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 V.1
- **Nombre del Proyecto** DESARROLLAR ACCIONES ENMARCADAS EN LOS SERVICIOS TURÍSTICOS RESPONSABLES PARA UNA CULTURA DE PAZ, LA RECONCILIACIÓN SOCIAL Y LA CONSERVACIÓN DEL PATRIMONIO NATURAL Y CULTURAL EN LOS MUNICIPIOS DEL NORTE DEL VALLE
- **Fase del Proyecto:** Ejecución
- **Actividad de Proyecto:** EJECUTAR LA PROPUESTA DEL PORTAFOLIO DE SERVICIOS TURISTICOS, A TRAVÉS DE LA INTEGRACIÓN CON LA OFERTA DE PRODUTOS Y SERVICIOS
- **Competencia:**
    - Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo
    - Diseñar paquetes turísticos de acuerdo con los componentes técnicos y estándares de servicio
    - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
    - 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
    - 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

- Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información.
- Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
- Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales
- Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfilpersonaly los requerimientos de los contextos productivo y social.

- **Resultados de Aprendizaje:**
  - Operar la actividad turística de acuerdo con requerimientos normativos y plan de acción.
  - Organizar paquete turístico teniendo en cuenta los componentes, las experiencias estructuradas y la normativa
  - Fijar estrategias de mercadeo para el portafolio a partir de elementos de marketing mix.
- Duración de la Guía de Aprendizaje (horas): 220 horas

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos y bienvenidas a la fase de Ejecución de formación.

Las actividades turísticas generan crecimiento económico local, desarrollo comunitario, mejoramiento de la calidad de vida, protección ambiental y fortalecimiento de la identidad cultural. Esto se ve reflejado en los resultados generados en territorios donde comunidades han organizado actividades turísticas sostenibles, generando con ello empleos directos e indirectos y apropiación por el entorno en donde habitan.

En ese marco, el estado ha planteado diferentes políticas para el impulso del turismo dado que este renglón de la economía ha crecido en más del 60% en la última década. El 2022 creció un 2,1% respecto al año 2021. Esto pone en evidencia que esta es una industria de oportunidades que, si se

desarrolla de manera sostenible, se puede convertir en una excelente opción para la generación de ingresos de los colombianos.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

- **Descripción de la(s) Actividad(es)**

3.1 Actividades de reflexión inicial:

Colombia recibió en 2022 un total de 4.606.915 visitantes extranjeros, lo que significó un aumento del 63,5% respecto al año anterior, si bien se trata de datos provisionales, según el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Estas cifras se calcularon mediante la nueva metodología adoptada por el Ministerio, que excluye la estimación de viajeros extranjeros por pasos fronterizos, con el fin de que el resultado no se vea alterado por la crisis migratoria venezolana. Adicionamente factores como la devaluación del peso colombiano frente a la fluctuación del dólar, conlleva a que se incremente el interés de los extranjeros por la oferta turística nacional.

Es así, que se hace necesario que los actores turísticos presentes en los territorios enfoquen sus esfuerzos en la preparación y mejoramiento de sus competencias y habilidades que contribuyan a la satisfacción de la creciente demanda.

Bajo su criterio y teniendo en cuenta la lectura anterior, responda las siguiente preguntas:

1. Según su percepción, indique y argumente ¿De dónde están llegando principalmente los turistas extranjeros al Valle del Cauca? Y Consulte el siguiente enlace https://siturvalle.com/observatorioturistico y realice un paralelo entre la información presentada en el SITUR Valle frente a la información del observatorio turístico y su perpceción indicada en el anterior punto. De tal manera que identifique los mercados reales de turista que están llegando al departamento.

2. De acuerdo a las tipologías de turismo vista en formación, ¿Cuál considera que es la mas demanda por los turistas que visitan el departamento del Valle del Cauca? ¿Mencione cuales son los servicios turísticos y complementarios que requiere un turista al momento experimentar un producto turístico?

3. Si usted fuera un operador turístico ¿Cuál cree que sería el esquema de pasos a seguir para atender la demanda y satisfacer las necesidades de los turistas?

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

¿Qué es un plan de acción para la ejecución de las rutas turísticas?

Un plan de acción es el proceso de ejecución de una ruta o producto turístico, definido paso a paso, teniendo en cuenta diversas opciones de decisión, en caso de que alguna no se pueda ejecutar. Es decir, es un itinerario de acciones a llevar a cabo con un plan a, b c y hasta z, en el cual se contemplan cada una de las actividades, los responsables, la duración y los actores implicados para llevar a cabo de manera satisfactoria las rutas propuestas.

En este Plan de acción entran a participar diferentes elementos:

1. Paquete turístico: el producto que se comercializa y se ofrece a los turistas, en el cual se incluyen todos los servicios complementarios para el disfrute del destino.
2. Objetivo: Metas trazadas, lo que se pretende lograr en la ejecución de la ruta o producto turísticoAmbiente requerido:
3. Caracterización del usuario
4. Itinerario: Descripción detallada del camino o ruta a seguir, con duración, actividades y estaciones.
5. Recursos: materiales a utilizar en la ejecución de la ruta: físico, financiero, humano, técnico.
6. Proveedores: PSTque satisfarán las necesidades de la ruta.
7. Grupo de apoyo: Personal o staff que hace parte del equipo de trabajo que apoya la ejecución de las actividades en cada una de las estaciones y actividades previstas en el itinerario.
8. Plan de evaluación: Encuesta de satisfacción en donde se analiza el cumplimiento del producto turístico.

Teniendo en cuenta lo anterior, realice una propuesta de plan de acción donde organice cada uno de los anteriores ítems definidos.

Además de la importancia del plan de acción, existe otra estrategia para la venta de la oferta turística de un destino, denominado Paquete Turístico según la definición clásica, Paquete Turístico es el conjunto de servicios prestados con base a un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma "de bloque" a un precio único y global.

Se le considera un conjunto de servicios debido a que en el momento de su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como:

- Alojamiento
- Transporte de aproximación
- Gastronomía
- Recreación
- Visitas guiadas
- Transporte local
- Lugares de diversión

Clasificación del paquete turístico

Toda clasificación del paquete turístico debe atender a las siguientes seis variables, altamente significativas al momento de su elaboración:

- La organización de la prestación
- La modalidad del viaje
- La temática
- El programa
- La forma de operación
- Los usuarios del producto

Organización de la prestación:

Standard: Los paquetes turísticos standard se ajustan a modelos o patrones únicos concebidos para consumo masivo. Se trata de tendencias generales o nichos en los que se trabaja habitualmente. Generalmente, son un verdadero popurrí de atractivos, puesto que su objeto es complacer a todo aquel que los consume.

Especiales: Son aquellos que se producen de acuerdo a solicitud del cliente tomando en cuenta sus preferencias y necesidades particulares.

Modalidad del viaje:

Viajes itinerantes: Es aquel cuyo circuito e itinerario contempla el pernocte en varios destinos sucesivos.

Viajes de estancia: también llamados de estadía, son aquellos en los cuales las pernoctaciones se realizan siempre en la misma localidad, a lo sumo se efectuarán excursiones a puntos cercanos, sin que ello involucre prolongados desplazamientos.

La temática:

Generales: No abordan un tema determinado. Incluyen distintos aspectos relacionados con el centro o destinos dando una visión global o panorámica del lugar.

Específicos: Son de temática especifica e incorporan en las visitas sólo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas. Como por ejemplo podemos mencionar visitas históricas, arquitectónicas, de aventura, etc.

Para la comercialización y venta de paquetes turísticos, se utiliza como instrumento piezas publicitarias tanto físicas como digitales que integran elementos como: alojamiento, alimentación, transporte, actividades, servicio de guianza, duración, cantidad de personas, precio entre otros servicios.

A continuación se presenta un ejemplo de pieza publicitaria a través de la cual se realiza la comercializació y venta de un paquete turístico.



3.3 Actividades de apropiación:

De conformidad con las pautas para la elaboración de un plan de acción, se relaciona a continuación el plan de acción de la empresa de la Biblioteca Magica de Cartago, a modo de referencia:

EXPERIENCIA TURÍSTICA SELECCIONADA	BIBLIOTECA MAGICA DE CARTAGO
OBJETIVO DE LA RUTA O EXPERIENCIA TURÍSTICA	DIVULGAR LA HISTORIA DE CARTAGO
OBJETIVOS ESPECÍFICOS (SMART)	**Nombre de la experiencia**
	BIBLIOTECA MAGICA DE CARTAGO
	Tipo de experiencia
	EXPERIENCIA EDUCADORA

LISTADO DE ATRACTIVOS QUE SE INVOLUCRAN CON LA RUTA	**Objetivo de la experiencia**
	Objetivos especificos
	Divulgar la historia de Cartago a travez de actividades presentes en la ruta
	enseñar de una manera eficiente a los turistas con actidades donde se usen los conocimientos adquiridos
	Listado de atractivos que involucran en la ruta
	La catedral nuestra señora del Carmen
	iglesia de Guadalupe
	Parque de Guadalupe
	Ecoparque de la salud
	Parque principal Simon Bolivar

FASES	ACTIVIDADES	RECURSOS REQUERIDOS				PRODUCTO
		R. HUMANOS	MATERIALES	EQUIPOS	FINANCIEROS	

	Inicio: recibida en los almendros	guia, conductor	lista de asistencia,lapicero	transporte		ficha tecnica del producto
	desarrollo: transporte	conductor, asistente de c	lista de asistencia,lapicero	transporte		ficha tecnica del producto
Actividades para realizar durante la ruta turística	desarrollo: Recorrido y obra de	guia, asistente, actores,	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras			
	desarrollo: recorrido y	guia, asistente	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras			
	desarrollo: almuerzo en frisby	guia, asistente, personal	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras, comida, utensilios de co			ficha tecnica del producto
	desarrollo:	guia, asistente,	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras,			

	actividad de titeres	titiritero				
	desarrollo: momento recreativo	guia,asistente	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras			
	desarrollo: tour y	guia, asistente	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras			
	desarrollo: actividad didactica	guia, asistente	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras, materiales para la activid			ficha tecnica del producto
	Cierre: finalizacion de las	guia, asistente, conducto	lista de asistencia,lapiceros, camisas identificadoras			ficha tecnica del producto
Acciones de	Evaluar riesgos de las actividades	Guías con la capacitación para la busqu		Teléfono reservado para contac		Plan de emer

prevención de riesgos		eda de la Información		tar con aquellos con la información para la		gencias y contingencia
	Alistamiento de los elmentos básicos para la prevención y atención de emergencias.	Auxiliar de primeros Auxilios	Botiquín de emergencias a la mano	Camilla		
	Asegurar a los turistas (seguros turísticos)					Instructivo se como sacar un seguro al

						turista, con
Acciones de promoción y venta	Elaboración del portafolio	Organizador de la Ruta		Computadora o portátil para el desarrollo del portafolio		Plan de Marketing
	Promoción de la experiencia o ruta turistica	Personas que ya hayan comprado la ruta	Planfetos, Folletos	Redes sociales		
Actividades para realizar antes de la ejecuci	Registro de turistas	Guía	Planilla de asistencia			Planilla de registro de
	Recomendaciones al turista	Padre o tutor	Permiso firmado	Número telefónico del		Instructivo de bienvenida al turista,

ón de la ruta				padre o tutor		Listado de
	Entrega de escarapelas y					Modelo de escarapelas
		Normativa de	Inventario de materiales	Ficha técnica de	Relación de costos e	

3.4 Actividades de Transferencia el Conocimiento:

Teniendo en cuenta los parámetros para la estructuración de un plan de acción, a continuación se presenta una tabla la cual contiene cada uno de los ítems. Usted deberá realizar el diligenciamiento de la misma aplicandolo al producto turístico ya diseñado, que viene desarrollando.

Plantilla ejemplo plan de acción:

EXPERIENCIA TURÍSTICA SELECCIONADA	
OBJETIVO DE LA RUTA O EXPERIENCIA TURÍSTICA	
OBJETIVOS ESPECÍFICOS (SMART)	**Nombre de la experiencia**
	Tipo de experiencia
LISTADO DE ATRACTIVOS QUE SE INVOLUCRAN CON LA RUTA	**Objetivo de la experiencia**
	Objetivos especificos
	Listado de atractivos que involucran en la ruta

FASES	**ACTIVIDADES**	**RECURSOS REQUERIDOS**				**PRODUCTO**
		R. HUMANOS	**MATERIALES**	**EQUIPOS**	**FINANCIEROS**	

Actividades para realizar durante la ruta turística	Inicio					ficha tecnica del producto
	desarrollo					ficha tecnica del product o
	desarrollo					ficha tecnica del producto
	desarrollo					ficha tecnica del producto
	Cierre					ficha tecnica del producto
Acciones de prevención de riesgos	Evaluar riesgos de las actividades					Plan de emergencias y contingencia
	Determinar fortalezas					
	Alistamiento de los elmentos básicos para la prevención y atención de emergencias.					

	Asegurar a los turistas (seguros turísticos)					Instructivo se como sacar un seguro al turista, con tipo de cobertura y precios,
	Elaboración del portafolio					

Acciones de promoción y venta	Promoción de la experiencia o ruta turistica					Plan de Marketing
Actividades para realizar antes de la ejecución de la ruta	Registro de turistas					Planilla de registro de datos
	Recomendaciones al turista					Instructivo de bienvenida al turista, Listado de números de emergencia.
	Entrega de escarapelas y tiquetes					Modelo de escarapelas
		Normativa de contratación y perfiles ocupacionales	Inventario de materiales	Ficha técnica de equipos	Relación de costos e ingresos - Balance	

3.1.1. Paquete turístico:

De acuerdo con la actividad de contextualización acerca del la organización de paquetes turísticos y la fijación de estrategias de mercadeo para el portafolio de servicios, proceda a diligenciar la siguiente ficha técnica, tenga en cuenta que esta debe corresponder al producto diseñado:

FICHA TÉCNICA PAQUETE TURÍSTICO	
Tipo	*(Definir si es Estándar o Especial)*
Modalidad	*(Definir si es Itinerante o de Estancia)*
Temática	*(Brevemente explicar de qué trata la propuesta)*
PIEZA PUBLICITARIA	

(Insertar en este espacio la propuesta de pieza publicitaria)

Ambiente Requerido:

- Acceso a internet y datos móviles
- Espacios de formación a campo abierto para el desarrollo de las actividades y recorridos turísticos

- **Materiales:**

  - Papel
  - Lapicero
  - Marcadores
  - Cartulinas

4. PLANTEAMIENTO DE EVIDENCIAS DE APRENDIZAJE PARA LA EVALUACIÓN EN EL PROCESO FORMATIVO.

Fase del proyecto formativo	Actividad del proyecto formativo	Actividad de Aprendizaje	Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Ejecución	Ejecutar la propuesta del Portafolio de servicios	Plan de acción	**Evidencias de Desempeño:** Plan de acción	ESTABLECE RELACIONES INTERPERSONALES CON BASE EN NORMAS DE CORTESÍA, TÉCNICAS DE	**Técnica:** Observación directa **Instrumento:** lista de chequeo

	Turisticos, a través de la Integración con la oferta de Produtos y servicios	Propuesta de diseño de pieza publicitaria para paquete turístico elaborado.	**Evidencias de Producto:** Formato diligenciado de plan de acción para producto diseñado. Ficha técnica de paquete turístico Propuesta de diseño de pieza publicitaria para paquete turístico elaborado.	LIDERAZGO Y MOTIVACIÓN. DESCRIBE ESTRATEGIAS DE SEGURIDAD SEGÚN COMPONENTES PLAN DE SEGURIDAD TURÍSTICA. COMPRUEBA ASPECTOS DE SEGURIDAD EN LAS ACTIVIDADES, LOS PROVEEDORES Y LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS SEGÚN TÉCNICAS DE EVALUACIÓN Y NORMATIVA. CONTROLA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA DE ACUERDO CON EL	**Técnica:** Observación directa **Instrumento:** lista de chequeo

				PLAN Y TÉCNICAS DE SUPERVISIÓN. EVALÚA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA APLICANDO HERRAMIENTA TÉCNICA Y MODELO. MIDE EL CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA EMPLEANDO INDICADORES DE MEDICIÓN ESTABLECIDOS. PROPONE PLAN DE MEJORA A PARTIR DEL ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN OBTENIDA EN EL PROCESO DE EVALUACIÓN.	

				ELABORA INFORME DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EJECUTADA DE ACUERDO CON ESTRUCTURA, RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN Y PROCEDIMIENTO. MANTIENE ARCHIVO DE LOS SERVICIOS PRESTADOS SEGÚN PROCEDIMIENTO Y TÉCNICA. RELACIONA REQUISITOS DE FUNCIONAMIENTO DE AGENCIAS DE VIAJES CON PRINCIPIOS DE CALIDAD Y NORMATIVIDAD TURÍSTICA. CONSTRUIR ITINERARIOS TURÍSTICOS SEGÚN COMPONENTES. ESTRUCTURAR PAQUETES TURÍSTICOS APLICANDO CRITERIOS TÉCNICOS Y NORMATIVOS.	

				COSTEAR PAQUETE TURÍSTICO SEGÚN MÉTODOS Y RESULTADOS DE LA NEGOCIACIÓN CON PRESTADORES Y PROVEEDORES. FIJA PRECIO DE VENTA PARA EL PAQUETE TURÍSTICO A PARTIR DEL COSTO DE LOS ELEMENTOS. HALLAR PUNTO DE EQUILIBRIO PARA LOS PAQUETES TURÍSTICOS. ESTABLECE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS A PARTIR DEL ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA. DEFINE LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO A PARTIR DE ELEMENTOS Y TENDENCIAS. SELECCIONA CANAL DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN	

				SEGMENTOS A ATENDER Y CRITERIOS TÉCNICOS. SELECCIONA LAS REDES SOCIALES 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. DESARROLLA CONTENIDOS EN HERRAMIENTAS TIC DE ACUERDO CON CRITERIOS TÉCNICOS. ESTRUCTURA POLÍTICA DE PRECIOS CON BASE EN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA. CONSTRUYE POLÍTICA DE PROMOCIÓN CON BASE EN CANALES SELECCIONADOS.	

				ESTRUCTURA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SEGÚN TIPO Y OBJETIVO. ESTABLECE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y LOS CANALES SEGÚN PERFIL DE CLIENTES. ESTABLECE LAS VENTAJAS COMPETITIVAS A PARTIR DEL ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA. DEFINE LOS OBJETIVOS DE LA ESTRATEGIA DE MERCADO A PARTIR DE ELEMENTOS Y TENDENCIAS. SELECCIONA CANAL DE DISTRIBUCIÓN CON BASE EN SEGMENTOS A ATENDER Y CRITERIOS TÉCNICOS. SELECCIONA LAS REDES SOCIALES 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. DESARROLLA CONTENIDOS EN HERRAMIENTAS TIC DE ACUERDO CON CRITERIOS TÉCNICOS. ESTRUCTURA POLÍTICA DE PRECIOS CON BASE EN ANÁLISIS COMPARATIVO DE LA COMPETENCIA. CONSTRUYE POLÍTICA DE PROMOCIÓN CON BASE EN CANALES SELECCIONADOS. ESTRUCTURA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN SEGÚN TIPO Y OBJETIVO. ESTABLECE LAS ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN Y LOS CANALES	

				SEGÚN PERFIL DE CLIENTES.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- ACTIVIDAD FÍSICA: cualquier movimiento corporalproducido porlos 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 lugarde 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: unacaracterística 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 atoda la gente.
- Cambios patológicos de las curvaturas fisiológicas a lo largo de la vida como forma de manifestación de adaptaciones y compensaciones.
- 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 juzgarmejor qué es lo que estápasando.

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 porfactores socioculturales y características personales.
- FACTOR DE RIESGO LABORAL: Es el elemento o conjunto de elementos que están presentes en las condiciones de trabajo que pueden desencadenar una disminución en la salud del trabajador, pudiendo causar daño en el trabajador dentro del ámbito 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. también de los demás. Inteligencia Emocional no significa ahogar las emociones, sino dirigirlas y equilibrarlas.
- MATRIZ DOFA: (o FODA, o DAFO) es unaherramienta estratégica de diagnóstico que permite vislumbrar en qué situación se encuentra unaorganización.
- 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 futuro, analiza las oportunidades y amenazas que presenta el entorno, identifica sus fortalezas y debilidades internas, valora su posición competitiva y define unas estrategias y unas líneas d actuación que le permiten mantener y mejorarsu 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 mayormagnitud (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 necesidades puede considerarse como posible comprador de los productos ofertados o usuario de los servicios suministrados.
- PRECIO: Valormonetario convenido entre elvendedor y elcomprador porel intercambio de un bien o servicio.
- PREVENCIÓN DE LA ENFERMEDAD: Medidas destinadas no solamente aprevenir la aparición de la enfermedad, tales como la reducción de factores de riesgo, sino también a detener su avance y atenuar sus consecuencias unavez 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 eldesarrollo 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 aquelespacio en elque 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 instalaciones en el menor tiempo 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 verbalo señal gestual.

- SISTEMA MÚSCULO – ESQUELÉTICO: El sistema músculo esquelético proporciona forma, estabilidad y movimiento al cuerpo humano. Estáconstituido porlos huesos delcuerpo (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 acabo. Así, si es viable, significa que tiene muchas posibilidades desaliradelante.

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.
- Experiencias turísticas en Colombia elsello “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

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Salomé Hekemm**	Instructor Programa de Operación Turística Local	**CTA**	**12 de julio de 2024**
Autor (es)	**Jorge Iván Delgado Patiño**	Instructor Programa de Operación Turística Local	**CTA**	**12 de julio de 2024**
Autor (es)	**Erika Rubiano**	Instructor Programa de Operación Turística Local	**CTA**	**12 de julio de 2024**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					