1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en gestión de destinos turísticos
- **Código del Programa de Formación:** 122149
- **Nombre del Proyecto:** Estructuración de protocolos de mejoramiento e innovación para la gestión del turismo
- **Fase del Proyecto:** Planeación
- **Actividad de Proyecto:** Determinar estándar de calidad, competitividad y sostenibilidad del destino turístico, teniendo en cuenta planes y políticas locales.
- **Actividad de Aprendizaje:** Diagnosticar la calidad, competitividad y sostenibilidad del sector turístico.
- **Competencia:** Generación de alternativas para el desarrollo del turismo
- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**
    1. Examinar los resultados del diagnóstico turístico elaborado teniendo en cuenta los planes de desarrollo y políticas de turismo existente y vigente.

- **Duración de la Guía:** 38 horas

2. PRESENTACIÓN

Estimado (a) aprendiz la gestión del turismo para un destino implica tener conocimiento detallado del macro y micro entorno, así como de las potencialidades que el destino pueda ofrecer, por ello se deben realizar trabajos de campo que permitan identificar problemáticas y necesidades las cuales serán presentadas en informes de diagnóstico con el ánimo de darlas a conocer.

A partir de las problemáticas del destino se procede a realizar un análisis de las posibles soluciones teniendo en cuenta los impactos positivos y negativos que puedan generarse, así como ir en concordancia con los planes de desarrollo nacional, regional y local.

La planificación turística implica tener sólidos conocimientos de las políticas de desarrollo turístico, así como la normatividad vigente aplicable a los prestadores de servicios turísticos y actividades programadas dentro de los planes de desarrollo para verificar la disponibilidad de recursos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Desarrollo de la actividad:

3.1 Actividades de Reflexión inicial

Sr. Aprendiz, por medio del desarrollo de esta guía podrá ampliar y afianzar sus conocimientos siempre y cuando se preocupe por estar enterado de la situación real del destino frente a las actividades para el desarrollo del turismo.

3.1.1. En destinos turísticos con alto potencial se han realizado estudios de identificación de problemáticas y situaciones que bloquean y retrasan el normal desarrollo de las actividades relacionadas con el turismo.

a) De acuerdo a los trabajos de campo realizados en trimestres anteriores, en grupos de 3 o 4 personas identifique 5 problemas que presentan los destinos objeto de estudio.

b) ¿En una mesa redonda exponga su punto de vista de las problemáticas y cuáles podrían ser las posibles soluciones, que respondan al que? ¿Al cómo? ¿Y al por qué?

Problemática: Tanto prestadores como residentes del destino, desconocen los conceptos del desarrollo turístico.

¿Qué se va a hacer?

Alternativa: Sensibilizar a los actores del turismo frente a los conceptos del turismo

¿Cómo?

Propuestas:

- ¿Definir qué tipo de prestador se va sensibilizar?
- ¿Cuántos prestadores?
- ¿A través de que medios? (presencial, semipresencial, o virtual)
- ¿Con qué recursos cuenta? (Económicos, logísticos, técnicos, humanos)
- ¿En cuánto tiempo se va a ejecutar?

¿Por qué? O ¿para qué?

Generar interés, participación, sentido de pertenencia y empoderamiento de los participantes como parte del sistema turístico del destino.

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

3.2.1. Consulte en el material de apoyo en plataforma LMS denominado "**Diagnóstico *Turístico de Bogotá***".

a. Liste al menos 5 indicadores que aparezcan en el documento del IDT, aplique los conceptos al estudio realizado en su municipio.
b. De acuerdo a los indicadores elegidos proponga las alternativas que se enfoquen en el cumplimiento de esas metas y con un alcance a realizar en el trimestre (8 semanas).

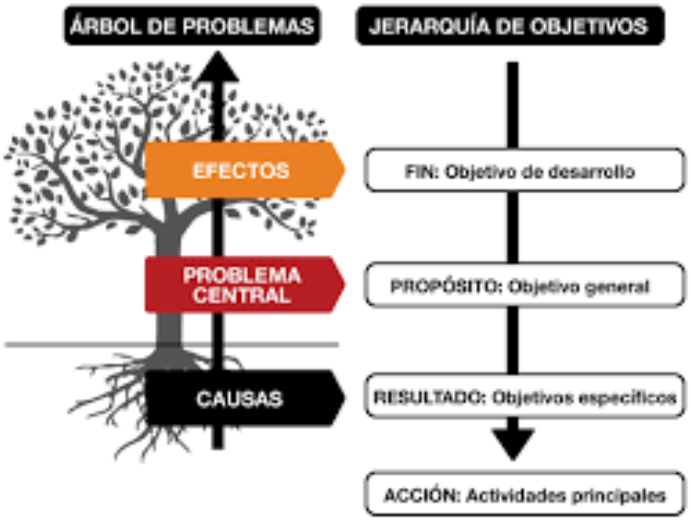
c. Defina las metas propuestas para la buena gestión de las actividades turísticas en el destino.
d. Para la elaboración de la propuesta utilice la plantilla ubicada en el material de apoyo.

Ejemplo:

No	Proceso	Magnitud	Unidad de medida	Descripción	mes 1	mes 2	mes 3
1	Formar	50	personas	Apropiación del destino	15	15	20
2	Señalizar	1	senderos	Realizar propuesta de señalización	1	1	1

1.2.2. Apropiación del conocimiento

a. Consulte el plan de desarrollo económico del municipio o el plan de desarrollo turístico.
b. Identifique el EOT (esquema de ordenamiento territorial) del municipio
c. Utilizando el siguiente grafico desarrolle el árbol de problemas y presente su evidencia



1.2.3. Elabore un cuadro comparativo que refleje la trazabilidad entre el Plan de desarrollo municipal, plan sectorial de turismo y el plan nacional de desarrollo

1.2.3.1. Presente su evidencia siguiendo las directrices del instructor

Transferencia de conocimiento

1.2.4. Con su grupo de trabajo y tomando como base los siguientes temas: Clúster de turismo, Club de producto turístico, red de turismo.

1.2.4.1. Consulte cada concepto.

1.2.4.2. Identifique las características que componen cada uno de los conceptos.

1.2.4.3. ¿Cómo se crean?

1.2.4.3.1. Realice un análisis de los siguientes casos:

1.2.4.4. Clúster de naturaleza del Casanare, Clúster de turismo de salud, clúster de Cartagena o Clúster de turismo de Medellín

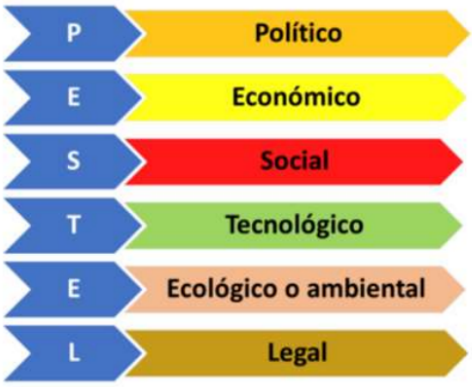
1.2.4.5. Red de pueblos patrimonio, red de turismo Convite Travel, mapa red de turismo comunitario https://maphub.net/milenitaymv78/TURISMO-COMUNITARIO

1.2.4.6. Presente su evidencia siguiendo las directrices del instructor

ACTIVIDADES ADICIONALES SEGÚN EL RESULTADO DE APRENDIZAJE:

d. ANALISIS PESTEL: Hacer una breve consulta para socializarlo dentro del ambiente de formación con el Instructor.

¿Qué es el análisis PESTEL?
¿Qué es el DAFO?
¿Cómo se identifican las problemáticas del turismo según el PESTEL?



PESTEL

¿Cuáles son los factores del análisis PESTEL?
¿Cuáles son los beneficios del análisis PESTEL?
¿A través del análisis PESTEL, reconocer cuáles son los impactos positivos y negativos del turismo?
Establecer la relación entre el plan de desarrollo y el análisis PESTEL.
Establecer la relación entre el plan de turismo y el análisis PESTEL.
Establecer la relación entre el plan de ordenamiento territorial y el análisis PESTEL.
Establecer la relación entre el plan ambiental y el análisis PESTEL.

e. **OBEJTIVOS SMART:** Teniendo en cuenta, que está haciendo un estudio propio al proyecto formativo se considera la trazabilidad de los objetivos SMART.
¿Qué es un objetivo?
¿Para qué sirve un objetivo?
¿Cómo es la trazabilidad de objetivo?
¿Cómo funciona un objetivo?
¿Qué características debe tener un objetivo?
Identificar los objetivos Smart en el diagnóstico turístico de su municipio
Identificar los objetivos Smart en las políticas del turismo de su municipio
Identificar los objetivos Smart en los actores que intervienen en su municipio
Identificar los objetivos Smart en los aliados que intervienen en su municipio

f. **LAS FUERZAS DEL ENTORNO GENERAL:** Esta actividad se regula para darle una estructuración más amplia al proyecto formativo.

Las Fuerzas del Entorno General
El entorno general está compuesto por varias fuerzas.



Ejecutar matriz relacionada con las fuerzas del entorno general teniendo en cuenta el direccionamiento y la temática del proyecto formativo:

Variables	Consecuencias	Influjo en la Empresa
Crecimiento económico	Más empleo	• Mayor consumo.
Crisis económica	Menos empleo	• Menos consumo
Déficit público	Menor gasto público	• Más paro. • Más impuestos. • Menos ventas.
Inflación	Subida de los precios	• Menos poder adquisitivo. • Aumento de los costes y, por tanto, menor rentabilidad.
Crisis bancaria	Dificultad para acceder al crédito bancario	• Posibilidad de impagos o retrasos en el pago. • Desconfianza en los clientes.

Variables	Consecuencias	Influjo en la Empresa
Cambios sociales	Cambios en los hábitos de consumo	• Modificación en las costumbres y pautas de ocio. • Nuevas modas.
Estilos de vida	Cambios en los hábitos de consumo	• Modificación en las costumbres y pautas de ocio. • Nuevas modas.
Situación demográfica	Volumen de mercado	• Mayor o menor consumo y/o producción

Ejemplos de repercusión de las variables macrosociales en la empresa.

Variables	Consecuencias	Influjo en la Empresa
TIC´s	Cambian las formas de comunicación	• Adaptación de la empresa a dichos cambios tecnológicos.
Inversión en I+D+i	Avance tecnológico y social (desarrollo).	• Nuevas máquinas y procesos de producción.

Ejemplos de repercusión de las variables macrotecnológicas en la empresa.

Variables	Consecuencias	Influjo en la Empresa
Iva (21%)	Aumento de los precios de consumo	• Más impuestos y, por tanto, reducción de beneficios.
Ley de prevención de riesgos laborales	Prevención y protección de accidentes.	• Reducción de siniestros. • Reducción de contaminación.
Ley de competencia	Regulación de economía de mercado	• Competitividad. • Reducción de precios de venta.

https://sites.google.com/a/educacion.navarra.es/weblogeie/iniciativa/analisis/entorno/general

Una vez terminadas las matrices, diríjase al archivo adjunto en donde encontrará un Excel que le permitirá sintetizar la información en una matriz de control de fuerzas. *Ver adjunto.*

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Cuadro con estrategias planteadas. Mapa de árbol de objetivos	•Elabora esquema de los impactos del turismo mostrando las causas y efectos. • identifica alternativas de solución de acuerdo a	**Técnica:** Valoración de producto **Instrumento:** Lista de verificación

Matriz de fuerzas de control **Evidencias de Desempeño** Propuesta Alternativas de desarrollo turístico. Objetivos SMART **Evidencias de Producto** Cuadro comparativo de Clúster, club de producto y red de turismo. Análisis PESTEL	los problemas identificados •Plantea estrategias de gestión para los actores y aliados del turismo. • Comunica sus propuestas de manera clara mostrando coherencia y seguridad en sus planteamientos.	**Técnica:** Valoración de producto **Instrumento:** lista de Verificación **Técnica:** Valoración del producto **Instrumento:** lista de Verificación

5. GLOSARIO DE TERMINOS:

Actividades turísticas: Actividades que llevan a cabo los turistas durante el periodo que dura su viaje en un lugar fuera de su espacio habitual, estas se realizan con fines de ocio, diversión, descanso y otros motivos.

Agencia de Viajes: Empresa o negocio que da servicio al consumidor final (viajero). Puede vender paquetes de viajes y servicios turísticos por separado, tales como: venta de noches de hotel, renta de autos, tours o excursiones, reservación en restaurantes, venta de boletos de avión y/o paseos en cruceros.
AMAV: Asociación Mexicana de Agencias de Viajes. Ver más: Artículo principal

Áreas naturales protegidas: Zonas del territorio nacional (México) y aquéllas sobre las que la nación ejerce su soberanía y jurisdicción, en donde los ambientes originales no han sido significativamente alterados por la actividad del ser humano o que requieren ser preservadas y restauradas y están sujetas al régimen previsto en la Ley.

Bleisure: Término en inglés derivado de la unión de "business travel" y "el leisure travel" (viajes de negocio y viajes de ocio). Es una tendencia de los viajeros de negocios a alargar sus estancias (1 o 2 días) para conocer, como un turista convencional, el destino visitado.

Carnaval: Celebración que se realiza antes del inicio de la cuaresma cristiana, que comienza el Miércoles de Ceniza. En cada destino turístico se realiza en diferentes fechas, entre febrero y marzo. Se origino como una festividad donde se desfilaba con disfraces y máscaras. El que tiene lugar en Río de Janeiro (Brasil) es el más famoso del mundo. En México el de Veracruz y el de Mazatlán son ampliamente

reconocidos.

Centro histórico: Núcleo central de un área urbana, normalmente el de mayor atracción social, económica, política y cultural; encierra la mayor parte de la historia de una ciudad. A partir de este, se comienza a construir cualquier ciudad.

Centro turístico: Espacio territorial dotado de bienes y servicios turísticos, con capacidad para motivar y atender una demanda significativa.

Centro Vacacional: Unidad equipada con bienes y servicios turísticos, concentrados en un área delimitada y equipada para la atención de grupos de turistas.

Chárter: Contratar el uso exclusivo de cualquier avión, autobús u otro vehículo.

Circuito turístico: Recorrido turístico con regreso al punto de partida pero sin pasar dos veces por el mismo lugar. Ver más: Artículo principal

---

Consolidador: Una persona o empresa que forma grupos para realizar excursiones; al llevar un grupo de personas al viaje tiene la posibilidad de aumentar las ventas, ganar o cortesías.

Corredor turístico: Vía de comunicación entre dos o más centros turísticos, sirve como espacio de desplazamiento para corrientes turísticas. Ejemplo: Carreteras o caminos.

Cultura: La suma total del comportamiento y las formas de vivir de un asentamiento de seres humanos que es transmitido de generación en generación.

Destino: Lugar geográfico al que llega un viajero, sin importar si pernocta o no. (OMT)

Ecoturismo: Viajes ambientalmente responsables a las áreas naturales, con el fin de disfrutar y apreciar la naturaleza (y cualquier elemento cultural, tanto pasado como presente), que promueva la conservación, produzca un bajo impacto de los visitantes y proporcione la activa participación socioeconómica de la población local. Ver más: Artículo principal

---

FAM TRIP: Término en inglés para referirse a un viaje de familiarización. Es una tarifa de viaje reducida o gratuita ofrecida a profesionales de viaje para que conozcan un destino, atracción u hotel, con el fin de que después lo vendan a sus clientes.

GDS: Siglas en inglés cuyo significado es: *Global Distribution System*; en español: "Sistema Global de distribución". Son sistemas tecnológicos utilizados principalmente por las agencias de viajes para reservar vuelos, habitaciones de hotel, renta de autos, entre otros servicios de la industria turística. En otras palabras, sirven como "compilador" de servicios turísticos entre las empresas que los ofrecen y las agencias de viajes. Los GDS mas reconocidos son: Sabre, Travelport y Amadeus.

Hospitalidad: Término general usado en la industria del turismo que describe la "hospitalidad en la industria" y que normalmente se refiere a la manera en que se trata al huésped desde la bienvenida en recepción, el trato del personal, el servicio de alimentos y bebidas, etc.

Hotel: Inmueble construido para dar servicio de hospedaje a personas, generalmente durante sus viajes a un destino diferente al de su residencia. Depende de la categoría, pueden contar con servicio de restaurante, piscina, gimnasio, guardería, spa, entre otros.

IATA: Asociación Internacional de Transporte Aéreo. Ver más: Artículo principal

Industria turística: Conjunto de empresas, establecimientos y otras organizaciones cuya actividad principal es ofrecer bienes y servicios a los turistas. (OMT)

Itinerario: Descripción detallada de las actividades que se llevaran a cabo durante un viaje, incluye los horarios. Es común que tanto el viajero como el prestador de servicios turísticos tengan una copia.

MICE: Acrónimo (conjunto de letras que forman una palabra) que hace referencia a *Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions* (en español: Reuniones, Incentivos, Conferencias y Exposiciones). Se utiliza para hacer definir al Turismo de Reuniones, aunque el término aceptado por la Asociación Internacional de Congresos y Convenciones (ICCA) es justamente "Turismo de Reuniones". Ver más: Artículo principal

Motel: Vocablo formado a partir de las palabras en inglés "Motorist Hotel". El concepto se originó para describir alojamientos de hospedaje cerca de las carreteras a las afueras de la ciudad, donde viajeros en automóvil hacían uso de estos con el fin de descansar. Actualmente existen moteles en el interior de las ciudades; y en algunas partes de Latinoamérica el termino se usa para referirse a establecimientos donde se tienen relaciones íntimas.

Oficina de Convenciones y Visitantes - Las Oficinas de Convenciones y Visitantes (OCV) son organismos público-privados enfocados (no exclusivamente) al segmento de Turismo de Reuniones, cuya labor principal es la promoción del destino turístico donde están establecidas; pero, también tienen dentro de sus funciones el desarrollo de productos turísticos y la capacitación a prestadores de servicios turísticos.

OTAs: Siglas de: "Online Travel Agency". Cuyo significado al español es: "Agencia de Viajes Online". Ver más: Artículo principal

Paquete turístico: Un producto ofrecido al consumidor, que incluye al menos 2 elementos del viaje, cargados en el precio final. Estos elementos pueden ser el transporte, el hospedaje, los alimentos y/o visitas de ciudad, entre otros. Lo más común es que exista un precio y duración del viaje predeterminados con características únicas.

REVpar: Término en inglés que quiere decir "Revenue per available room", traducido como Ingreso por habitación disponible. Ver más: Artículo principal

Tarifa: Precio final al que se vende al público un producto o servicio.

Tarifa con descuento: (Hotelería) Cuando por algún motivo como incentivar el hospedaje, grupos de huéspedes, convenio o fechas especiales se hace una rebaja al precio normal de las habitaciones.

Tarifa grupal: (Hotelería) También conocida como tarifa convenio. Precio que se le ofrece a empresas o particulares que llevan constantemente gente (grupos) al hotel.

Tarifa Neta: (Hotelería) Es aquella que incluye impuestos (IVA e ISH).

Tarifa pública: (Hotelería) Precio estipulado abierto al público de las habitaciones de un hotel.

Tarifa Rack - (Hotelería) Costo más caro al que se puede vender una habitación. Se ofrece generalmente cuando el hotel tiene mucha demanda y pocas habitaciones.

Tiempo compartido - Servicio que consiste en poner a disposición de una persona o grupo de personas, el derecho de un desarrollo turístico (ejem. casa habitación, departamento o cuarto de hotel) por un periodo de tiempo específico; mediante el pago de una cantidad convenida. Es un tipo de "compra" anticipada de vacaciones por un determinado número de años.

Tour Operador - Una compañía que crea y comercializa paquetes turísticos, los que pueden incluir transporte, alimentos, hospedaje, visitas de ciudad, etc. En la cadena de venta, los tours operadores normalmente venden a las agencias minoristas y no directamente al cliente final.

Turismo - Se refiere a las acciones que realizan los visitantes a un destino turístico. Engloba todas las actividades económicas que se dedican a satisfacer la demanda del turista. Ver más: Artículo principal

Turismo de Naturaleza - Viajes cuya principal motivación es la experiencia y cercanía con la naturaleza.

Turismo electoral - Se refiere al cambio de domicilio en la credencial de elector con la intención de participar en una elección que no es la que corresponde, es decir, tener la posibilidad de votar por alguien que no a tu espacio geográfico habitual.

Turista - Visitante que pernocta en el destino al menos una noche. (OMT)

Upgrade – Término usado en hotelería para referirse al hecho de que el huésped tendrá una mejor habitación que la que ha pagado o una mejor clase de servicio, por el mismo precio.

Visitante - Un *visitante* es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. (OMT)

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

Guerrero, G. P. E., & Ramos, M. J. R. (2014). Introducción al turismo. México, D.F., MX: Grupo Editorial Patria. Retrieved from http://www.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co

Wallingre, N. (2013). Transporte aéreo: relación con el turismo y los servicios (2a. ed.). Buenos Aires, AR: Fundación Proturismo. Retrieved from http://www.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co

Foster, D. L. (1994). Introducción a los viajes y al turismo. México, D.F., MX: McGraw-Hill Interamericana. Retrieved from http://www.ebrary.com.bdigital.sena.edu.co

Maria Guadalupe Torres Arriaga, 2019. Tomado de: http://148.202.167.116:8080/jspui/bitstream/123456789/2973/1/An%C3%A1lisis%20PESTEL.PDF

Centro de apoyo de desempeño académico, 2018. https://cada.udd.cl/files/2018/11/2.-B-.pdf

Scientia et Technica Año IX, No 23, Diciembre 2003. UTP. ISSN 0122-1701. Tomado de: file:///C:/Users/Daniela%20Chaparro%20R/Downloads/Dialnet-ELENTORNOEMPRESARIALYLATEORIADELASCINCOFUERZASCOMP-4845158.pdf

Centro de apoyo de desempeño académico, 2018. Tomado de: https://extranet.who.int/lqsi/sites/default/files/attachedfiles/SMART%20Action%20Planning_ES-ES_0.pdf

Then, Luz; Pimentel, Solange; Olivero, Paola; Soto, Ailec; Luna, Abraham; Cruz, Gilbert; Peguero, Miguel; Jáquez, Carlos; Lluberes, Jorge. Tomado de: https://www.redalyc.org/pdf/870/87031897004.pdf

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**
Autor	Mariela Salamanca	Instructora	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos	Julio de 2021

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

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					