PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Operación Turística Local
- **Código del Programa de Formación:** 633100
- **Nombre del Proyecto** Operación turística en el Norte del Valle del Cauca
- **Fase del Proyecto** Planeación
- **Actividad de Proyecto**: Identificar las oportunidades del mercado y establecer una oferta que las satisfaga.
- **Competencia:**
    - *vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
    - * diseñar paquetes turisticos de acuerdo con los compoenentes tecnicos y estandares de servicio
    - * Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
    - * Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
    - * Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
    - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
    - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y los convenios internacionales.
    - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
    - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales.
    - 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.
    - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  Resultados de aprendizaje asociados a competencias técnicas.

  - Estructurar portafolio de productos y servicios de acuerdo con los paquetes turísticos y oportunidades identificadas.
  - Determinar las oportunidades del mercado turístico de acuerdo con la caracterización del territorio.
  - Estructurar experiencia turística con base en la caracterización del territorio, componentes y criterios de sostenibilidad.

  Resultados de aprendizaje asociados a competencias transversales:

  - Cumplir las normas ambientales y de sst, teniendo en cuenta el ámbito laboral y el entorno social en el marco de la sustentabilidad
  - Practicar los derechos fundamentales del trabajo de acuerdo con la constitución política y los convenios internacionales
  - Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares de acuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.
  - Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés en diferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias.
  - Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común como aporte para el desarrollo social.
  - Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa.
  - Usar herramientas tic, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento, procedimientos y estándares.
  - Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo en cuenta el contexto de la comunicación.
  - Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.
  - Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.

- Duración de la Guía: 220 horas

2. PRESENTACIÓN:

Bienvenidos y bienvenidas a la fase de planeación de formación.

El turismo es una actividad económica creciente. Para el año 2018 se proyectó un crecimiento de más del 150% respecto al año 2010. La generación de emprendimiento, proyectos y programas turísticos fortalecen las regiones y las posicionan como destinos competitivos de clase mundial.

Con dicho crecimiento, los turistas son cada vez más exigentes; buscan productos turísticos innovadores con valor diferenciador, que respondan a sus necesidades particulares y que, además, atiendan sus nuevas exigencias asociadas a la implementación y cumplimiento de protocolos de bioseguridad, que garanticen una estancia segura y restablezcan la confianza en los destinos y su oferta turística. Es por ello que se hace necesario generar productos competitivos, que satisfagan dichas necesidades y que ofrezcan experiencias únicas.

En esta guía:

El aprendiz podrá identificar las necesidades del mercado, a partir de la revisión de fuentes primarias y secundarias, podrá evaluar el comportamiento de la demanda, las tendencias del mercado y desarrollar un producto que se ajuste a dichas necesidades y segmentación del mercado determinado. El desarrollo de este producto estará enmarcado en la gestión y apropiación de los procesos correspondientes a la cultura emprendedora teniendo en cuenta las tendencias del mercado.

Esta etapa del proceso formativo adicionalmente se pretende sensibilizar al aprendiz acerca del mundo empresarial, ser parte de este y las distintas alternativas que tiene para generar ingresos.

De igual manera, el aprendiz conocerá el paso a paso para estructurar su idea de negocios, no sin antes conocer los principios y las características de un GRAN EMPRENDEDOR.

El aprendiz recibirá aprendizaje significativo, estará en capacidad de solucionar problemas, desarrollar estrategias para el aprendizaje autónomo, maneja las Tics, genera trabajo en equipo desarrollando sus competencias y resaltando la importancia del manejo del portafolio de evidencias. Relacionar conocimientos previos con los nuevos para la construcción significativa de los mismos.

Estimado aprendiz lo invitamos a seguir el camino de sus conocimientos bajo el desarrollo de esta guía realizando actividades de reflexión, contextualización, apropiación, transferencia; y generara evidencias que ayudaran a cualificar actitudes y aptitudes que fortalecerán su competencia en el entorno laboral, social y personal.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividad de reflexión Inicial

El turismo busca integrar los elementos naturales y culturales de cada territorio, de tal manera que se generen actividades sostenibles, armónicas entre sí y que permitan la participación de todos los sectores de la comunidad, tales como pequeños emprendimientos o estructuras empresariales que desarrollan una oferta de servicios enfocada en las diversas tipologías de turismo como lo son: la producción

agrícola, muestras gastronomías y culinarias, artesanías, asociaciones de base comunitaria, manejo de áreas de reserva, etc.; esto permite que todos y todas los miembros de la sociedad puedan vincularse a la actividad turística y vean en ella un elemento dinamizador y por supuesto una oportunidad economíca, buscando con ello incrementar sus ingresos y a su vez, mejorar su nivel de calidad de vida.

En Colombia, diferentes actores como familias, organizaciones comunitarias, asociaciones entre otras, le han apostado al turismo como medio para promover sus productos y servicios, así como para atender la estacionalidad, por ejemplo, respecto a la producción agrícola (cultivos de café, cacao, uva, flores, etc), es así como surgen iniciativas como la de la finca cafetera El Paraíso, ubicada en el Valle del Cauca, la cual es una empresa familiar que a través de las generaciones se ha sustentado en la producción del café para su supervivencia, sin embargo, debido a los altos costos de producción y a las estaciones climáticas, ha tenido que generar actividades alternas para lograr mantener ingresos constantes, de esta forma, fue como empezó su proceso de conformación de una ruta cafetera, la cual busca que turistas y visitantes puedan vivir la experiencia cafetera de manera muy cercana y vivenciar todos los procesos asociados a la producción de café; actualmente esta iniciativa articula y oferta diferentes actividades como: el paseo Jeep Willys, ambientación y vestimenta tradicional cafetera para los y las turistas: chapora, pañoleta, sombrero, peinilla o machete, etc; la experiencia de la recolección del café y por ultimo, una muestra del café que recogen para la degustación de los turistas.

Esta actividad les ha permitido en primer lugar, tener un ingreso mensual de manera recurrente, así como hacer frente a las temporadas en donde no hay cosechas de café. En segundo lugar les ha permitido rescatar, valorar y transmitir todo su conocimiento relacionando con la cultura cafertera de generación en generación.

1. De acuerdo a con lo anterior, responda las siguientes preguntas:

   - ¿Cuáles considera usted, que han sido los elementos que se tuvieron en cuenta para el desarrollo de la ruta cafetera, anteriormente expuesta?
   - ¿Qué otros servicios turísticos se podría incluir a la ruta cafetera propuesta?
   - De los servicios mencionados en su anterior respuesta, ¿cuales considera que responden o atienden las necesidades del mercado actual?
   - ¿Teniendo en cuenta los servicios vinculados a la ruta, ¿cuales considera que serían los potenciales clientes interesados en la práctica de esta ruta?

2. Observe el video de YOKOI KENJI – sobre emprendimiento, el cual se encuentra en el siguiente enlace: https://www.youtube.com/watch?v=YZi5vam33ow.

A partir de ello responda a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué significa emprender?
- ¿cuáles son las características de un emprendedor?
- ¿Cuáles son los factores claves para tener éxito en un emprendimiento

- ¿Cuáles son las principales fuentes de motivación?
- ¿Cuáles son los principales retos a la hora de realizar un emprendimiento?
- ¿Quiénes pueden realizar un emprendimiento?

Ambiente: Aula de formación, conexión sincrónica. (meet o zoom)

Materiales: Computador, internet, video beam, tablero, sonido, marcador, lapiceros, hojas de block.

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

3.2.1. La oferta turística de un destino es el grupo de elementos que, de manera conjunta, generan el posicionamiento de un destino. En ese sentido, es necesario tener claridad en la diferenciación de dicho elementos para lograr identificar plenamente la oferta del lugar al que pertenecen y así darles gestión para posicionar el destino turísticamente:

- **Recursos turísticos:** "es un elemento relacionado o perteneciente a la naturaleza, la historia o la cultura de una determinada zona geográfica o lugar y que está dotado de un potencial turístico" (Socatelli, 2013). Esto significa que son los elementos del patrimonio natural y cultural que encontramos en un territorio y que por su singularidad, son de gran interés para el desarrollo turístico:
  - el patrimonio natural son aquellos parques, reservas, áreas de protección que hacen parte del ambiente natural
  - El patrimonio cultural son todas aquellas muestras folkloricas, muscia, danzas, festividades, saberes tradicionales, oralidad y gastronomía que identifican a una población.
- **Atractivo turístico:** "se define como el conjunto de elementos materiales y/o inmateriales que son susceptibles de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad para incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de flujos de desplazamientos desde su lugar de residencia habitual hacia un determinado territorio" (SECTUR, 2002)
- **Producto turístico: "**producto turístico como un conjunto de bienes y servicios a disposición de los turistas como consumidores." (Ibíd.)



Tomado de *Manual Para La Planificación De Productos Turísticos,* Destinos del Perú, 2014

Una vez idenficados los elementos que dentro del proceso de planificación componen un producto turístico. Se diseña el producto turístico, el cual esta integrado por atractivos, prestadores de servicios, infraestructura, servicios complemetarios etc. Una vez identificados todos los elementos de la cadena de valor del turismo, disponibles en un territorio, se podrá iniciar el proceso de configuración de un portafolio de servicios turísticos.

3.2.2. Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, por favor responda a las siguientes preguntas:

- ¿Cuáles elementos de su municipio considera que hacen parte de la oferta turística?
- ¿Cuál considera usted, puede ser el principal producto turístico de su municipio?
- De acuerdo con su anterior respuesta ¿Cuáles son los gustos, necesidades y preferencias de los potenciales clientes interesados en el que usted considera el principal producto turístico de su municipio?
- ¿Identifique los principales competidores del producto principal identificado?

3.2.3. En esta etapa es necesario, que el aprediz se apropie de los conceptos de liderazgo empresarial, para ello, se propone que el aprendiz realice la lectura que se encuentra en el siguiente enlace, https://www.gestion.org/el-liderazgo-empresarial/ a partir de ello, deberá realizar un resumen por escrito de lo más significativo de la lectura. Lo anterior le ayudará a profundizar sobre las características de un verdadero líder empresarial.

3.2.4. Para el desarrollo de la siguiente actividad, se propone conformar grupos de trabajo de máximo 5 aprendices mínimo de 3, los cuales investigarán y darán respuesta por medio de un resumen escrito a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué es una idea de negocios?

- ¿Qué es empresa?
- ¿Qué tipos de empresas hay?
- ¿Qué es un gerente?
- ¿Qué es una nómina?
- ¿Cuáles son los documentos básicos para crear una empresa tradicional?
- ¿Qué documentos necesito para estar constituido legalmente?
- ¿Qué son servicios?
- ¿Qué es misión?
- ¿Qué es visión?
- ¿Qué es logo?
- ¿Qué es slogan?
- ¿Qué es portafolio de servicios?
- ¿Qué compone un portafolio de servicios?
- ¿cuáles son las empresas del siglo XXI?
- ¿Cómo venden actualmente las empresas digitales o del siglo XXI?
- ¿cuáles con las características principales de las empresas digitales o del siglo XXI?

En la carpeta del material de apoyo encontrará los libros llamados el emprendedor de éxito y la magia de pensar en grande para que ayudarle como apoyo.

Ambiente: Aula de formación, conexión sincrónica. (meet o zoom)

Materiales: Computador, internet, video beam, tablero, sonido, marcador, lapiceros, hojas de block.

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento

3.3.1. Diseño de paquetes turísticos:

Al desarrollar la idea de un paquete turístico, se deben tener en cuenta diversos elementos con el fin de garantizar una experiencia satisfactoria sobre la prestación del servicio ofrecido. Es por ello que a continuación se listan los elementos a tener en cuenta para su formulación:

DISEÑO DEL PAQUETE TURÍSTICO
1. Duración e itinerarios de los paquetes.
2. Servicios turísticos incluidos y no incluidos en el paquete
3. Servicios complementarios
4. Nombres y precios de los paquetes de acuerdo con los políticas y costos de las empresas.
5. Definición de las responsabilidades del cliente, los proveedores y la agencia de viajes.
6. Vigencia del paquete.
7. Verificar las normas nacionales e internacionales que apliquen al paquete turístico.
8. Adelantar el diseño según la capacidad de compra del mercado objetivo.

En Colombia, para el correcto desarrollo de un paquete turístico, es necesario implementar una serie de pasos que permitan el diseño, gestión y seguimiento de dicho paquete. El Viceministerio de Turismo ente público que regula la actividad turística en el país, crea la Norma Técnica Sectorial para Agencias de Viajes 004 para el diseño de paquetes turísticos, aquí se plantean los pasos a seguir, requisitos y diseño de paquetes turísticos:



Elaboración propia. NTS AV 004. 2021

3.3.2. Diseño de experiencias turísticas en el PCCC

Cuando se genera un servicio turístico, se espera generar una experiencia memorable en los turistas, quienes buscan a su vez, vivencias turìsticas que atiendan necesidades muy específicas en sus búsquedas; interés personal, emociones gratificantes, interacción, acercamiento a la autenticidad, costumbres y lo autóctono, crecimiento espiritual-personal, etc. Es por ello que se generan diversas

dimensiones de la experiencia turística y esta se debe desarrollar de acuerdo a los intereses que buscamos satisfacer:



Pine & Gilmore, 1999

3.3.3. Metodología para la implementación del psicología del Color en la Identidad Corporativa de las Empresas:

Lea detenidamente el documento MARKETING DEL COLOR: ¿Cómo Influyen El Color Del Logotipo En La Personalidad De Una Marca?. Ubicado en la carpeta de material de apoyo, una vez revisado analice detalladamente el texto, querido aprendiz pinte de colores las imágenes que son ideas para algunas campañas publicitarias en beneficio del turismo.

Campaña turismo de playa



Campaña para incentivar el turismo en el mundo



Campaña para conservar tradiciones culturales en Colombia



Campaña Colombia país biodiverso por excelencia



Diseñe experiencias turísticas para su municipio, la cual incluya los siguientes elementos:

- Defina el tipo de experiencia turística (bajo que tipología se enmarca): Turismo cultural, naturaleza, aventura, salud y bienestar etc.
- ¿Cuál es la duración del producto turístico identificado?
- ¿Cuál es su itinerario del producto turístico identificado?
- ¿Mencione y describa los servicios y actividades que incluye la experiencia turística?
- ¿Qué servicios no incluye?
- ¿Cuál es su precio de venta?
- Describa el itinerario de la experiencia diseñada
- Defina un manual de imagen corporativa para su producto que incluta la creación de un logo, slogan y aplicación de la psicología del color.

En la carpeta de material de apoyo encontrará el Manual para el diseño de paquetes turísticos y la NTS 004 Diseño de paquetes en agencias de viaje, documentos los cuales le servirán de orientación y apoyo para dar respuesta a las preguntas anteriormente plantedas.

3.3.4. Teniendo en cuenta la actividad anteriormente planteada, identifique los factores de riesgo laborales y ambientales, y relacione los principios y valores del actuar profesional que se asocian al producto turístico descrito. Incluya también un plan de actividades para el bienestar del aprendiz.

3.3.5. Confome grupo de máximo 5 personas, con los que desarrollara su proyecto productivo, realice las siguientes actividades:

- En el ambiente de aprendizaje a través de la técnica de lluvia de ideas, realicen un listado de posibles nombres para la empresa, posteriormente realicen votación democrática y elijan el nombre a utilizar, teniendo en cuenta su significado.
- Una vez elegido el nombre de la empresa y lo ya aprendido de qué es una idea de negocio, diligenciará el power point de la idea de negocio para que quede registrada en esta plantilla.

- Una vez aprobada la idea de negocios por el instructor de emprendimiento y el técnico SENA, junto con los docentes involucrados en la institución educativa sobre los proyectos productivos, el grupo emprendedor procederá a diligenciar la plantilla de proyecto productivo (plantilla en EXCEL) ya explicada y suministrada con anterioridad por los instructores y/o asesores de emprendimiento del SENA. En esta misma plantilla el aprendiz comprenderá y se apropiará de los conceptos principales para construir un proyecto productivo.

Recuerde apreciad@ aprendiz que su proyecto productivo deberá involucrar los conceptos y competencias que aprendió en la etapa lectiva de su programa de formación.

Ambiente: Aula de formación, conexión sincrónica. (meet o zoom)

Materiales: Computador, internet, video beam, tablero, sonido, marcador, lapiceros, hojas de block.

4. Actividades de transferencia de conocimiento.

4.1. Conforme equipos de trabajo de 4 personas, y a partir del las experiencias turísticas diseñadas, elabore y consolide un portafolio de servicios turísticos para su municipio en el marco del PCC, resaltando sus valores patrimoniales y que brinde la oportunidad de participación activa a los turistas en el desarrollo de las actividades.

Recuerde que debe incluir diversos prestadores de servicios turísticos que le van a servir de proveedores para garantizar una actividad turística de calidad. Tanto el producto como el portafolico, deben responder a las siguientes preguntas:

- ¿A quién le vendere?
- ¿Qué actividades turísticas únicas en el PCC incluye el producto diseñado?
- ¿Qué proveedores integro para la gestión del paquete turístico?
- ¿Por qué me comprarán mis clientes?
- ¿ Por cuánto (precio) vendo mi producto turístico experiencial?
- ¿A través de que mecanismo pongo mi producto a disposición de mis clientes?
- ¿Qué estrategías llevaré a cabo para que mis potenciales clientes, conozcan mi producto?
- ¿Qué estretegía elijo para que los potenciales clientes confíen en mi producto turístico?

4.1.1. A partir de la actividad planteada anteriormente el aprendiz desarrollará en idioma ingles de manera oral y escrita la presentación de un brochure turístico.

Ambiente: Aula de formación, conexión sincrónica. (meet o zoom)

Materiales: Computador, internet, video beam, tablero, sonido, marcador, lapiceros, hojas de block.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

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

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto a traves de sustentaciòn del portafolios de servicio.	Calcula los precios del producto a partir de los costos, análisis de oferta y demanda y Márgenes de utilidad esperados conforme a criterios de mercado. Fija precios teniendo en cuenta el producto / servicio, el cliente y el mercado con base en las políticas de la empresa y del sector aplicando métodos para la fijación de precios. Define las estrategias de comercialización del producto turístico teniendo en cuenta los factores establecidos según las técnicas de mercadeo. Selecciona las redes para la promoción de sus servicios de acuerdo con el segmento del mercado. Determina las estrategias a utilizar en redes sociales de acuerdo con portafolio de servicios establecido. Desarrolla contenidos en herramientas tic de acuerdo con criterios técnicos. Diagnostica el mercado a partir de variables.	Evidencia: Producto Portafolio de Servicio Turístico digital que contenga: Experiencias turísticas propuestas Técnica: Valoración del producto. Instrumento de evaluacion: lista de chequeo.

Evidencia de producto a través de la presentación y sustentación del diseño de marca. Evidencia de producto a través de la conceptualización de la experiencia turística.	Recolecta información según tipo, fuentes y técnicas. Evalúa el comportamiento de la demanda con base en las variables que inciden en la toma de decisión de compra. Elabora investigación de mercado a partir de componentes e información seleccionada. Calcula el marco muestral del mercado según metodologías. Segmenta el mercado de con base en las variables, estrategias y tipo. Establece perfil del cliente según análisis de elementos Proponer estrategias de mercadeo a partir de componentes, fases y canales de distribución. Establece el perfil del turista a partir de motivaciones de viaje y técnicas de segmentación. Asocia las características de los productos turísticos con tipología y componentes. Planea actividades de la experiencia turística según elementos, factores del diseño y principios de sostenibilidad.	Evidencia: Producto Manual de marca Tecnica: Valoración del producto instrumento de evaluación lista de chequeo. Evidencia: Producto Documento con la experiencia turística propuesta. Tecnica: Valoración del producto Instrumento de evaluación lista de chequeo.

	Propone acciones de participación para desarrollo de la experiencia turística teniendo en cuenta los actores y beneficios. Diseña la experiencia turística teniendo en cuenta pasos y caracterización del territorio y criterios de sostenibilidad.	
Evidencia de Conocimiento: Formulación de preguntas para el proceso de legalización de empresa y portafolio de servicios de acuerdo con la normatividad vigente y su estructura.	Analiza de manera crítica las situaciones pertinentes que contribuyen a la resolución de problemas según los requerimientos de los contextos productivos y sociales.	Técnica: Formulación de preguntas. Instrumento: Lista de chequeo Técnica: Valoración de Producto Instrumento: Lista de Chequeo
Evidencias de Producto y Desempeño: Documentos escritos: Ensayo sobre conceptos de emprendimiento (actividad 3.1) Resumen escrito- concepto estructura de una empresa (actividad 3.2) Entrega en Word del protocolo de su proyecto productivo en norma APA versión 7	Propone alternativas creativas, lógicas y coherentes que posibiliten la resolución de problemas según la demanda del contexto social y productivo.	

Evidencias de Desempeño: Los aprendices diseñarán en inglés un Folleto de viajes donde especifican la duración del recorrido, visitas a los lugares más interesantes o históricamente relevantes y actividades a realizar. También brindan información sobre transporte, costo y alojamiento. **Evidencias de Producto:** Los aprendices presentan de manera oral en inglés el brochure, teniendo en cuenta los criterios comunicativos en lengua inglesa.	Se expresa con fluidez y coherencia de acuerdo al nivel de inglés. -Conoce los elementos y el vocabulario que conforman un folleto de viajes. Describe de manera sencilla y clara asuntos, acciones, experiencias, sentimientos, planes relacionados con temas de su interés y cotidianidad, siguiendo una secuencia lineal de elementos. Pronuncia el vocabulario adecuadamente. Utiliza las funciones gramaticales apropiadas en su presentación. Utiliza correctamente las funciones gramaticales para deletreo de las palabras en inglés Hace preguntas y responde a ellas usando las funciones gramaticales adecuadas.	Técnica de Evaluación: Valoración de producto Instrumento de evaluación: Lista de chequeo **Técnica de Evaluación:** Observación directa **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo

Evidencia de Producto: Plano de riesgos laborales y ambientales.	Expresa su opinión usando el vocabulario aprendido. Implementa las normas ambientales y de SST según su entorno laboral y social revisa las condiciones y los actos seguros y de preservación ambiental propias de su función laboral y social según métodos establecidos. Interioriza en su actuar la responsabilidad social y autocuidado, según principios de la norma	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo
Evidencia: Producto Carta al trato digno	Reconoce su valor y el valor del otro de acuerdo a los principios de dignidad construcción cultural y autonomía. Evidencia respeto por el bien común la alteridad y el diálogo con el otro con base en principios axiológicos. Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencia y la promoción de una cultura de paz.	**Técnica de Evaluación:** Valoración de producto **Instrumento de evaluación:** Lista de chequeo

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ACTIVIDAD FÍSICA: cualquier movimiento corporal producido por los músculos esqueléticos, con el consiguiente consumo de energía.
- ATRACTIVO EMOCIONAL: Mensaje que intenta despertar emociones negativas o positivas para motivar la compra, digamos temor, culpa, vergüenza, humor, orgullo o alegría.
- ATRACTIVOS TURÍSTICOS: Una atracción turística, o atractivo turístico, es un lugar de interés que los turistas visitan, normalmente por su valor cultural exhibido o inherente, su significancia histórica, su belleza, ofrece ocio, aventura y diversión.
- ATRIBUTO DE PRODUCTO: una característica o cualidad del producto
- BIEN COMÚN: El bien común es un concepto que en general puede ser entendido como aquello de lo que se benefician todos los ciudadanos o como los sistemas sociales, instituciones y medios socio económicos de los cuales todos dependemos que funcionen de manera que beneficien a toda la gente.
- Cambios patológicos de las curvaturas fisiológicas a lo largo de la vida como forma de manifestación de adaptaciones y compensaciones.
- CARTA DEL TRATO DIGNO: Es un manual de servicio al ciudadano donde se establecen los principios, valores, derechos y deberes para asegurar la calidad y del servicio, garantizando los derechos de la ciudadanía.
- COMERCIALIZACIÓN: Introducción de un nuevo producto al mercado.
- DERECHOS Y DEBERES: Qué son los derechos y los deberes. Los derechos son todos los mecanismos legales que protegen a los individuos. Los deberes son las obligaciones que deben cumplir para poder ejercer sus derechos. Los derechos y los deberes se crean para procurar la estabilidad social y una convivencia armoniosa entre los ciudadanos.
- DESTINO TURÍSTICO: Se denomina destino turístico a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista, cuenta con límites de naturaleza física, de contexto político y de percepción por parte del mercado. Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, el perímetro del destino lo constituyen las relaciones que se edifican entre el conjunto de unidades productivas que participan en la actividad turística.
- DIAGNOSTICO: Análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las tendencias. Esta determinación se realiza sobre la base de datos y hechos recogidos y ordenados sistemáticamente, que permiten juzgar mejor qué es lo que está pasando.

  El proceso normal de desarrollo implica cambios en la columna vertebral para adaptarse a la bipedestación, el crecimiento, o las actividades de la vida diaria. Por ejemplo, el recién nacido presenta una curva cifótica mientras que en el adulto aparecen la lordosis cervical, cifosis dorsal y lordosis lumbar.

  Esta idea se pone en práctica usando enfoques participativos; individuos, organizaciones, comunidades e instituciones que trabajan juntas para crear condiciones que aseguren la salud y el bienestar para todos. En sus términos más simples, la promoción de la salud

promueve cambios en el ambiente que ayudan a promover y proteger la salud. Estos incluyen cambios en las comunidades y los sistemas - por ejemplo, programas que aseguran el acceso a servicios de salud o políticas que organizan parques públicos para actividades físicas y pasar tiempo con otros. La promoción de la salud implica una forma particular de trabajar juntos. Es basado en la población, participativo, intersectorial, sensible al contexto y multinivel.

- ESTILO DE VIDA SALUDABLE: una forma general de vida basada en la interacción entre las condiciones de vida en un sentido amplio y los patrones individuales de conducta determinados por factores socioculturales y características personales.
- FACTOR DE RIESGO LABORAL: Es el elemento o conjunto de elementos que estan presentes en las condiciones de trabajo que pueden desencadenar una disminución en la salud del trabajador, pudiendo causar daño en el trabajador dentro del ambito laboral.
- HABILIDADES SOCIALES: Las habilidades sociales son el conjunto de estrategias de conducta y las capacidades para aplicar dichas conductas que ayudan a resolver una situación social de manera efectiva, es decir, aceptable para el propio sujeto y para el contexto social en el que se encuentre.
- INTELIGENCIA EMOCIONAL: El término Inteligencia Emocional se refiere a la capacidad humana de sentir, entender, controlar y modificar los estados emocionales de uno mismo y también de los demás. Inteligencia Emocional no significa ahogar las emociones, sino dirigirlas y equilibrarlas.
- MATRIZ DOFA: (o FODA, o DAFO) es una herramienta estratégica de diagnóstico que permite vislumbrar en qué situación se encuentra una organización.
- MERCADO: Conjunto de compradores actuales o potenciales con el deseo y la posibilidad económica para adquirir un producto.
- MOVIMIENTO CORPORAL: el movimiento corporal no es más que el desplazamiento de nuestra humanidad por un determinado lugar. Es decir, es la suma total del movimiento de nuestras articulaciones y músculos para lograr una posición concreta o dirigirnos hacia un lugar.
- PLAN: Se trata de un modelo sistemático que se elabora antes de realizar una acción, con el objetivo de dirigirla y encauzarla. En este sentido, un plan también es un escrito que precisa los detalles necesarios para realizar una obra.
- PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA: Determinación de los objetivos de las empresas a largo plazo y la elección de los medios y caminos necesarios para lograrlos. Es un proceso a lo largo del cual la empresa, reflexiona sobre sus objetivos y aspiraciones del futuri, analiza las oportunidaes y amenazas que presenta el entorno, identifica sus fortalezas y debildiades internas, valora su posición competitiva y define unas estrategias y unas líneas d actuación que le permitenn mantener y mejorar su competitividad.
- POSTURA: hace referencia a la posición relativa de los distintos segmentos corporales (cabeza, tronco, extremidades). Ahora bien, teniendo en cuenta que el ser humano está sometido a la acción de la gravedad, no se puede hablar de una postura fija, puesto que la

posición de los distintos segmentos corporales cambia constantemente con el objeto de mantener el equilibrio. Hay que tener en cuenta que el ser humano está sometido a constantes desequilibrios, a veces apenas perceptibles (movimientos respiratorios, peristaltismo intestinal...) y otras veces de mayor magnitud (movimientos de los brazos para alimentarse, inclinarse para coger un objeto...) Por ello, el concepto intuitivo de postura es lo que caracteriza a la “postura estática” o postura instantánea, es decir, la relación de los segmentos corporales en un instante particular, mientras que la constante búsqueda de equilibrio de un cuerpo sometido a la acción de la gravedad se denomina “postura dinámica”. La postura dinámica es la consecuencia del balanceo corporal que se realiza alrededor del centro de gravedad gracias a ciertos mecanismos de corrección los cuales responden a varios condicionantes: - Información sensitiva (Vestibular, visual y somato sensitiva), - Reacciones posturales programadas en la memoria, - Factores musculo esqueléticos como la eficiencia de la acción muscular, la capacidad de movimiento articular, - Eficiencia de la coordinación mediada por el sistema nervioso central, - Además se da la circunstancia de que la postura (entendida como el concepto global estático-dinámico), cambia a lo largo de la vida debido principalmente a dos factores:

- POTENCIAL CLIENTE: El que por sus características demográficas, sociales, económicas, o necesides puede considerarse como posible comprador de los productos ofertados o usuario de los servicio suministrados.
- PRECIO: Valor monetario convenido entre el vendedor y el comprador por el intercambio de un bien o servicio.
- PREVENCIÓN DE LA ENFERMEDAD: Medidas destinadas no solamente a prevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias una vez establecida.
- PROMOCIÓN DE LA SALUD: La Promoción de la Salud se define como un proceso que permite a las personas aumentar el control sobre su salud y sus determinantes. Los principales medios de promoción de la salud se producen mediante el desarrollo de políticas públicas sanas que aborden los requisitos previos de la salud, como los ingresos, la vivienda, la seguridad alimentaria, el empleo, la educación y las condiciones laborales de calidad. Trabajo más reciente ha utilizado el término Salud en Todas las Políticas para referirse a las acciones para incorporar la salud en todas las políticas públicas.
- PUESTO DE TRABAJO: es aquel espacio en el que un individuo desarrolla su actividad laboral, también se le conoce como estación o lugar laboral.
- RUTA DE EVACUACIÓN: Es el camino o la ruta diseñada específicamente con los planos del lugar para q los trabajadores y visitantes evacuen las instalacionesen el menortiempo posible teniendo en cuenta las medidas de bioseguridad.
- SEÑALIZACIÓN DE SEGURIDAD: Es una indicación que relaciona un objeto, actividad o situación determinada, que suministra indicación u obligación relativa a la seguridad o salud en el trabajo mediante un plafón, color especial, señal luminosa, señal acústica, comunicación verbal o señal gestual.

- SISTEMA MÚSCULO – ESQUELÉTICO: El sistema músculo esquelético proporciona forma, estabilidad y movimiento al cuerpo humano. Está constituido por los huesos del cuerpo (que conforman el esqueleto), los músculos, los tendones, los ligamentos, las articulaciones, los cartílagos y otras clases de tejido conjuntivo.
- VIABILIDAD: es un análisis que tiene por finalidad conocer la probabilidad que existe de poder llevar a cabo un proyecto con éxito. Por tanto, ofrece información sobre si se puede o no llevar a cabo. Así, si es viable, significa que tiene muchas posibilidades de salir adelante.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

- Guía análisis DOFA. Direccionamiento institucional. Universidad Nacional De Colombia. Julio de 2012
- Ley General De Turismo Colombia 300 De 1996. Ministerio De Desarrollo Económico. 1996.
- Turismo En La Región. Departamento Del Valle Del Cauca. http://turismovalledelcauca.com/el_departamento
- Experiencias turísticas en Colombia el sello "Colombia inolvidable". Colombia prospera, septiembre 06-2012
- NTS AV 004. Diseño de paquetes turísticos. Mincit 2012
- Plan de mercadeo estrategias de comercialización. Servicio Nacional de Aprendizaje SENA. https://www.unab.edu.co/sites/default/files/archivos/publicacion_noticias/5-PlanMercadeo.pdf
- Marketing turístico. https://www.aprendedeturismo.org/estrategias-destinos-turisticos/
- Guixà Mora, J. Soriano Llobera, J. y Otero Sierra, C. (2013). Prevención de riesgos laborales. Universitat Politècnica de Catalunya. https://elibro net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/52195
- Conesa Bernal, J. A. (2017). Emergencias y evacuación. Editorial ICB. https://elibro-net.bdigital.sena.edu.co/es/lc/senavirtual/titulos/59621
- CARTA DEL TRATO DIGNO SENA, Tomada de: http://www.sena.edu.co/es-co/ciudadano/Documents/carta_trato_digno_2014.pdf
- Yáñez Sepúlveda, R.; Barraza Gómez, F.; Mahecha Matsudo, S. (2016). Actividad Física, Rendimiento Académico y Autoconcepto Físico en Adolescentes de Quintero, Chile. Educación Física y Ciencia, 18 (2), e017. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7663/pr.7663.pdf
- Organización Mundial de la Salud (2008). Actividad Física. OMS. https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/physical-activity
- Organización Panamericana de la Salud (2020). Lanzamiento del programa de mercadeo social para la salud pública – 15 de julio de 2020. Promoción de la Salud. OPS. https://www.paho.org/es/temas/promocion-salud

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Angie Lorena García Céspedes**	**Instructor**	**CTA**	**05-04-2021**
	Cindy Lorena Espejo	**Instructor**	**CTA**	**12-07-2021**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					