits, it is always important to be able to state when and how often you do things. In other words, you need to know how to communicate the time of occurrence and the number of times something happens within a particular period of time.

Let's check some common words and expressions people use to ask and talk about the things they do on a regular basis.

2.1. Every day actions

Here are some of the most common verbs related to the actions people do as part of their daily routine.



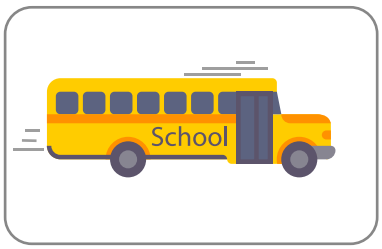
Wake up



Get up



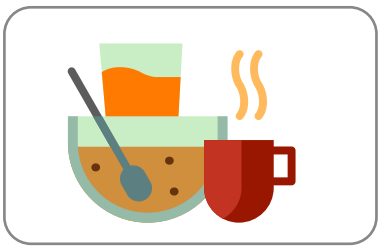
Go to work



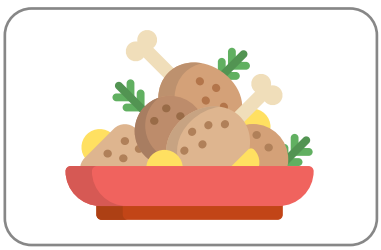
Go to school



Go to home



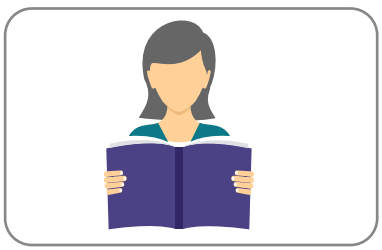
Have breakfast



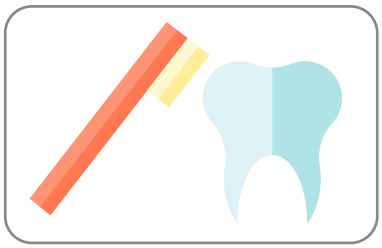
Have lunch



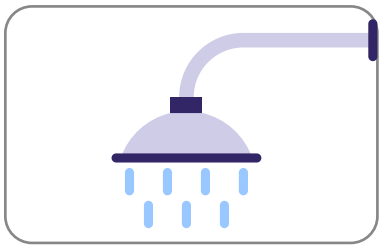
Have dinner



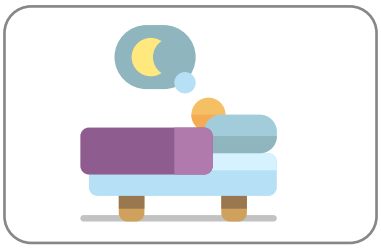
Do homework



Brush your teeth



Take a shower



Go to bed

2.2. Asking about time

To ask and answer about the time in which something happens you can use the following expressions.

How to ask	How to answer
▪ What time do you usually get up? ▪ What time do you normally start classes?	▪ I get up at 7:00 every day. ▪ I start class at 9:00 on Monday, and 10:00 on Thursday.
▪ What do you do after class? ▪ What do you do in the evening?	▪ Sometimes, I go to the library and study a little bit. ▪ I often play soccer in the evening.
▪ What time do you leave home?	▪ I leave my house at 8:00 and ride the bus to school.
▪ What do you do in the afternoon?	▪ I usually have lunch at 1:00. ▪ I finish class at 3:30 p.m.
▪ Until what time do you sleep on the weekends?	▪ On Saturday, I sleep in until 11:00.

2.3. Asking about frequency

To ask and answer about how repeatedly an action or event occurs you can use the following expressions:

How to ask	How to answer
▪ **How often** do you go to the movies?	▪ I go to the movies twice a week.
▪ **How often** do you brush your teeth?	▪ I brush my teeth three times a day.
▪ **How often** do you eat out?	▪ No often, I never go to eat at restaurants, I like eating home food.
▪ **How often** do you exercise?	▪ I rarely exercise. I'm not very fit.

3. Let's read and write



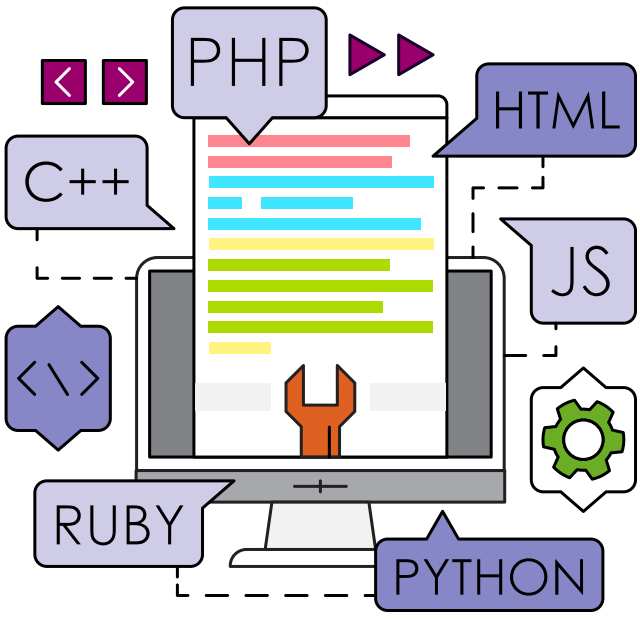
The development of a software project requires the use of specific technological equipment such as PCs, servers, printers, storage devices, as well as peripheral appliances. According to the pieces of equipment needed to run the software for your information system, you will be expected to create data sheets or fact sheets for every single gadget in order to specify their technical features.

As ADSI students, one of the things you need to be very familiar with is programming languages since they will be necessary to structure the set of instructions required for your information system to perform the tasks that you have previously defined for it. «A programming language is a special language programmers use to develop software programs, scripts, or other sets of instructions for computers to execute» (Definitions and Hope, 2017).

Let's read an interesting article by Nikhil Abraham (2017) on the subject of programming languages, in order to gain some knowledge on useful technical vocabulary related to the information systems analysis field.

The types of programming languages

Code comes in different flavors called programming languages. You can think of programming languages just like spoken languages, as they both share many of the same characteristics, such as:



Functionality across languages: programming languages can all create the same functionality similar to how spoken languages can all express the same objects, phrases, and emotions.

Syntax and structure: commands in programming languages can overlap just like words in spoken languages overlap. To output text to screen in Python or Ruby you use the print command, just like imprimer

and imprimir are the verbs for “print” in French and Spanish.

Natural lifespan: programming languages are born when a programmer thinks of a new or easier way to express a computational concept. If other programmers agree, they adopt the language for their own programs and the programming language spreads. However, just like Latin or Aramaic, if the programming language is not adopted by other programmers or a better language comes along, then the programming language slowly dies from lack of use.

Despite these similarities, programming languages also differ from spoken languages in a few key ways:

One creator: unlike spoken languages, programming languages can be created by one person in a short period of time, sometimes in just a few days. Popular languages with a single creator include JavaScript (Brendan Eich), Python (Guido van Rossum), and Ruby (Yukihiro Matsumoto).

Written in English: unlike spoken languages (except, of course, English), almost all programming languages are written in English. Whether they’re programming in HTML, JavaScript, Python, or Ruby, Brazilian, French, or Chinese programmers all use the same English keywords and syntax in their code. Some non-English programming languages exist, such as languages in Hindi or Arabic, but none of these languages are widespread or mainstream.

3.2. Making a comparison chart

One of the most effective ways to make meaning through reading technical content from your occupational area is by comparing and contrasting concepts to identify similarities and differences. One way to do this is by making comparison charts that help us to visualize how concepts, meaning or ideas can be alike or different.

In this section, we will focus on explaining how you can create comparison and contrast visual organizers as tools to improve reading comprehension and writing skills. We are going to base our comparison chart on the information provided in the previous reading about types of programming languages.

Compare and contrast diagram

Reading Quest

Making sense in social studies

Compare and contrast diagram

Concep 1	Concep 2

How Alike?

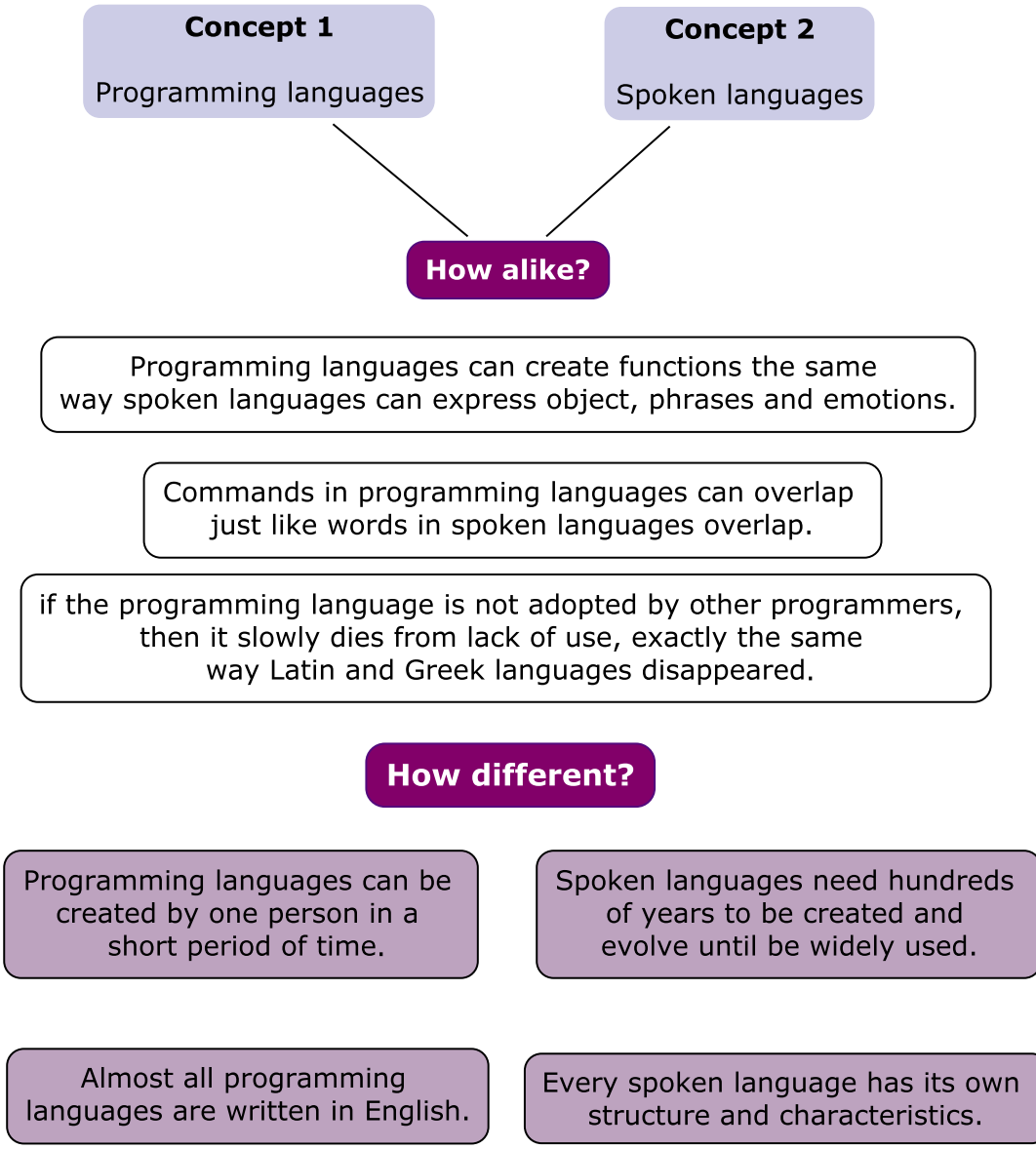
How Different?

	With regard to	

Permission granted for classroom use / All others inquire at rjones@virginia.edu

Readingquest
http://www.readingquest.org

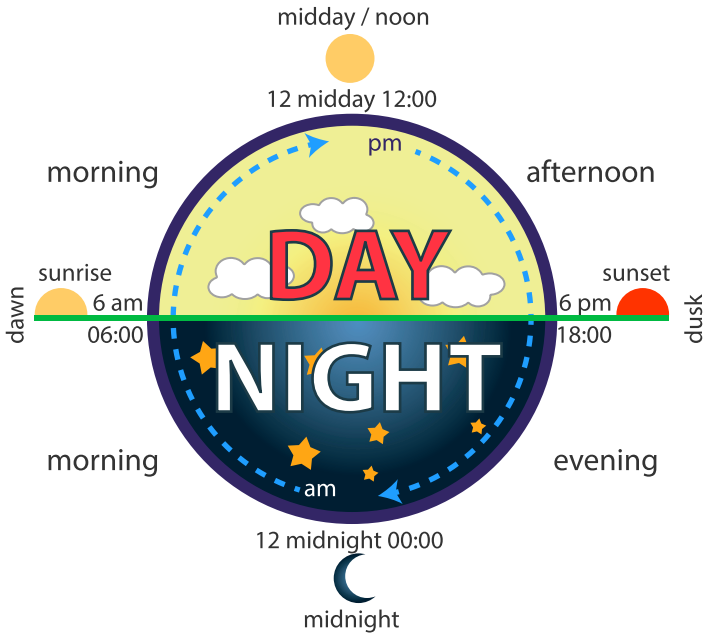
Compare and contrast diagram



4. Grammar points

When describing day-to-day routines and habits you will surely need to make references to time periods and frequency as you need to communicate others when and how often you do those activities. This is why, in this grammar section, we will have a close look at how to use prepositions of time and adverbs of frequency. Try to stay focused on identifying the especial cases in which a certain time preposition should be used and in what position frequency adverbs should come in sentences.

4.1. Prepositions of time



People use many different prepositions to talk about time. Here we are looking at the most common ones: in, on and at.

Using the right prepositions according to the right period of time is a matter of repeated and constant practice. Let's check when prepositions of time are used.

At

	Examples
For specific times (hour/minutes)	• I get up **at** 6 o'clock. • My programming class starts **at** 11:00 am. • She starts work **at** 7:15 am. • I go to bed **at** midnight.
For midday/midnight	• I go to bed **at** midnight. • They usually have lunch **at** midday.
For a holiday period of two or more days	• People normally get together with their relatives **at** Christmas? • I don't eat meat **at** Holy Week.

Be careful!
People say **AT night** not **IN the night.**

In

For months and seasons

- My birthday is **in** February.
- It's too hot **in** Summer here at Barcelona.
- The company was founded **in** September this year.

For years and centuries

- My sister was born **in** 1987.
- Obama was President of the United States in 2012.
- World War I was **in the** 19th century.

Notice that in English seasons and months of the year always start with capital letter: Summer, Winter, September, etc.

On

For specific days and dates



- I have English class **on** Wednesdays.
- They started working at the company **on** Monday the 11th.
- We get paid **on** the 30th of every month.
  I ate too many grapes **on** Christmas' eve.

Compare:

Colombia's National day is in July.
(I don't mention the day - only the month)

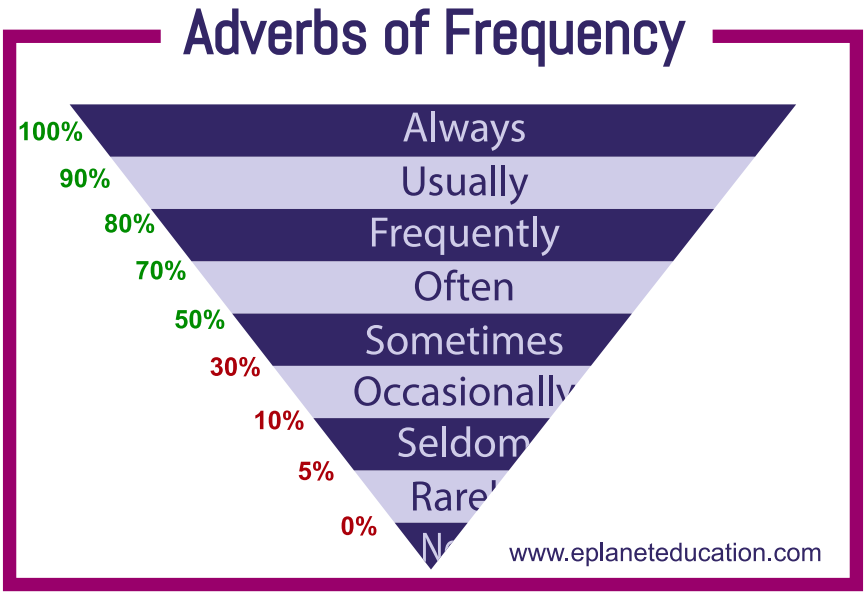
Colombia's National day is on July 20th.
(I mention the day - the order is not important).

No preposition

- **When using the following expressions:** today, tomorrow, yesterday, this morning, tonight, last, next, every.

4.2. Adverbs of frequency

People use adverbs of frequency – like usually or never – to say how often they do things, or how often things happen.



Fuente: (E-planet Educational Services, 2017).

4.2.1. The position of the adverb in a sentence

When using frequency adverb, you must be careful with the position in which you place them in a sentence. Usually, adverbs of frequency go before the main verb (except for the verb TO BE). Let's see how they work!

Notice:

The adverbs usually, normally, often, frequently, sometimes and occasionally can be placed at the beginning of a sentence.

Subject + **adverb** + **main verb** = I **usually get up** at 6:00 am on weekdays.

Subject + **To be** + **Adverb** = They **are always** busy.



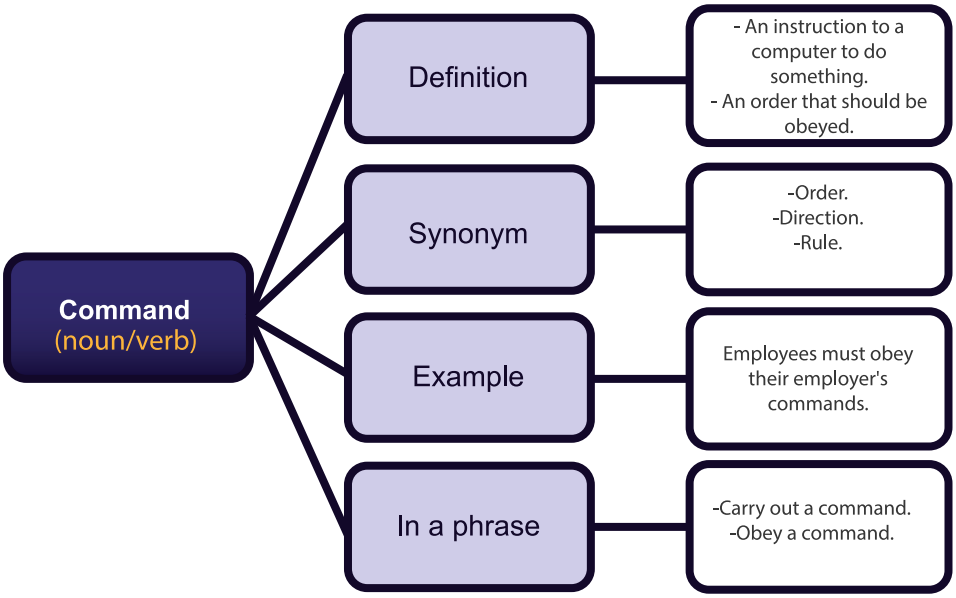
BUT the adverbs always, seldom, rarely, hardly, ever and never cannot be placed at the beginning of a sentence.

5. Vocabulary builder

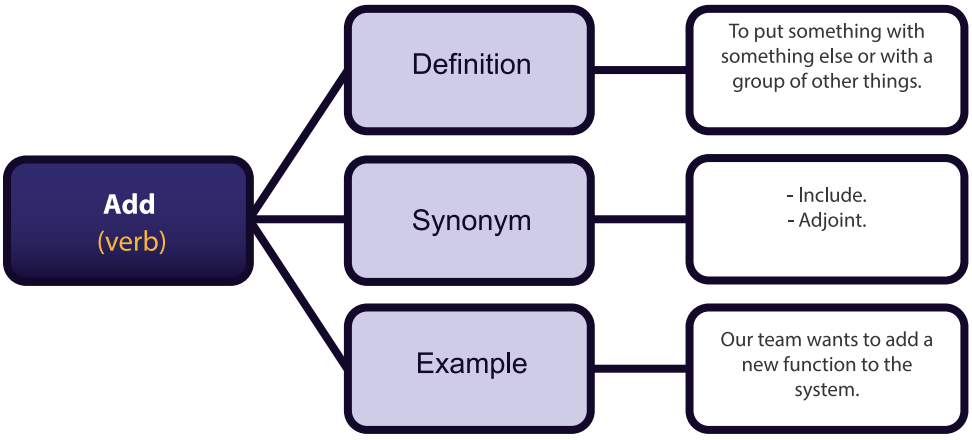
In this final section, we have prepared a selection of useful English words used typically as commands in programming language structures. You will probably find these words handy when needing to write some code.

Pay special attention to the context in which each word is used and work on expanding your vocabulary by learning the synonyms and phrases that appear along with each term.

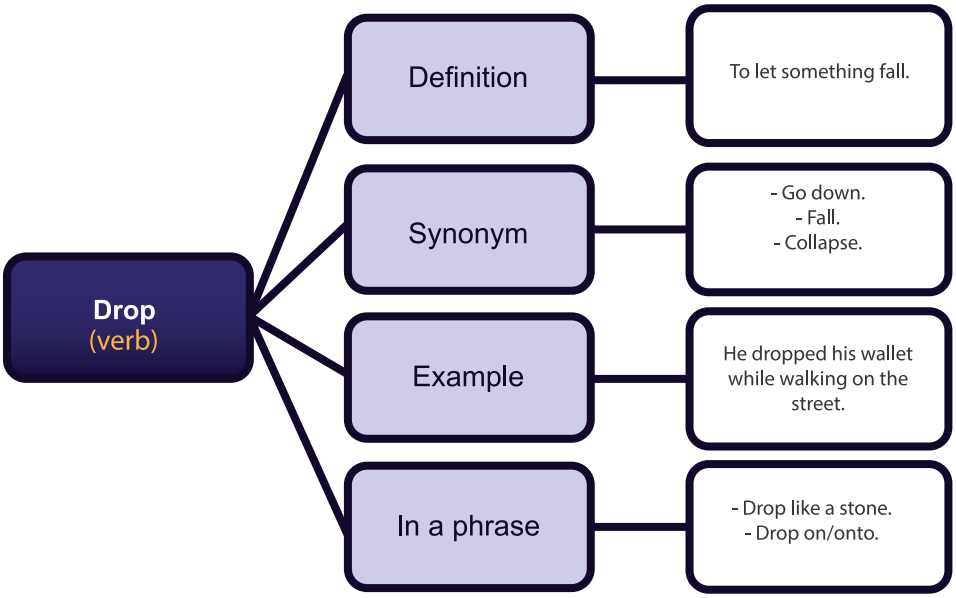
5.1. Command



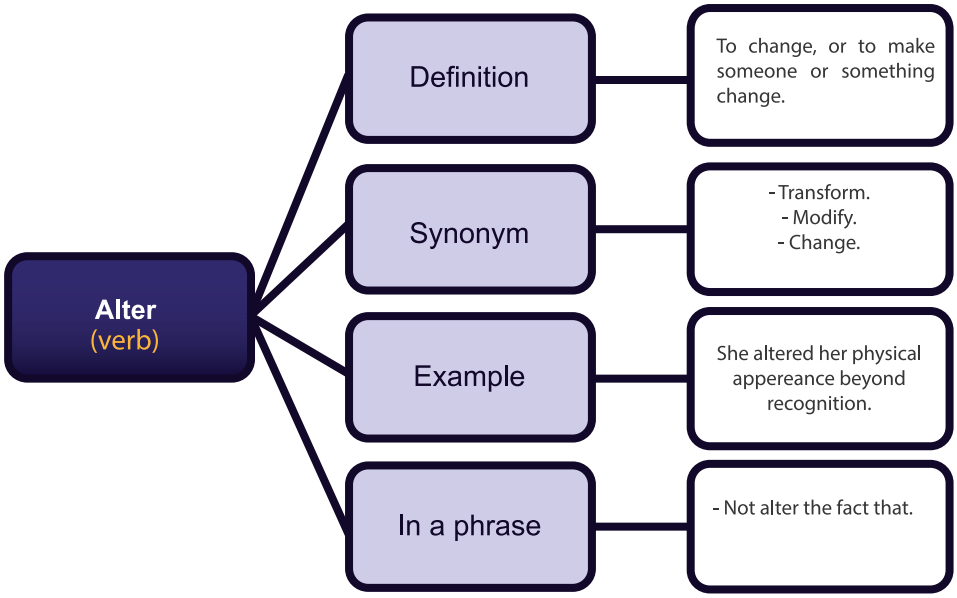
5.2. Add



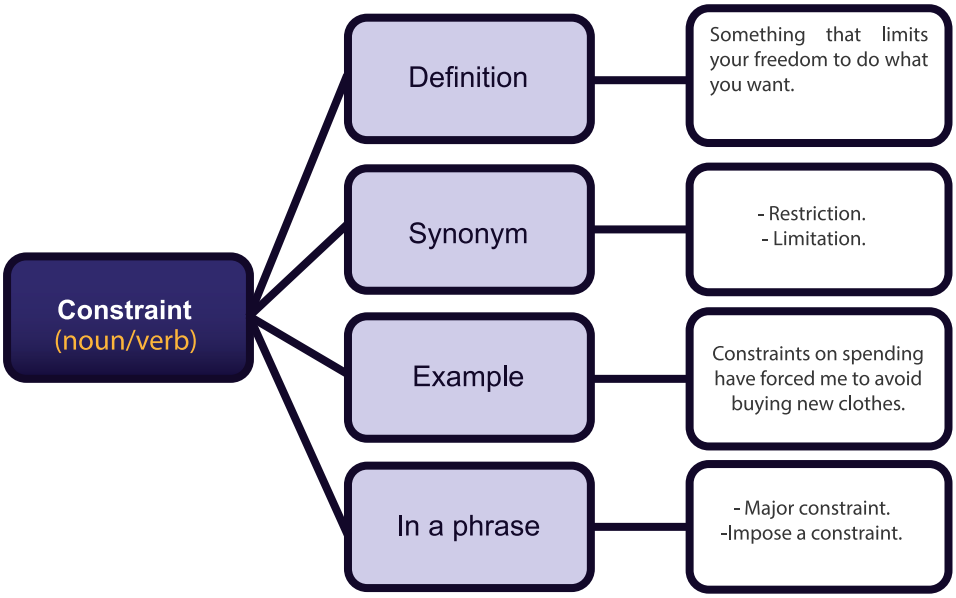
5.3. Drop



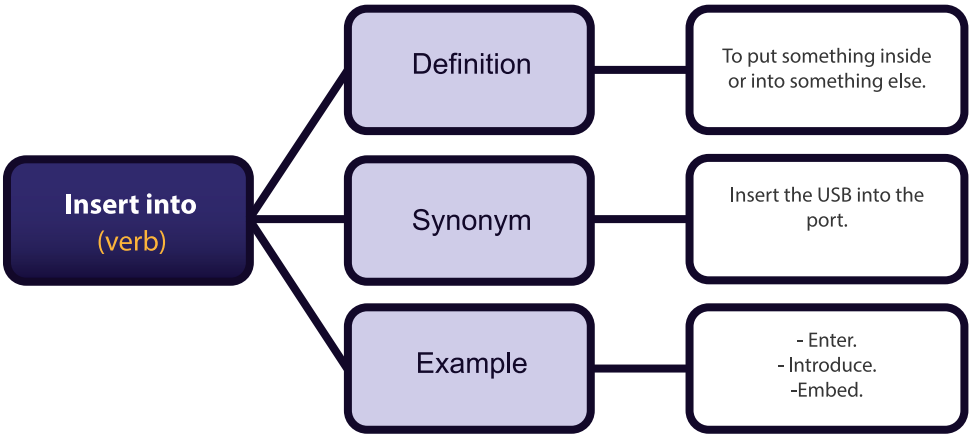
5.4. Alter



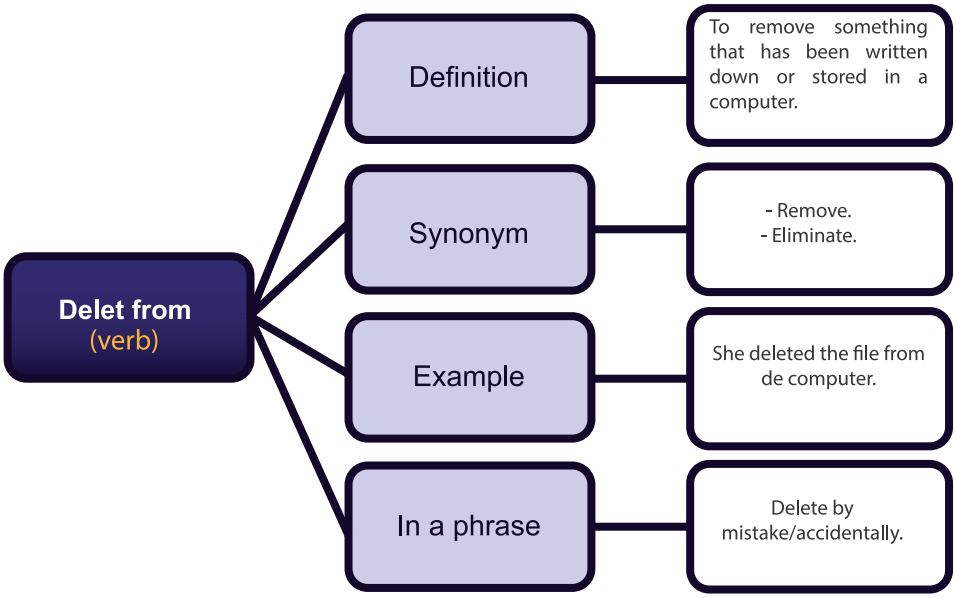
5.5. Constraint



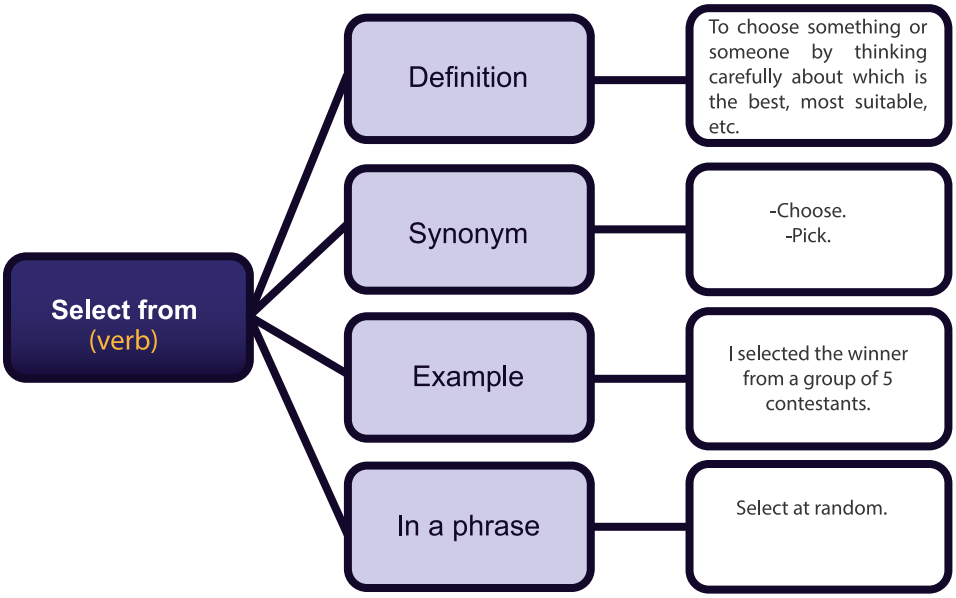
5.6. Insert into



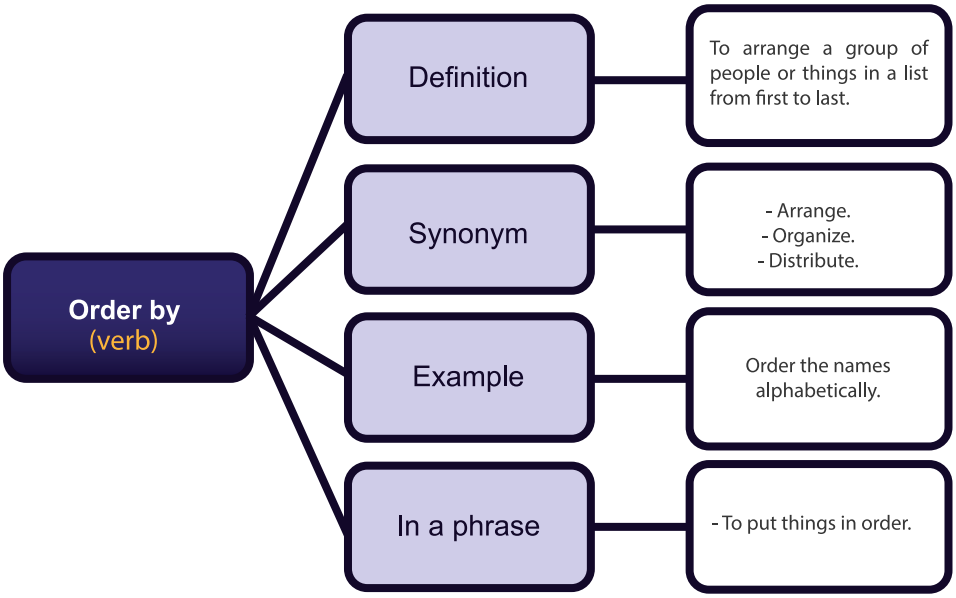
5.7. Delet from



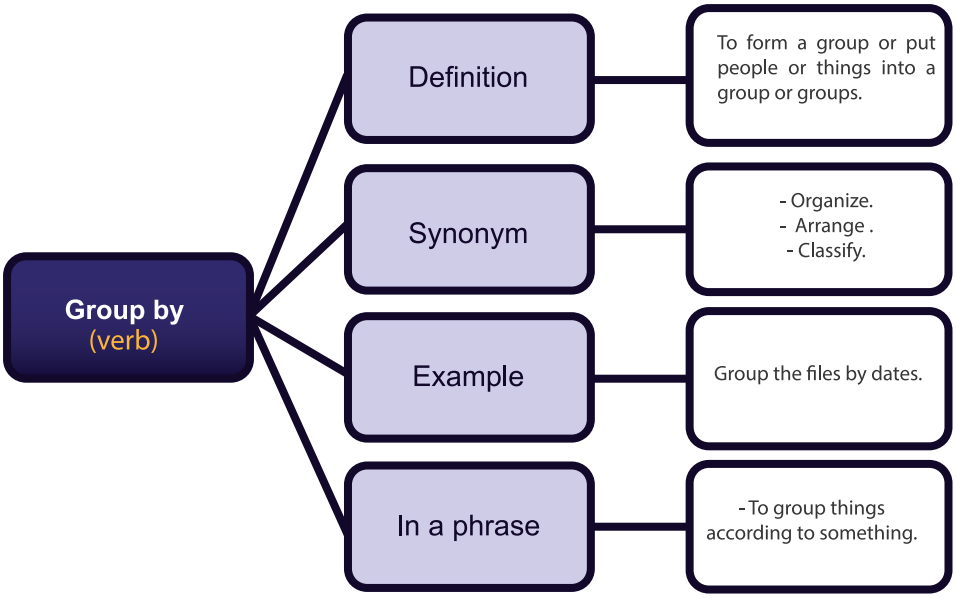
5.8. Select from



5.9. Order by



5.10. Group by



GLOSARIO

Add (verb): To put something with something else or with a group of other things.

Adverb (noun): A word that gives more information about a verb, adjective, phrase, or other adverb. In the sentence 'He speaks slowly', 'slowly' is an adverb.

Alter (verb): To change, or to make someone or something change.

Command (noun/verb): An instruction to a computer to do something. An order that should be obeyed. To give an order.

Constraint (noun- verb): Something that limits your freedom to do what you want.

Daily (adverb): Happening or made every day or once a day.

Delete from (verb): To remove something that has been written down or stored in a computer.

Drop (verb): To let something fall.

Group by (verb): To form a group or put people or things into a group or groups.

Habit (noun): Something that you often do, almost without thinking about it.

Insert into (verb): To put something inside or into something else.

Order by (verb): To arrange a group of people or things in a list from first to last.

Preposition (noun): A word that is used before a noun, pronoun, or gerund to show place, time, direction etc. In the phrase 'the bike is on the road', 'on' is a preposition.

Routine (noun): The things that you do every day at the same time.

Select from (verb): To choose something or someone by thinking carefully about which is the best, most suitable, etc.

BIBLIOGRAFÍA

Cambridge Dictionary | Free English Dictionary, T. (2017). *Cambridge Dictionary | Free English Dictionary, Translations and Thesaurus. Dictionary.cambridge.org.* Recuperado de http://dictionary.cambridge.org/us

Collocation examples, Usage and Definition | collocation dictionary. (2017). Oxforddictionary.so8848.com. Recuperado de https://goo.gl/8xJhoS

Definitions, P. and Hope, C. (2017). *What is a Programming Language?*. Computerhope.com. Recuperado de https://www.computerhope.com/jargon/p/proglang.htm

dummies. (2017). *The Types of Programming Languages - dummies*. Recuperado de http://www.dummies.com/programming/the-types-of-programming-languages/

English dictionary with synonyms, examples and English translator. (2017). *Englishdictionary.education.* Recuperado de http://englishdictionary.education/

Learn English Grammar: *Adverbs of Frequency - E-planet Educational Services. (2017). E-planet Educational Services.* Recuperado de https://www.eplaneteducation.com/adverbs-of-frequency

LearnEnglishTeens. (2017). Adverbs of frequency. Recuperado de https://goo.gl/zTbbuv

Thesaurus.com - The world's favorite online thesaurus!. (2017). *Thesaurus.com.* Recuperado de http://www.thesaurus.com

CONTROL DEL DOCUMENTO

CONSTRUCCIÓN OBJETO DE APRENDIZAJE

A DAY IN THE LIFE OF AN ADSI STUDENT	
Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnología de la Información. Regional Distrito Capital.	
Experto temático:	Ingrid Carolina Flórez Urzola
Centro Industrial de Mantenimiento Integral - CIMI Regional Santander	
Líder línea de producción:	Santiago Lozada Garcés
Asesores pedagógicos:	Rosa Elvia Quintero Guasca Claudia Milena Hernández Naranjo
Diseño multimedia:	Oscar Julian Marquez Sanabria
Programador:	Francisco José Lizcano Reyes
Producción de audio:	Martha Lucia Chaves Niño Víctor Hugo Tabares Carreño

creative commons

BY NC SA

Este material puede ser distribuido, copiado y exhibido por terceros si se muestra en los créditos. No se puede obtener ningún beneficio comercial y las obras derivadas tienen que estar bajo los mismos términos de la licencia que el trabajo original.

Tecnólogo en Gestión Logística



Strategic framework: developing guidelines

CC BY NC SA

Tabla de contenido

Introducción ***1***

Mapa conceptual ***2***

1. Developing guidelines **2**
Vision 2
Mission 2
Objectives 3
Goals 3

2. Logistics vocabulary **4**
Greetings 7

3. Cómo traducir un texto ***7***

Referencias ***10***

Introducción

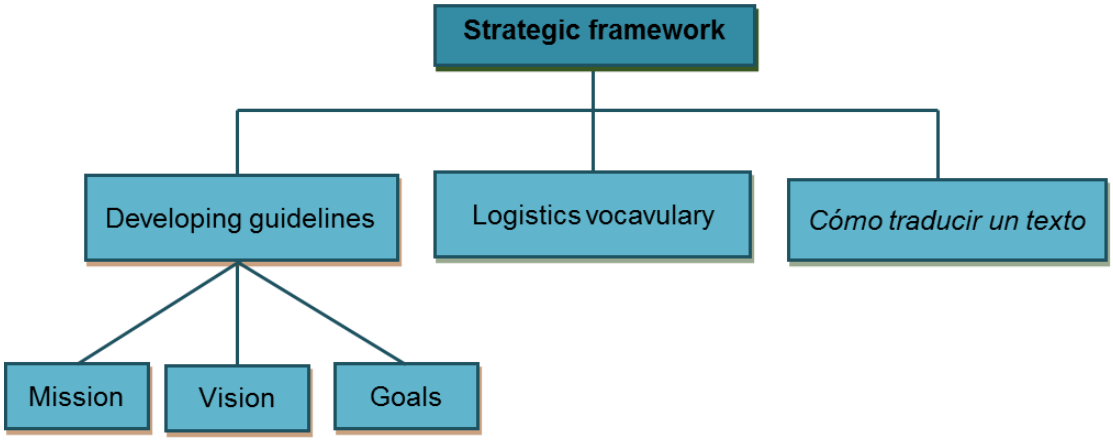
La traducción tiene gran trascendencia en el mundo de los negocios, dado que el bilingüismo está siempre presente en la vida del ser humano y las empresas importan y exportan constantemente. Es importante en este campo cuidar y respetar la lengua que va a ser traducida para transmitir el mensaje correctamente.

Es así que, conocer los lineamientos como la misión, la visión y los objetivos de una empresa, son relevantes, ya que permiten entender y dar a conocer hacia dónde va, quién es y qué quiere hacer una empresa para que se dé un buen entendimiento entre las partes, logrando así negociaciones exitosas.

En esta sección se trataran temas como la forma de elaborar dichos lineamientos y algunas pautas para hacer una buena traducción.

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación.



1. Developing guidelines

*Los términos **misión, visión, metas y objetivos** tienen gran importancia en la literatura de la gerencia; comprenderlos no sólo llevarán a una persona a obtener el significado conceptual siendo asociado a ellos, sino que también se constituyen en un conocimiento que será complementario en muchas formas.*

Siendo utilizados en una empresa, los términos citados tienen mucho que ver con el negocio, y tienen un impacto significativo en el éxito a corto y largo plazo de un negocio, incluyendo su desempeño y procesos.

Vision

Vision refers to an image or a concept. It's the ability to anticipate possible future events and developments with imagination and wisdom. Vision in management literature, may be defined as a mental image of a business manager for possible and desirable future of an organization. It may also be defined as a strong belief of a manager about the specific course of action for the business organization. To put it simply, vision refers to where an organization wants to be in the future.

Mission

It is not that an organization is formed in a vacuum or with no purpose it stands. Of course, it has a reason for its existence which is specific. It runs based on it. The

purpose is known as mission. It may be mentioned in a few words, such as, producing goods or providing services and so the objectives are communicated through the mission statement. The Mission of an organization is the base and it is that the strategies are built upon. It focuses on the purpose of an organization through a statement describing the reason of an organizational existence - It answers the question why the organization has been established.

La misión y la visión están relacionadas con el propósito de una organización, y esto está comunicado en alguna forma escrita. Los dos términos son declaraciones que dan respuesta acerca de quién se es, el valor que se tiene, hacia dónde se dirige y lo que se quiere ser en el futuro en el campo de los negocios

Objectives

Objective in general indicates a place where you want to reach. In organizational literature it means the aim which an organization tries to achieve. Objectives are generally in plural form. Objectives are predetermined; they provide clear direction to the activities and results to be obtained from the planning process. Objectives must be **SMART (Specific, measurable, achievable, realistic and timely).** Objectives must be clearly defined, so that the works become goal-oriented and the unproductive and unsystematic tasks can be avoided.

Goals

A Goal is simply something that somebody wants to achieve. The synonyms of goal are: **aim, ambition, purpose, target and objective***.* Simply speaking, goal refers to the purpose towards which the efforts are made or endeavors are directed. Goal has a timeframe which is generally long term. So, it's a long term plan.

At this stage, it is important to differentiate between the terms objective and goal, because the words, objective and goals seem to be synonymous, but, in fact, they are not. It does not matter much which word you call goal and which word you call objective if you are consistent in your own use and understand its relevance or applicability. However, if there are words in English that are confusing, especially to the students, objective and goal are the ones among them. It's therefore important to understand them so as to avoid the confusion.

As Stated above, the words, objective and goal seem to be one and the same, as they express that a person wants to achieve something and as such both reveal the desired outcome. However, what differentiates between them basically is the time frame. And the objectives, being specific, support in the attainment of a goal.

For example, If a person wants to do a PhD course in Computer Science, it is regarded as his goal, whereas in the attainment of this his goal, he needs to fulfill several objectives, such as, preparing synopsis or extract of his chosen topic out of the given topics and submitting it for the concerned professors or panel of professors for the approval within certain time duration or limit. Once, the topic is approved, he needs to write and compile his thesis following the research methodology guidelines as to how to arrange it for review and perusal. Finally, he is required to prepare for the personal presentation and get the degree after the thesis being approved. For doing all these, you will have observed that a PhD Scholar has to fulfill the objectives within the time boundaries. In this way, objectives are specific and timely and measurable while the goal is generic and may not be strictly measurable. When it comes to understand the difference between these words in relation to an organization, it may be said that goals are broader while the objectives are narrower - being set for certain tasks in particular.

2. Logistics vocabulary

- **ABC inventory:** *inventario ABC.*
- **Activities in parallel:** *actividades en paralelo.*
- **Aggregate operations plan:** *plan agregado de operaciones.*
- **Aggregate production plan***: plan agregado de producción.*
- **Arrival rate:** *tasa de llegada.*
- **Best practices:** *mejores prácticas.*
- **Bottleneck analysis:** *análisis de cuello de botella.*
- **Bottleneck:** *cuello de botella*.
- **Budget:** *presupuesto*.
- **Capacity management:** *administración de la capacidad.*
- **Capacity planning:** *planeación de la capacidad.*
- **Capacity utilization rate:** *tasa de utilización de la capacidad.*

- **Capacity:** *capacidad.*
- **Components of demand:** *componentes de la demanda.*
- **Cost reduction:** *reducción de costos.*
- **Critical Path Method:** *Método de la Ruta Crítica.*
- **Demand forecast:** *pronóstico de la demanda.*
- **Demand:** *demanda.*
- **Distribution centers:** *centros de distribución.*
- **Efficiency:** eficiencia.
- **Ergonomics:** ergonomía.
- **Facility location:** ubicación de planta, localización de planta.
- **Flexible manufacturing systems:** sistemas flexibles de manufactura.
- **Flow diagram:** diagrama de flujo.
- **Forecasting:** pronósticos.
- **Gap analysis:** análisis de brecha.
- **Inventory control:** control de inventario.
- **Inventory planning**: planeación de inventario.
- **Inventory systems:** sistemas de inventario.
- **Inventory:** inventario.
- **Job design:** diseño del trabajo.
- **Just in time:** justo a tiempo.

- **Key performance indicators:** *indicadores clave del desempeño.*
- **Lean manufacturing:** *manufactura esbelta.*
- **Learning curves:** *curvas de aprendizaje.*
- **Line balancing:** *balanceo de línea.*
- **Line:** *línea (de producción).*
- **Material requirements planning:** *planeación de requerimientos de materiales.*
- **Overproduction:** *sobre producción.*
- **Pareto analysis:** *análisis de Pareto.*
- **Production costs:** *costos de producción*.
- **Raw materials:** *materias primas.*
- **Retailer:** *minorista.*
- **Supplier:** proveedor.
- **Supplies:** suministros.
- **Supply chain strategy:** estrategia de la cadena de suministros.
- **Supply chain:** cadena de suministro.
- **Theory of constraints:** teoría de restricciones.
- **Volatility of demand:** volatilidad de la demanda.
- **Wait time:** tiempo de espera.
- **Waiting line management:** administración de líneas de espera.
- **Wholesaler:** mayorista.

Greetings

Independientemente del idioma que se hable es muy importante conocer la manera de saludar a los demás. Una simple expresión de cortesía facilita la interacción con otras personas en cualquier contexto.

Say hello informally	**Say hello formally**
• Hi. • Hello. • Morning! • Afternoon! • Evening!	• Good morning. • Good afternoon. • Good evening.
Ask about somebody	**Respond**
• How are you? • How are things?	• Fine, thanks. • OK, thanks. • Not bad, thanks.
Say goodbye	
• Bye. • Goodbye. • See you (later) • See you on Friday. • Goodnight	

3. Cómo traducir un texto

Traducir correctamente no sólo implica convertir las palabras de un idioma al otro, sino que requiere de todo un análisis para usar los términos correctos.

A continuación algunos consejos útiles para traducir un texto:

- ***Interpretar en el orden correcto***

  Se identifican:
  - *Objeto de la frase.*
  - *Atributos del objeto.*

- ***Términos 100% precisos***

  Se tiene que asegurar que los términos sean correctos, si no, se cambiaría el sentido de la frase.

- ***No confundir palabras técnicas con communes***

  Se debe tener un criterio extra, es decir, ampliar nuestro vocabulario y aprender palabras extras. Los términos técnicos son traducidos teniendo en cuenta el contexto en el cual se encuentran.

- ***Póngase en el lugar del lector***

  El proceso requiere de pasos importantes como traducir, releer, si hay cosas que no se comprenden o no son coherentes a la hora de leer, hay que corregir, luego volver a releer y ajustar.

- ***Aprender el dominio mientras se traduce***

  Es mucho más fácil traducir un texto cuando se tiene el conocimiento del tema. Es importante cuando se aprende y se comprende el contexto y los contenidos del tema a traducir.

- ***Términos que no existen en español***

  Los términos que no existen en español, no deben ser forzados a ser traducidos, por lo tanto es recomendable colocar entre paréntesis la palabra en ingles a manera de guía para el lector.

- ***Traducción de siglas***

  Las siglas en ingles no se pueden traducir a español, así que lo recomendable es dejarlas tal cual como están en inglés, sin traducción.

- ***Qué hacer frente a un término desconocido***

  En este caso se busca la palabra sola, y si no aparece su significado, se busca con una palabra que tenga relación con el contexto de la oración, y así sucesivamente.

- ***No confiar en otras traducciones***

  Hay muchas traducciones ya hechas, pero están mal elaboradas. Lo recomendable es basarse en la lógica y el criterio propio.

- ***Usar buen español***

  Es de suma importancia conocer bien nuestra lengua maternal para así realizar una excelente traducción.

Referencias

- Fareed Siddiqui, BBA, MBA-Fin, MPhil-Fin, (PhD). (2015). *Defining the* Fareed Siddiqui, BBA, MBA-Fin, MPhil-Fin, (PhD). (2015). *Defining the terms: Vision, Mission, Goals and Objectives*. Consultado el 08 de agosto de 2016, en https://www.linkedin.com

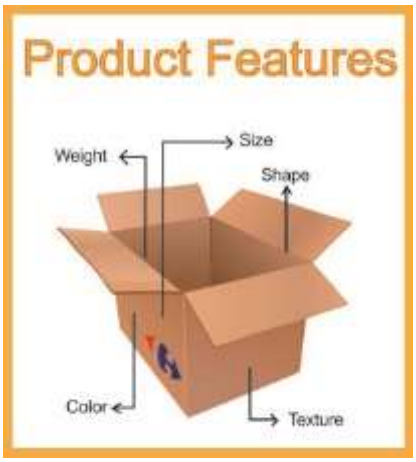
- González, V. (2014). *10 consejos para una mejor traducción técnica*. Consultado el 06 de agosto de 2016, en https://prezi.com

- Freebairn, I., Bygrave, J., Copage, J. (2009). *Up beat starter, students' book.* Pearson and longman.

- Spanish. Learn Spanish Grammar. (2016). *Logistics Spanish Word List.* Consultado el 08 de agosto de 2016, en http://spanish.celeberrima.com

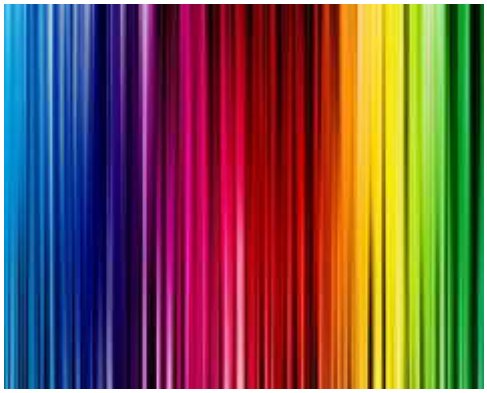
Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Ismari Herrera Jerez	Experta técnica	Centro de Servicios Empresariales y Turísticos. Regional Santander	Agosto de 2016
Adaptación	Luz Clarena Arias González	Guionista - línea de producción	Centro Agroindustrial Regional Quindío	Agosto de 2016



Introduction

Product attributes can be tangible or intangible. Tangible ones are associated with the senses, with all that can be felt: shape, color, texture, etc.



Intangible ones are those that cannot be felt; examples of these are attributes of security, benefits and other services.

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.



These features have to do with acceptance so that they must be properly implemented in order to show consumers a really positive image of the product or brand.

Design

Consumers buy products not only to meet a specific need, but also to get pleasure from its use, an aspect that involves values related to affection. This is why when referring to design we must focus on the world as it is today and take into account technological advances apart from the rough design (i.e.: the elemental handmade). In this way, the product includes new elements that affect the future projection and daily lifestyle.



Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Styling of the product in the design works as an innovation. This means that although the product may not be new, we can re-create it on the outside. This happens for two reasons: first, because the product met its life cycle (i.e. is at a stage of decline and needs to position itself in the market). The second reason is that the product will be replaced or its use is not the same and needs changes to look better and appealing to the public.



Brand

The brand refers to the product identification and differentiation. This concept is important because there is a great competition rate based on it. The label identifies the product by its name, that is, the word or words that will refer to the product or, if you do not remember the name, the product can be identified by an emblem or symbol that must accompany it.

Moreover, consumer expectations are created through the brand, which is supposed to capture the attention in order to find out how successful it has been, if it is within the advertising range and if it is truly what is expected. We have to keep in mind that branding is done depending on the levels of research, especially to meet consumer needs. The brand will be a leader provided that it meets the expectations of selected consumers since they determine if it is good, fair or does not exist on the market.

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

The brand is related to personality as it seeks to create a certain attitude in the consumer. Then, there must be a sonorous motivation, that is, the name must be in relation to the product, so that it should sound appropriate. If it is heavy, use large letters that stand out and add strength to the name, such as T and K, all attributes added to the product should be reflected in the name as well. Branding creates symbols that allow identification of the brand and capture consumer attention.

Container

It is of paramount importance because, in the end, it represents the true intermediary between the producer and the consumer of goods. As for the word “container”, its use has declined and is now being replaced by the word “packaging”, but most of us still call it “container”. Containers are analyzed in marketing studies that cover the design and actions that interact in consumers’ emotion so that they keep loyal to the brand printed on it. It is necessary to recognize that in most packaged goods consumers cannot see the product itself but they get an idea of its contents by means of the container. Therefore, we can state that the container is the vendor of the product.



References

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.

Etzel M., Walker B. and Stanton W. (2007). Brands, Packaging, and Other Product Features in M. Etzel, B. Walker and W. Stanton, Marketing. Student Edition. McGraw-Hill Higher Education. Retrieved on September 25th 2012, from: http://highered.mcgraw-hill.com/sites/0073016349/student_view0/chapter10/

Small Business Notes. (S.F.). Retrieved on September 25th 2012, from: http://www.smallbusinessnotes.com/marketing-your-business/product.html

Servicio Nacional de Aprendizaje - SENA. Reservados todos los derechos 2012.



Interpretative tools for tour guiding



Table of contents

Introduction **3**

Concept map **4**

1. Let's listen **5**
Didactic media for tourism 5
Used to 10

2. Let's write **14**
How to make meaningful materials 14
Present perfect simple and present perfect continuous: How long / for / since 16

3. Let's read **20**
Media literacy and tourism 21
Future with going to 25
Future perfect with will and going to 27

4. Let's talk **31**
Process of the tour 32
Simple present tense: Passive and active voice 34

5. Group management **35**
How to start and finish a tour 36
Simple past tense: Passive and active voice 41



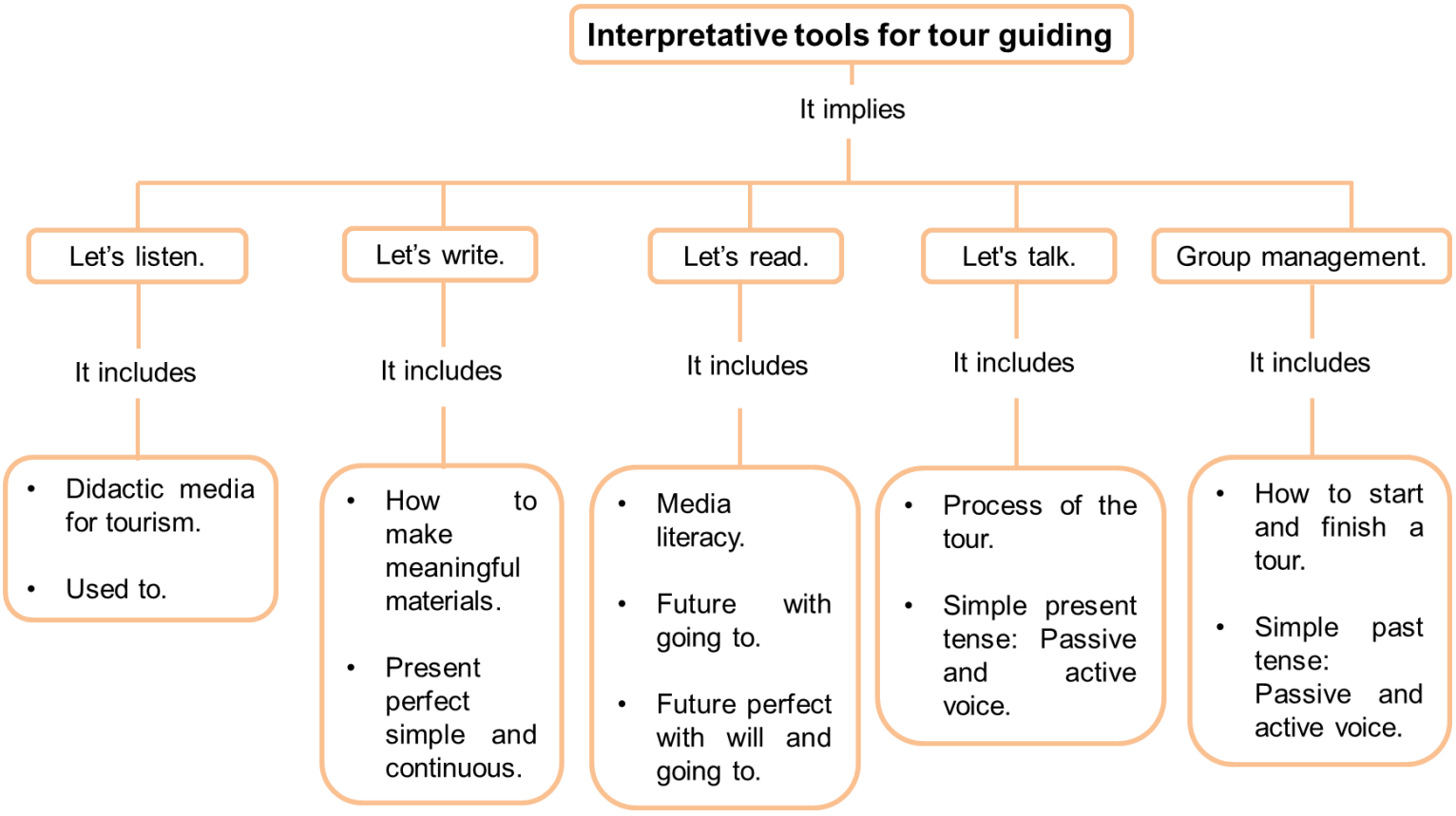
Introduction

Welcome back! The apprentice in Technology for Tourist Guidance must be able to design interpretative tools to be applied in its process as a Tourist Guide, both in natural and cultural contexts; for this purpose, he or she must interact with heritage elements, bringing the visitor, within the corresponding context, to the interrelationship and appropriation of its contents.

In this guide you will learn about what is communication and how is the process of transmitting a message, how to make meaningful materials for tour guiding, how to start and conclude a tour and how to use the materials you have created to improve your guidance.

Concept map

On the concept map that is shared below, the thematic interaction is well evidenced and the content is present in this training material.



1. Let's listen



Fuente: SENA

Pedro: This hotel was built in 1923. It has 1.480 square meters; its structure is inspired in French hotels of the beginnings of the twentieth century. At that time, the Bogota River was pure and the water was full of fish and life. The height of El Salto is 157 meters.

Ana: In 1954 the popular French designer Christian Dior brought some of his creations to Colombia and the hotel was converted into a fashion catwalk.

Pedro: There's an ancient myth about this place. Once upon a time, there was a big flood in what is now Bogota. Bochica, the god for the muisca people, opened the rock to release the water that was threatening the future of the muiscas.

Ana: And that is the origin of "El Salto del Tequendama". This place should not be called "waterfall", the correct word is "salto", a word that in English would be something like jump, because here the water doesn't fall, it jumps.

Pedro: According to some rock art that we can observe near here, this place had a magical background, and was the center of many religious ceremonies. Now, let's enter to the hotel, to see its fantastic history!

Didactic media for tourism

All materials prepared to facilitate the learning teaching process; that is, materials designed to motivate the learner's participation, and to do so in a critical, reflective,

investigative and applicative manner in order to prepare the learners for their future work.

These resources clearly point in two directions: First, to help the trainer in his or her task of facilitating educational practice, and on the other hand, to the achievement of the learning outcomes proposed by the trainee. The types of didactic media can be classified into three main groups, as follows:

Conventional materials: All types of printed matter (books, photocopies, documents), boards (slate, flipchart paper), games (architectures and table tops), laboratory materials, etc.

Audiovisual materials: Projectable images (foils, slides), audio (sound material), audiovisual (video, movies, television programs).

New technologies: Software with simulators, multimedia presentations, services telematics (websites, blogs, webquest, chat, virtual learning environments), among others.



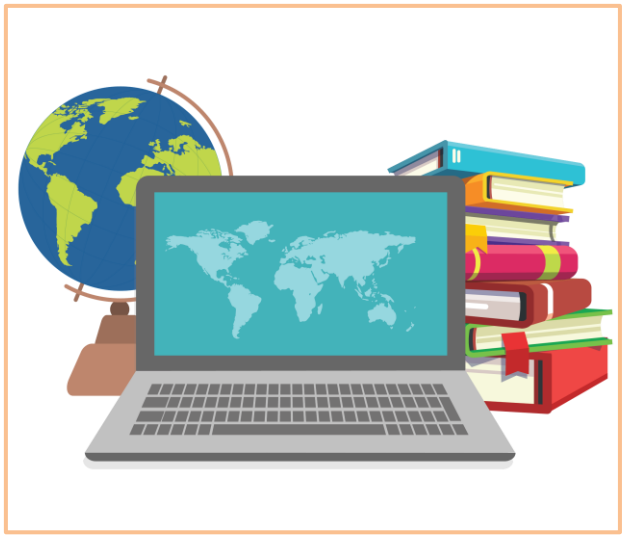
Fuente: SENA

Functions of the educational media

The inclusion of didactic resources in a given educational context (or experiential training, as in the case of tourist guides), requires that the instructor or tour guide be clear about the main functions that the media can play in the tourism process.

Media functions

- Provide information: The information must be relevant for the process. In the case of the tourist guide, information contextualized with the natural and cultural heritage.
- To guide the student in the achievement of proposed learning objectives.
- Directing the exercise of the performance to be achieved, i. e. orienting and facilitating learning in a meaningful and contextualized (competently) way.
- Motivate, awaken and maintain interest. Good teaching materials should always be motivating for students.
- To evaluate the progress of the knowledge and skills acquired, through strengthening activities based on interaction with simulators and process application tools.



Fuente: SENA

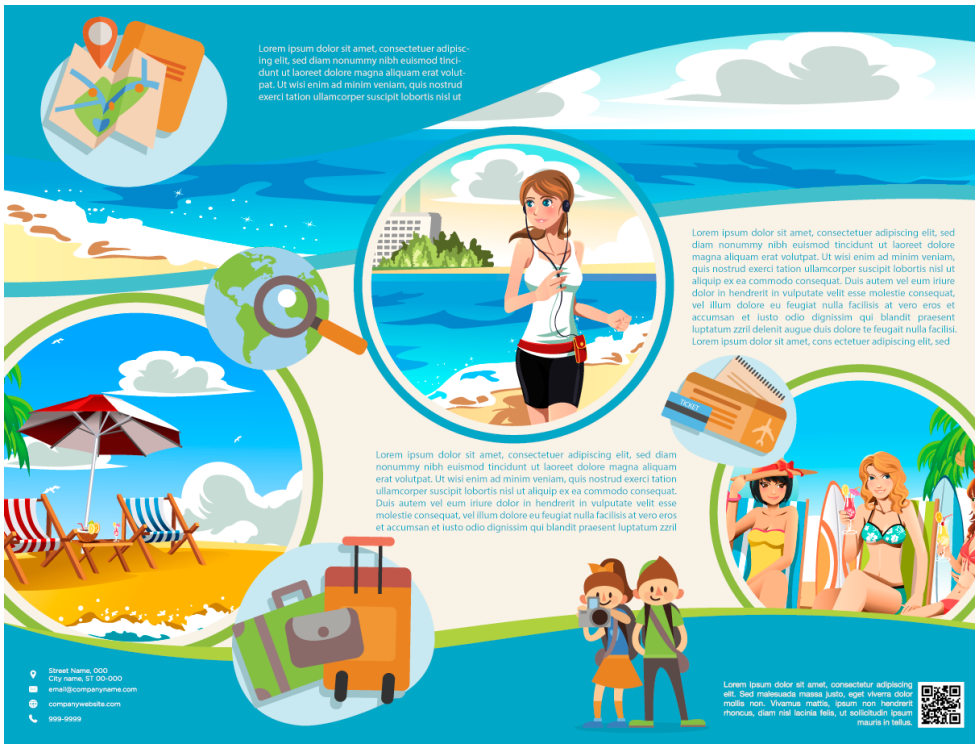
Selection of the media or educational resources

The correct selection of means and resources have as a reference, both the activity to be developed and the specific training process that is being addressed. Failure to consider this aspect will undoubtedly determine an inappropriate selection, aimed at failure to obtain relevant training responses. On the other hand, a good selection of means and training resources must guarantee the ideal orientation that facilitates the achievement of competencies in the apprentice.

It should be kept in mind that any material can be applied, in specific circumstances, as a useful resource to facilitate teaching and learning processes. But not in all cases, the materials used have been designed in a concrete and specific way to be applied in a particular training case. When a material can be used as a didactic resource that supports the formative process without necessarily being designed for that purpose, we are talking about an educational resource. If the material has been

designed with the intention of facilitating a concrete teaching process, we will be talking about a didactic medium.

A classic example of a didactic medium is a textbook that explains terms and directs applications on the subject to be dealt with; or, a multimedia program that allows to make practical applications to the specialty of study. An example of an educational resource can be a video with a report on a study topic, in order to inform or reinforce, facilitating the development of training activities.



Fuente: SENA

The selection of tourism material aids and resources considers the following aspects:

- The message to be communicated.
- The type of training or activity to be developed (cultural or natural heritage).
- The technological complexity that links the activity to be developed.
- The language required for the application of each media to be used.
- The persons to whom the experience is addressed, their particular interest and level of schooling.
- Infrastructure required to operate the means or resource and access to the communications required.
- Benefit cost (money resources, time, materials, people).

- Time available for the use of the resource and time to develop the activity.



Fuente: SENA

Pedagogical and technical characteristics

The selection process consists of determining the pedagogical and technical characteristics of the medium selected, in order for this to be achieved, the following aspects must be considered:

- Topics and contents to be delivered, or interaction with the resource from the logical perspective of the profession.
- Learning objective that will develop the environment.
- Learning requirements for the use of the resource, the proposed learning outcome is taken into account.
- List of people, their collaborative groups and project activities to be developed in each group with their reference materials.
- Number of copies or items required.



Fuente: SENA

Used to

Look at the examples about Alex's music career.

Past	Present
	
Alex used to play the piano for the symphonic orchestra.	Now, he plays the drums in a rock band.

Fuente: SENA

This situation shows that Alex played the piano for some time in the past, but not anymore. In the present, he plays the drums.

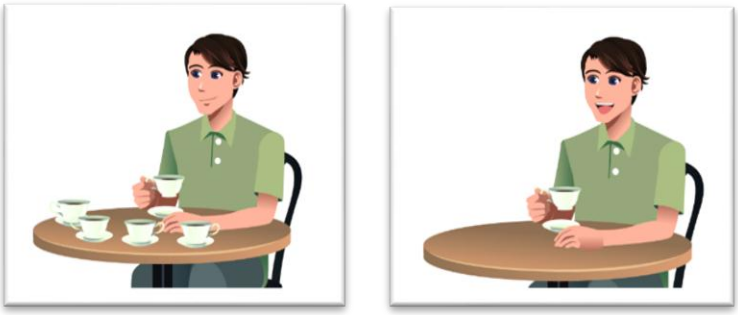
Uses of <u>used to</u>

The structure "used to" refers to habits, states or repeated actions that happened in the past but no longer happens in the present. For examples:

- **Habits:**

  He used to drink five cups of coffee every day. Now he drinks just one.

Past **Present**



Fuente: SENA

- **States:**

  Marylyn used to be very shy when she was 18. She is an outgoing person now.

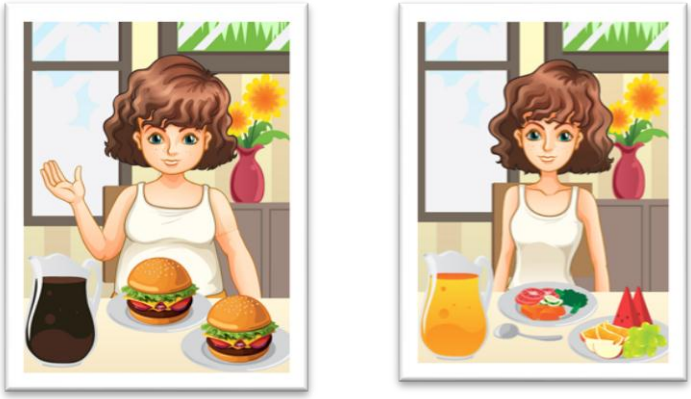
Past	Present
	

Fuente: SENA

- **Repeated actions:**

  I used to eat a hamburger at least twice a week. I am on a diet now so I don't have any.

Past **Present**



Fuente: SENA

Used to is also chosen to talk about something that was true in the past, but it is not true in the present. Look at the following examples:

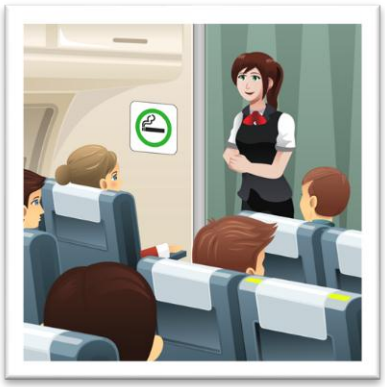
People used to think that the earth was flat. Now, we know it is round.

Past	Present
	

Fuente: SENA

People used to smoke in the airplanes. It is forbidden now.

Past



Present



Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Match the boxes to make correct sentences:

1. There used to be a theater in front of my office	No, I didn't. It was not fun for me.
2. My father used to smoke	but he stopped fifteen years ago.
3. Ronald used to play the piano when he was 8	that life is full of surprises.
4. I didn't use to read when I was at school	hide and seek when we were kids.
5. Did you use to dance when you were younger?	but now there is a shopping mall.
6. My parents used to tell me	now I love books.
7. When I was at school	now he is a singer.
8. My brother and I used to play	some classmates used to call me Mr. knowing all.

Fuente: SENA

2. Let's write



Fuente: SENA

Ana: The place where you are now standing was a hotel until the 1950s. The hotel used to have 5 levels, two basements and 15 rooms. There was a train station near here, one of the most beautiful because of the view.

Pedro: From 1979 until 1986 this house was changed into a restaurant-bar, and the place suffered a big transformation because some of the walls were destroyed to fit the tables.

Ana: In recent years, the hotel was transformed into a museum with temporary exhibitions. The purpose now is to restore the Bogota river and make the waters clean again.

Pedro: Now, we are going to see all the rooms of the hotel, check the exhibition and we can take pictures from the museum and the Salto. Let's continue the tour descending to the first basement.

How to make meaningful materials

A meaningful message in a tourism product is one that generates in the listener a relevant experience, which awakens interest and favorable disposition towards its content, motivating him/her to act in the proposed direction, so that it generates an attitude towards change and develops habits of proactive behavior.

As one would expect, a significant message for the tourist can have an unsuspected influence.

In order for the tourist guide to be prepared to address significant messages, it requires a willingness to make an effort to study and understand the heritage context in which it should operate. Equally, an open and reflective attitude on the part of the user is required.

Meaningful materials must

- Be clear about what is being sought in an interaction with cultural or natural heritage.
- Assume an attitude of active agent, willing to that interaction that seeks; marching at the proposed pace, and in a committed way.
- To assume a position of seeker and researcher, which implies a continuous desire to enter the new and useful.

For a message to be truly meaningful, it must also must be contextualized, i. e. respond to the requirements and expectations of the user, using criteria that are not simply theoretical by the guide, but rather, by entering it in an experiential way into experience contextualized to the corresponding patrimonial good.

Message processing

A message is any information that means something to someone. It can be captured by any of our senses and it is possible to generate it naturally (indicative) or artificially (symbol).

The elaboration of a message requires a certain structuring, in order to express the ideas clearly for the context of activity in which it is emitted, and, the characteristics of the recipients.

Communication as a constant aspect in all of nature, both for animals and plants.

They generate contextualized messages within their own codes, and have the ability to interpret them. These codes and interpretive capacity are given innate or learned by interacting with other species within their environment (colors and forms of plants to attract insects in their pollination process, language of whales under the sea, signals emitted by bees about their honeycomb, etc.).

The steps to properly organize the message are structured as follows:

Message preparation: In the case of guidance, the message should consider the preferences and tastes of the recipients (tourists), since they have chosen a destination, from which they have many expectations of knowledge and enjoyment. In order to satisfy this need, the tourist guide must have knowledge of the heritage visited and define what to communicate about it.

The development of the message: It is necessary at this stage to be well documented on the heritage to visit. In the case of a historical heritage, as is the battle of the bridge of Boyaca. The guide must know and narrate the sequence of events: background that preceded the encounter, its geographical context, the battle strategy proposed, the characters that gave rise to these events, the consequences derived from victory (for the winner) and the consequences derived from defeat (for the winner).

The presentation of the message: Depending on the type of activity to be addressed, be it in a natural or cultural context. The didactic means or resources to be used must be defined. There is no doubt, for the case of the tourist guide, the best thing is a live and direct experience with the heritage to visit; however, you can make use of videos or textual material informative about the environment before, during and after the interrelationship.

Elements of the message

The context: Fundamental element in communication. The context of a message is given by the messages before or after that message, as well as the space, time and circumstances in which the communication process takes place.



Fuente: SENA

The code: Is a set of rules or protocols that make a message understandable, as well as the content and way of expressing the message itself. A message is composed of two elements: Signifier and meaning. The signifier is the material component that is perceived by the senses, while the meaning is the concept it evokes. For example, if someone pronounces the word “cat” the signifier would be the phonetic sequence we hear and the meaning would be “pet cat”.

Present perfect simple and present perfect continuous: How long / for / since

Two friends are talking about their life in the USA. Read the conversation:

Jhonathan: So, **how long have you been living** here Jane?

Jane: I have lived here for 10 years.

Jhonathan: Why did you come to US for the first time?

Jane: My father got a job, so we moved here. I was really happy about it because I always wanted to learn English. Besides, I have never been to US in my life. I was really excited.

Jhonathan: **What have you been doing** since you arrived?

Jane: Well, **I have been studying** a lot. I finished elementary school here. Then, I started high school which is almost over. I have learned English. I have also traveled with my family and friends a lot. For the last year I have been working in a cafe.

Jhonathan: Is that hard work?

Jane: Sometimes. Some customers are really difficult. I have had awful experiences there. Sometimes it is hard but I really enjoy my job. I have met wonderful people since I started working there, and the pay is so good.

Jhonathan: What's the best thing about living in the USA?

Jane: The people. Before coming to the USA I was absolutely afraid about moving to a new country but people here are amazing. I fell in love with American people since I arrived.



Fuente: SENA

We use the present perfect continuous to talk or ask about unfinished actions.

Examples:

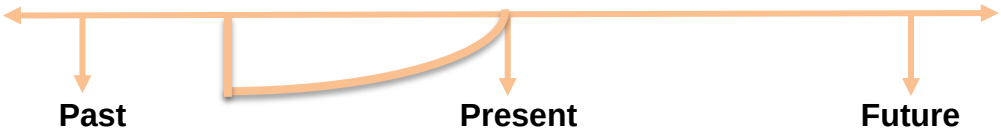
- **How long have you been living** here Jane?
- **What have you been doing** since you arrived?
- **I have been studying** a lot.
- **I also have been working** in a cafe for a year.

To make the present perfect continuous use have / has + been + verb -ing.

Examples:

- She has been studying a lot.
- They have been traveling around the USA.

Use the present perfect continuous with **for** and **since** with actions verbs.



Examples:

- I have lived here **for** 10 years.
- I have fallen in love with American people **since** I arrived.
- Use **how long** to ask questions about the duration of an action.
- **How long** have you lived there?
- **How long** has she worked in the company?

Use **since** with the beginning of a period of time. For example: **Since** 1997, **since** last year, **since**, etc.

Example:

She's been afraid of clowns **since** she was a child.

Use **for** + period of time. For example: **For** five years, **for** three weeks, etc.

Example:

We've had this apartment **for** two years.

You can't use the **present simple** here.

Correct	Incorrect
How long have you lived here?	**How long** do you live here?
I'**ve** **lived** here **since** 1995. √	I **live** here **since** 1995. X

Fuente: SENA

The form of the present perfect continuous is:

have / has been + verb-ing

Read the following sentences from the conversation between Jhonathan and Jane to see how the structure is formed. Then, look at the box to see all the possible forms:

- I **have been studying** a lot.
- I **have been working** in the cafe for a year.
- How long **have** you **been living** here Jane?

Positive form	Negative form	Interrogative form	Wh-questions
I have been waiting here for two hours. **I've** been waiting here for two hours. **He has** been teaching since July. **He's** been teaching since July.	**I have not** been waiting here for two hours. **I haven't** been waiting here for two hours. **He has not** been teaching since July. **He hasn't** been teaching since July.	How long **have you** been waiting for? How long **has he** been teaching since?	**What have you** been doing?

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Answer the following questions using the information in parenthesis.

1. How long have you lived in Rome? (Five years).

   _____

2. How long have your cousins been drinking beer? (Two hours).

   _____

3. How long Tom has been on vacation? (Monday).

   _____

4. How long has Giselle known Finn? (Last year).

   _____

5. How long have your parents been married? (Thirty-three years).

   _____

3. Let's read



Fuente: SENA

Ana: We hope you enjoyed the visit to the museum. You can buy some souvenirs at the entrance.

Pedro: And now, please, check your tour route. If someone in the bus doesn't have the brochure, raise your hand and I will provide one. According to the map, the next stop is in the zoo. So, let's go!

Ana: Less than thirty minutes from El Salto, we can find the Santa Cruz Zoo. This is the only zoo in the department of Cundinamarca and receive hundreds of visitors each day.

Pedro: Let's listen the story of this zoo and be prepared to take pictures of wild animals that are found only in Colombia. The bus will be in the parking area, so you can leave your bags here.

Media literacy and tourism

Developing a critical eye

First, some key terms…

Media are the channels through which humankind communicates. Media conveys meaning through different mediums such as television broadcasts, newspapers or films. Media includes radio, videos, recorded music, magazines, junk mail, comic books, computer software, the internet, video games, and advertisements. The word mass refers to a large number of elements, so mass media is a means of communicating to numerous audiences. All media present a message in a text. In the context of media analysis, a text is not only something that is written. A text is anything that communicates a message. Some examples of non-conventional texts are: Commercials, webpages, songs, billboards, advertisements, or even illustrations.

One cognitive skill that is essential in approaching media texts is critical thinking.

You, most certainly, know the meaning of the words critical and thinking separately.

But combined critical thinking has a special meaning. It is a term applied to the analysis of data or ideas by using observation, experience, reasoning and logic in order to arrive at a conclusion. When we think critically, we try to go beyond understanding just the superficial elements of a text, idea or problem and we try to decipher the implicit intentions or arguments behind them and question these.

Through critical thinking, we can analyze messages to which we are exposed in the media. Critical thinking aims to help us understand the messages that might be implicit, hidden, or subliminal. Let's take a look at a specific type of critical thinking and analysis that is used particularly in the context of media analysis: Media literacy.

What is media literacy?

Media literacy is all about taking a second look at media texts. This basically means that when we hear or look at media, we can miss elements that are not obvious or explicit. Media literacy is about learning to read media in order to find those underlying meanings in a text. By listening or looking twice we will be able to catch information that may contain important clues to these messages. This kind of double-checking can be intentional or accidental. For example, you might have been listening to an artist for many years before you notice that there is a deeper message

in the songs. Or, you may intentionally analyze an advertisement to understand the strategies used by the marketer to sell the product.

So why should we develop media literacy?

You cannot always believe what you see. Though some media is based on real events, people, and places, media nowadays have millions of ways of making things that are not real appear so. Special effects, stunt people, camera tricks, editing software and great acting construct images, texts and scenes that appear real but are actually only simulations. Simulating reality can trick viewers into believing that what they are seeing is the truth, and this is most often the objective of the creators, making you believe what you see. Every word, image, sound, and color has a purpose in constructing a strategy to convey a message. Things are not there, or are not omitted, on accident. Media literacy is important because it helps you avoid being manipulated by these strategies.

Media strategies: Persuasion and perspective

Media texts have a target audience and specific purposes. Media texts, like other texts, seek to achieve something. Each text has a clear reason for being. Purposes can range from entertaining, to informing, to persuading, to making money, to explaining, to arguing and the text's purpose is always linked to the target audience.

When creators of media texts compose, they characterize the target audience in terms of sex, age, education, economic and social status, occupation, lifestyle, values, beliefs, tastes, etc. Those characteristics shape the construction of a successful media text.

The advertising media uses techniques in order to help messages reach their targets, most often to persuade. The first technique is identification. With this strategy, advertisers use something that individuals can identify with. In the examples below, you will see a woman who looks like someone many women can identify with. By using her, the advertisers aim to connect with the common woman.



Fuente: SENA

In the second image, we see a representation of the generalization strategy. Here, the ad tries to persuade by suggesting that all women use the perfume.



Fuente: SENA

Next, we see the strategy emotional appeal in play. Here, advertiser tries to make the observer believe that by using the perfume she will feel pampered and luxurious.

The focus is the feeling the product will generate.



Fuente: SENA

Finally, the last image, makes use of celebrity endorsement. By placing someone famous in the ad, and showing this person using the product, the advertisement tries to sell the product using the authority of the celebrity as the selling point.



Fuente: SENA

Other strategies used in media are more common in texts whose aim is to create the illusion of reality. Sometimes certain events are portrayed in the news. Or a “true story” is retold in a documentary. Yet, every story being told is done from the perspective or point of view of the author or director. Even when the creator of the media tries to be objective and stay as close to the facts as possible, you will always be seeing the story as it is represented from the perspective of the creator. You cannot take for granted that what is said to be true or real really is. Objectivity does not exist.

Media interpretation

What you conclude after being exposed to a media text depends greatly on you.

At some level, media messages are like people; they express values, intentions and ideologies. Whenever we are exposed to a media text, we must try to identify what the ideas of the people who produced it are, and decide if we agree. Remember that the elements in a text message are there for a reason.

They have a purpose. In order to deconstruct the text, you will have to take a second look, or a third, or a fourth and reach your own conclusions. By doing so, you will be able to interpret and make decisions based on your own opinion and not only on what you have been told to believe.

Key word	Key concept	Key question
Producer	All messages are produced from the perspective of the author. They are creations.	Who is the author of this text?
Presentation	Media texts use special language, images, and sounds to encourage us to pay attention to given elements.	What visual, auditory or linguistic techniques are used to attract me?
Receiver	The reception of the media	How might audiences with

	message depends on who is reading, hearing or seeing it. The beliefs of the audience affect the interpretation of the message.	different perspectives receive the messages in this text?
Ideology	Every media message conveys an implicit ideology or value system.	What different types of people, ideologies and settings are represented in the text?
Objectives	Most media seek to gain money or power.	What seems to be the author's purpose in sending this message?

Fuente: SENA

Future with going to

When we talk about the future, there are many ways to express it, depending on the context and our intention. One way to express it is with the structure **going to**.

We use going to to express our future plans and intentions, especially when we have decided about the plan before speaking. It is usually accompanied by a time expression.

Here are some examples:

- I am going to visit my parents next weekend.
- John and Laura are going to travel to Italy next vacation.
- We are not going to work tomorrow.



Fuente: SENA

I am going to **cook** dinner tonight.

Affirmative				
Subject	**To be**	**Auxiliar**	**Verb**	**Complement**
I	am	going to	travel	on Friday.
He She It	is			
We You They	are			

Fuente: SENA

She is not going to **travel** to Panama.

Negative					
Subject	**To be**	**Not**	**Auxiliar**	**Verb**	**Complement**
I	am	not	going to	buy	that car.
He She It	is				
We You They	are				

Fuente: SENA

Is she going to **study** law?

Interrogative				
To be	**Subject**	**Auxiliar**	**Complement**	**Mark**
Am	I	going to	travel on Friday	?
Is	he she it			
Are	we you they			

Fuente: SENA

Now let's see how to use it in a conversation:

Hellen: I heard you are going to travel to the United States next summer, is it true?

Brandon: Yes, I am going to have some time off with my family.

Hellen: Excellent! What are you going to do there?

Brandon: I am going to visit Orlando, we want to go to some theme parks there. How about you? Are you going to travel in your next vacations?

Hellen: No, I am not going to travel, I am going to take some driving lessons.

Brandon: Are you going to buy a car?

Hellen: No, I am not going to buy a car, but I am going to study in England soon and I need a driving license there.

Future perfect with will and going to

The future perfect is a tense mainly used in three specific cases. Take a look at the explanations and examples below:

Case 1: To talk about an action in the future that will take place before another action in the future.

Example:

Action 1: The party will start at 9:00 p.m.

Action 2: I will get to the party at 11:00 p.m.

Sentence:

The party **will have started** by the time I get there.

As you can see, the action that will take place first chronologically speaking is the sentence that uses the future perfect structure.

Other examples:

- By next February, I will have gotten married.
- By the time I get home, my co-worker is going to have uploaded all the files to the cloud.
- She is not going to have finished her report by the end of the week.
- Will you have learned enough German to communicate before you move to Berlin?
- Amanda is probably going to have written her thesis by the time her vacation ends.
- By the time I finish this project, I will have written at least one hundred activities.

Case 2: To talk about the duration of an activity before a specific time in the future.

Example:

Situation: I arrived to Paris today and plan to leave in eight months.

The six-month period marks the specific time in the future when something will happen: I will leave Paris.

Now let's see how to express this idea by using the future perfect:

By the time I leave Paris, I will have lived there for eight months.

Other examples:

- She will have slept for five hours by the time the plane lands.
- By next summer, she will have been in jail for ten years.
- Sonia will have worn braces for over three months by the end of the year.

Note: This use is often limited to non-continuous verbs; that is, verbs that don't imply movement such as be, agree, deserve, etc.

Case 3: To express certainty about the occurrence of something in the near past.

Example:

By the time you get there, the doctor will have left the office. Schedule a new appointment (I'm sure the doctor won't be at the office).

Carolina is going to have completed her exam by the time the timer goes off.

I will have finished eating by the time you arrive, so let's have lunch another day.

Common time expressions

The most common time markers used with the future perfect are:

By tomorrow, tonight, next week, next Monday, next year.

(It means sometime before that point in time).

I will have finished that report by tomorrow.

By three o'clock,

(It means sometime before this time).

By three o'clock, the plane will have taken off.

By the time they get home.

(It means sometime before the beginning of this activity).

I will have finished making dinner by the time they get home.

Grammar structure

Now you will find some charts illustrating how to structure a sentence in the future perfect.

Affirmative statements

Subject	+	Auxiliary verb	+	Have	+	Past participle
I		will		have		eaten.

Fuente: SENA

Example:

I will have eaten the pie by the time my wife gets home.

Yes / no questions

Auxiliary verb	+	Subject	+	Have	+	Past participle
Will		they		have		left?

Fuente: SENA

Example:

Will they have left by the time the boss comes?

Information questions

Question word	Auxiliary verb	+	Subject	+	Have	+	Past participle
When	will		you		have		finished cooking.

Fuente: SENA

Example:

When will you have finished cooking dinner?

Negative statements

Subject	+	Auxiliary verb + not / won't	+	Auxiliary verb	+	Past participle
Your dad		will not		have		retired.

Fuente: SENA

Example:

By the time you get a job, **your dad won't have retired**.

Irregular past participles

As you may remember, the future perfect is made in two ways. With the future simple of have: Will have or the future form of going to have and the past participle of the verb. For regular past participles you only have to add **"ed"** to the verb, but there are some irregular past participles you should remember.

Irregular verb	Past participle	Irregular verb	Past participle
Get	Gotten	Drive	Driven
Put	Put	Eat	Eaten
Leave	Left	Feel	Felt
Buy	Bought	Have	Had
Choose	Chosen	Find	Found
Begin	Begun	Lose	Lost
Break	Broken	Keep	Kept
Cut	Cut	Know	Known
Drink	Drunk		

Fuente: SENA

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Mark is describing his future plans. Match one plan to an appropriate purpose.

Plans	Purposes
1. I am going to buy a new car	to start losing weight. ☐
2. She is going to get married	to get a better job. ☐
3. We are going to enroll in the gym	to stop taking the metro to work. ☐
4. I am going to study at the university	to relax. ☐
5. Luis is going to take some time off work	to watch movies at home. ☐
6. I am going to buy a new TV set	to have a beautiful family. ☐

Fuente: SENA

4. Let's talk



Fuente: SENA

Pedro: Welcome to the Santa Cruz Zoo. We are going to stay here for four hours. In an hour we are going to have lunch, here's your ticket for your meal and also a map of the site. There are routes of birds, mammals, reptiles and insects.

Ana: You can visit also the souvenirs store to buy stuffed animals, get the map of the site and know more about the animals that live in Colombia. The animals that you can see in this zoo are in a rehabilitation process.

Pedro: Some of these animals were kept in captivity in private houses, under bad conditions. Here, they have nutritious food, good care and finally have people who really care about them.

Ana: We are going to accompany you during the tour to explain details about each one of the wild species found in the zoo. If you have any question, please, let us know.

Process of the tour

The tour itself is a prepared and structured process that should contain clearly established guidelines which will help both the tour and the tour guide achieve success from the start, during the development and, to the end of it. Various aspects and details should be carefully considered since we are well aware of the level of responsibility there is when guiding a group of tourists with high expectations of the tour.

Getting on and off the bus

At the stops, the tour guide gets off the bus first and steps aside a little from the bus, waits until everybody has gotten off. Then the tourists are gathered in compact group and road is taken to object of the tours. If the walking distance of the tour is pretty long and it is scheduled to go for visitation of several objects, then it is necessary to inform the group what time it is planned to return to the bus.

When returning to the bus, the tour guide gets on the bus last and invites everybody to take their seats. The Guide should not directly count all of the tourists, but he has to make sure that everybody has returned to the bus. If everybody has returned and is seated, the tour guide continues the tour.

Location of the group at the objects of visitation

When choosing the place where the group will stand, at first one has to ensure the safety of the group, particularly at the places that are near intensive transportation traffic, close to objects of construction works, at the banks of water bodies or close to steep slopes. The most optimal group location point of the visitation object of the tour has to be chosen according to the aim of the visitation object of the tour. If one wishes to show the object of the tour in holistic perspective with the environment, one should choose the place that is a little further from the object.

If you wish to characterize the separate parts of the objects of the tour, then the group should be located closer to the object. When locating the group, one should

also consider the weather and the season. On a hot summer day, the group should be located in the shade if it is possible. One has to choose the view where the sun does not shine in the eyes of the tourists. In adverse weather conditions, for example, in high wind and rain, the place has to be chosen where the leeside is or where it is possible to protect the tourists from the rain.

When the object of the tour is reached, the guide invites the group to stop by showing the specific place with a gesture. The most optimal way of location the group is semicircle at the object. The tour guide stands at one side of the semicircle halfturned towards the group or in the middle of the semicircle. This way the narration of the guide is best audible. When the tour is started, guide has to emphasize that the objects that are told about, are behind the back of the guide. In cities where several groups may be located at one object at the same time, the place has to choose where it would not disturb the other group and the narration of the guide would be audible.

Group movement on the tour

On bus tours in cities one has to manage to pay attention to the objects of the tours and tell the most fundamental information about these objects focusing on them for just a short time while the bus is moving. In longer passages in surroundings with comparatively homogeneous landscape and little number of tour objects the speed of narration can be slower and not so intense.

In the tours where the tourists walk, guide does not tell anything on the way while moving from object to object. During this time, the tour guide can answer the questions of the tourists or keep the pause. When one has come to the next object of the tour, one has to wait until the whole group has gathered and only then the narration can be continued.

Great significance has to be paid on how the tour guide holds to the theme of the tour during the tour. The other objects that are on the way can be “inserted”, but they are not related to the chosen theme. The narration about such objects can be very interesting, but it is secondary in relation to the chosen theme. The tour guide can provide the information about them only as answers to the questions of the tourists. Each topic contains also chain of sub themes or additional theme. Also the sub theme has to have logical, concluded narration. The tourists perceive well developed sub theme not as the separate sub theme, but together with others, together in the composition of the tour.

Visitation of the objects of the tour

Visitation of the objects’ visual impact is one of significant features and functions of the tour. During the visitation, the objects are not only seen, but they also can be analyzed, characterized, some features can be emphasized, qualities that are difficult to comprehend without a special preparation. The tourist learns to observe, comprehend. The tourist can observe the object of the tour only passively, can observe it with interest and familiarize together with the narration and demonstration of the guide.

Visitation differs from familiarization, for example, with the fact that the tourist sees the outer appearance of the object during the visitation, but during the familiarization time the tourist gets to know and sees its features, components, takes part in its analyses. For example, not just the building is shown, but it is told about its inner construction, previous arrangement, relation to the surrounding environment and different events. The introduction can be with the story or without it. For example, while introducing with the monument for those killed in the War of Liberation, the guide tells the procedure at this place, the significance of the specific battle and etc.

Simple present tense: Passive and active voice

Tense	Active	Passive
Simple present.	Once a week, Tom cleans the house.	Once a week, the house is cleaned by Tom.

Fuente: SENA

Forming simple present passive

Affirmative form	Object + am / is / are + verb (past participle)
Question form	Am / is / are + object + verb (past participle)?

Fuente: SENA

Something is done by someone regularly / everyday / as expected...

Active: The gardener waters the flowers every evening.

Passive: The flowers are watered by the gardener every evening.

Active: Helen doesn't drink anything in parties.

Passive: Nothing is drunk by Helen in parties.

Active: Who sells umbrellas?

Passive: Who are umbrellas sold by?

Active: My mother doesn't paint the walls.

Passive: The walls aren't painted by my mother.

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Rewrite the sentences in active or passive voice.

Active voice	Passive voice
He opens the door.	The door is opened by him.
We set the table.	
	A lot of money is paid by her.
I draw a picture.	
They wear blue shoes.	
	You are not helped by them.
	The book is not opened by him.
You do not write the letter.	
	Are you picked up by your mom?
	Is the thief caught by the police officer?

Fuente: SENA

5. Group management



Fuente: SENA

Ana: And this is how we finish our tour. Thank you very much for your attention. We hope you enjoyed the travel and have learned a lot.

Pedro: Remember that this zoo is important to protect the wild and endangered species in Colombia. With your visit you are helping many animals to recover and give them a dignified life.

Ana: We also have other tours for the future, that includes the historical center in Bogota, or make a rock art route through the ancient tribes of Cundinamarca.

Pedro: It was really a nice to share with you today. We have our tour guide book so you can write comments about our guidance. You can follow us on Facebook and you can send us a message if you want us to be your guides in future tours. Have a good day!

How to start and finish a tour

The task of the guide during the time of introduction is:

1. To show the objects of the tour that are included in the route.

2. To show the most significant objects that do not exist anymore, but which used to have a great significance (in photographs, pictures).

3. To describe the processes, events.

4. To tell about the personalities and their significance.

5. To show the historical object as it was during the historical events.

One also has to pay attention to conditions under which the introduction of the object takes place. The following should be considered:

1. The place to show and look from.

2. The most favorable time (nature, household phenomena, processes).

3. Conditions and environment (not to have any possibility to distract the attention of the tourists).

4. To use the possibilities of the tourists to move, use organs of sense (touch, smell, taste).

5. The abilities and skills of the guide.

6. Preparation of the tourists for familiarization.

At the beginning, the guide shows the object and tells what it is. The tour guide can point at the object of the tour with the gesture of hand (in museum with fescue, laser

pointer) to its place of location, direction, location in the specific environment (“to the right”, “to the left” and etc.), and make the group concentrate its attention on it. Then the guide introduces the object, lets the tourists familiarize with it and get a taste about the object; make conclusions about it. During the time of showing complicated things, the schemes can be used. The guide directs the attention of the tourists to some things and features. He suggests comparing it with some other object. He explains the nuances and so on. (For example, “look up, on the right side of the building there is a little steeple of an interesting shape!”).

To rouse the attention of the tourists, one has to remember that they already know a lot, and it has to be based on their previous knowledge about the given theme. The tourists can be prepared and let to observe some object, phenomenon, process themselves and after that conclusions are drawn. This way their participation is activated to the utmost. Visual introduction with the object is the main thing during the tour, and the narration of the guide supplements the objects and places seen.

The additional material can be used during the time of introduction:

1. Illustrative printed material (showing pictures, photographs, plans, diagrams).

2. Verbal (oral) additional information (to mention examples and numbers, fragments from literary works, poems, events, description of lives of significant people).

3. Audiovisual materials (to show videos, record audio tapes).

4. Samples (in environmental tours one can demonstrate samples of plants, rocks and minerals).

During the bus tours there are 4 ways of introducing or presenting the object:

1. While the bus is in motion (the speed 50-60 kmph) to show the visible objects.

2. Visitation of the objects while the bus is moving slower.

3. Visitation of the objects at the bus stops, but without tourists leaving the bus.

4. Bus stops and the tourists leave the bus and go for visitation of the object.

Visitation of the Panorama

This activity is realized if there is a wish for it or the possibility to show several objects of the tour together from some higher viewpoint. These are special view towers in country parks, conservancy areas, rising grounds of terrain, high buildings, towers, towers of churches. Visitation of the panorama makes possible to create united conception about wider territory of familiarization. Because of bad weather or because of the limited time of the tour, the visitation of panorama lets us show the objects in short time which were not possible to show in foreground. While showing the panorama, at first it is suggested to give the group the chance to observe all

surroundings (look around, go around the view tower and then consecutively show separately visible objects, giving the time for taking pictures at the end).

The speed of the tour

Walking tour has to be steady and unhurried. The speed of the tour can be influenced by terrain. For example, the speed will be slower, when climbing up the steep slope. The speed has to be slowed down when overcoming ditches or other obstacles, passing round more hazardous manufacturing objects during the time of visitation. Under bad weather conditions in its turn it is suggested to speed up the tempo of the tour.

The speed of the tour also depends on target audience. The speed of the tour has to be adjusted to target audience of children, youth and seniors, people with special needs. Target audience of children and youth allow one to guide the tour in comparatively fast speed, the group will need to be “slowed down”, by not letting the most active ones determine the speed for all group. Groups of seniors, people with special needs require to shorten the time of routing, create pauses of rest more frequently.

The guide has to fit in time limit scheduled for the tour. Not infrequently, due to conditions not depending on the tour guide (transportation delay, group delay) the tour has to be shortened. It has to be done carefully, keeping the main objects of visitation, the most essential things in narration, main themes. The narration is shortened on the count of insignificant themes, skipping the less significant objects.

The end of tour and suggestions

A successful tour has to have a happy end and that means having tourists satisfied with the experience they have lived. It is them who finally grade the tour guide and the tour by evaluating positive a negative events occurred during the three stages of the tour, thus such feedback should be taken for assessment purposes in order to make improvements. Suggestions made by the tourists are always welcome and highly appreciated by the guide.

The end of the tour

Some logical conclusion for each tour has to be made. The things seen and known are summarized in it. The main conclusions are made according to the theme of the tour. The tourists are offered to ask questions about the theme of the tour. Also tourists are told about other similar objects or routes, information about possibilities to get to know something more about this theme or rural district. One should say goodbye and wish good luck at the end.

Unexpected events and response

There are events of various natures that can distract attention of the tourists and even make them interrupt the narration of the tour guide for some time. For example, group of wedding guests arriving at the object of the tour, noisy youth group, street musicians, and intrusive souvenir salesmen. The best solution in this case is not to

show dislike, but to stop the tour and the narration for a while and wait till the outer attention distracter stops acting or also finishes drawing the attention of the group.

The guide can briefly comment on the ongoing, describing it as the additional object.

Remark of the tourist, is personal opinion of the tourist about something, often incorrect. One should not ignore them. An answer to them can be skillfully inserted in the narration. One should respond tactfully also to the most absurd remark, explaining it as nonsense. But the answer to the remark cannot change the subject from the main theme, distract logic of the narration. Remarks show the attitude of the tourists, their comprehension.

Practical suggestions

During the time of bus tours:

- During the tours one should not tell too much. One should look back to see what is happening in the bus. If the clients are sleeping, they will not hear anything anyway.

- When getting out at the object, one should remind 3 times what time the tourists should be back. Besides in various ways, for example, “We will go to the castle mound. There is half an hour given for the visitation. Be back at 12:30 p.m. Half past twelve we leave here!”

- Stops have to be made at toilets and souvenir trading places.

- It is not allowed to stand in the bus. Tourists have to look around and not at the guide.

- Control your voice, microphone. It should not be too loud and still should be audible at the back.

- Never guide the same tour twice identically. Each time try to put some new information in it, try how it fits, how it is evaluated. It will be easier for yourself and more interesting for clients.

- When telling about the objects one should point the direction: In front, to right, to left and etc.

- In beautiful, famous places (keep silent and let them enjoy). Speech takes 40-50 minutes from 1 hour tour.

- At the stops point out the best places for taking pictures, filming, say if there is a toilet.

- Remind about dangerous places and restrictions: steps, bumpy road, low ceiling etc.

- Find out about the interests of the clients, tell them, not for yourself. Answer questions honestly, in case you do not know the answer, say so.
- Don't use bus toilet. It is meant only for emergency situations.
- Use wits and smile, but do not use foolish, rude jokes.
- Use simple language and explain technical terms.
- Follow the time so the tourists would not be late for vehicle or the next arrangement.
- Think about content of the narration. It should keep balance between educational and entertaining information.

Outside the bus:

- Explain where it is allowed to go, where it is not, what can be touched and what can not.
- Make clear where the pictures can be taken.
- Adjust the speed of the tour according to the slowest participant of the group.
- Every now and then count if everybody is there.
- In case, there is a big group, use some sign of identification in order not to lose the group and the group would not lose the guide in some bigger crowd.
- Adjust volume of your voice according to the participant standing furthest.
- Do not make the group stand if they can sit.
- Keep the group together, do not let them scatter while going from one object to another.
- Use hands to show.
- Carefully choose places to stop, do not disturb the necessary things, objects.
- Use eye contact while following other pedestrians or traffic, do not stand at places here there is too much noise.
- Observe, control the group so none of them would do something foolish or dangerous.
- When leaving, count one more time to make sure everybody is there.

Simple past tense: Passive and active voice

Tense	Active	Passive
Simple past.	Sam repaired the car.	The car was repaired by Sam.

Fuente: SENA

Active sentences in the simple past tense have the following structure:

Subject + past tense form of the verb + object

Passive sentences in the simple past tense have the following structure:

Object of the active sentence + was / were + past participle form of the verb + by + subject of the active sentence

Changing an assertive sentence into the passive

Active: He wrote a letter.

Passive: A letter was written by him.

Active: They knew it.

Passive: It was known to them.

Active: She sang a song.

Passive: A song was sung by her.

Active: He loved his friends very much.

Passive: His friends were loved very much by him.

Changing a negative sentence into the passive

Active: She did not know anything about it.

Passive: Nothing about it was known to her.

Active: Nobody could discourage him from pursuing his path.

Passive: He could not be discouraged from pursuing his path by anybody.

Active: You did not listen to me.

Passive: I was not listened to by you.

Active: She did not write a story.

Passive: A story was not written by her.

Changing an interrogative sentence into the passive

Passive forms of these sentences begin with did. If the active sentence begins with a question word, the passive sentence will also begin with a question word. If the active sentence begins with who or whose, the passive sentence will begin with by whom or by whose. If the active sentence begins with whom, the passive sentence will begin with who.

Active: Did he break the window?

Passive: Was the window broken by him?

Active: Where could you find such fine art?

Passive: Where could such fine art be found?

Active: Why did you abuse your servant?

Passive: Why was your servant abused by you?

Active: Did anyone steal your purse?

Passive: Was your purse stolen by anyone?

Active: Did anyone hurt your feelings?

Passive: Were your feelings hurt by anyone?

Active: Did Alice invite you?

Passive: Were you invited by Alice?

Active: Who killed the snake?

Passive: By whom was the snake killed?

Active: Why did he punish you?

Passive: Why were you punished by him?

Active: Whom did you laugh at?

Passive: Who was laughed at by you?

Pedro: Now that you have learned the basics, it's time to put it into practice!



Fuente: SENA

Complete the sentences (active or passive voice). Use simple past.

She sang a song.	
	I was hit by somebody.
We stopped the bus.	
	My car was stolen by a thief.
They didn't let him go.	
	The prize was not won by her.
They didn't make their beds.	
	They were not told by me.
Did you tell them?	
	Was the letter sent by him?

Fuente: SENA

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la Información. Regional Distrito Capital	Octubre de 2017
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Octubre de 2017