**PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL**

**FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE**

## 1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: Técnico en Operación Turística Local
- Código del Programa de Formación: 633100
- 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: Planeación
- Actividad de Proyecto: Elaborar rutas e itinerarios turísticos de acuerdo al reconocimiento del territorio
- Competencias:

    - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información.
    - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situacionesde orden social, personal y productivo.
    - Diseñar paquetes turísticos de acuerdo a componentes técnicos estándares de servicio.
    - Vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivoscomerciales.
    - Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo.
    - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad físicaen las contextos productivos y sociales.
    - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.
    - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con laspolíticas organizacionales y la normatividad vigente.
    - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constitución política y losconvenios internacionales.
    - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laboralessegún los criterios establecidos por común europeo de referencia

para las

- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:

  - Cumplir las normas ambientales y de SST, teniendo en cuenta el ámbito laboral y el entorno social en el marco de la sustentabilidad
  - Valorar la importancia de la ciudadanía laboral con base en el estudio de los derechoshumanos y fundamentales del trabajo
  - Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades delsector productivo y social
  - Estructurar experiencia turística con base en la caracterización del territorio, componentes y criterios de sostenibilidad.
  - Usar herramientas tic, de acuerdo con los requerimientos, manuales de funcionamiento,procedimientos y estándares.
  - Organizar los recursos financieros, humanos y técnicos de acuerdo con la actividad turísticadiseñada y protocolos establecidos por la organización.
  - Decodificar mensajes comunicativos en situaciones de la vida social y laboral, teniendo encuenta el contexto de la comunicación.
  - Establecer relaciones de crecimiento personal y comunitario a partir del bien común comoaporte para el desarrollo social.
  - Estructurar portafolio de productos y servicios de acuerdo con los paquetes turísticos yoportunidades identificadas.
  - Describir a nivel básico, de forma oral y escrita en inglés personas, situaciones y lugares deacuerdo con sus costumbres y experiencias de vida.
  - Participar en intercambios conversacionales básicos en forma oral y escrita en inglés endiferentes situaciones sociales tanto en la cotidianidad como en experiencias pasadas.
  - Practicar hábitos saludables mediante la aplicación de fundamentos de nutrición e higiene.

- Duración de la Guía: 220 horas

## 2. PRESENTACIÓN

En esta guía se propone desarrollar su habilidad de construcción de experiencias significativas para los turistas, a partir de la caracterización del territorio realizada en la fase anterior, con ello se aprovechará el potencial turístico con el que cuenta el territorio y de la misma forma identificar los recursos requeridos para el desarrollo y puesta en marcha de cada una de las experiencias propuestas. La invitación es para que con ojos analíticos se proponga ese territorio turístico ideal, el cual cumpla con el propósito de beneficiar a la sociedad en el ámbito social,

cultural y ambiental. Recuerde que la exploración del territorio es la principal herramienta con la cual podemos observar y tener información para crear eso que haga el cambio que como comunidad deseamos. ¡Exploremos, observemos y vivamos nuestro municipio!

## 3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

### *3.1. Actividad de reflexión inicial.*

Aprendiz, en esta actividad lo invito a ver el siguiente video sobre la experiencia turística, que se presenta en el siguiente video, vamos a meternos en los zapatos y vamos a vivir la experiencia queestá viviendo la viajera por una de las zonas más representativas de Colombia, Caño Cristales

https://www.youtube.com/watch?v=zmZ7j6RiPcQ

Una vez experimentado el video vamos a responder las siguientes preguntas, y las vamos asocializar con nuestros compañeros:

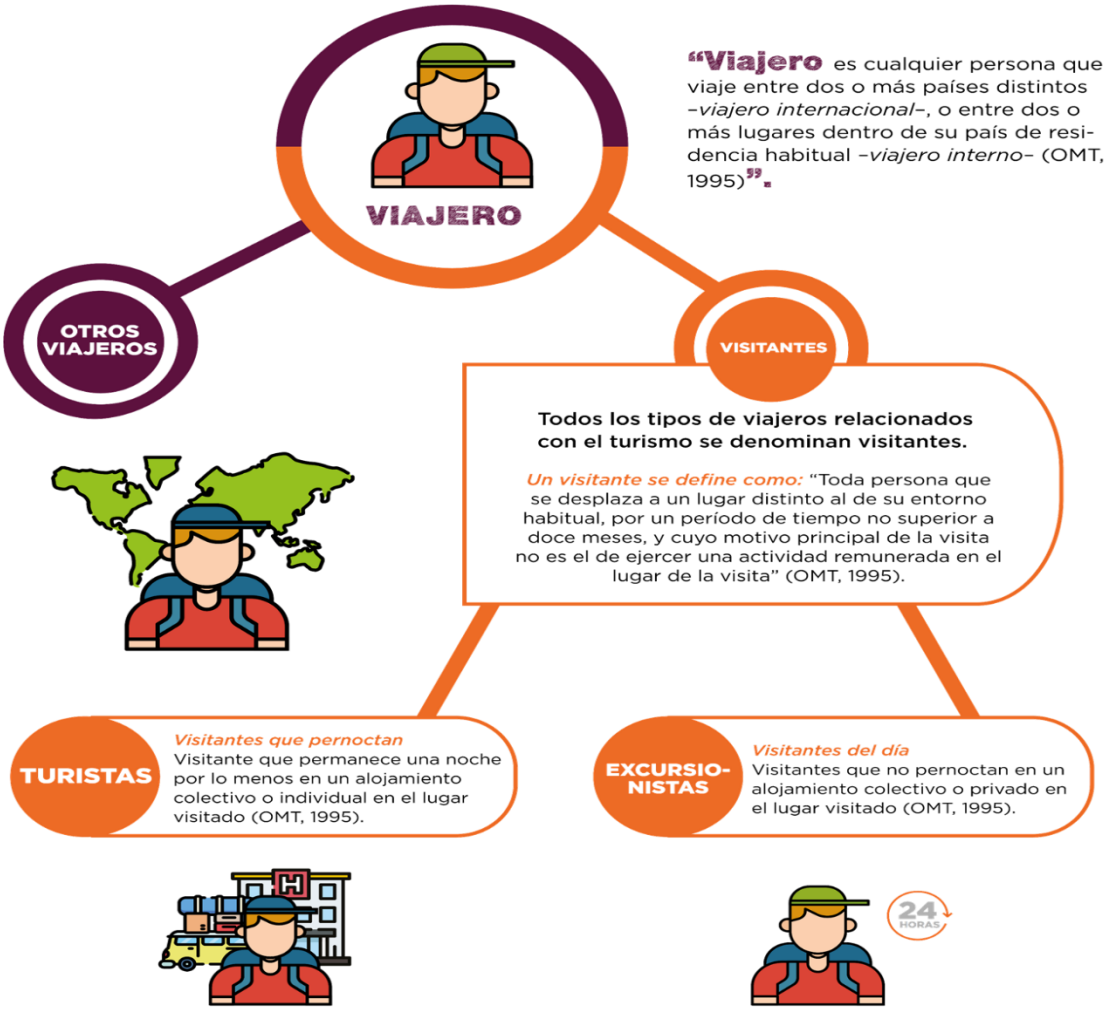
- ¿Qué fue lo que más le llamo la atención del destino que visito Mariel?
- ¿Qué cree que fue lo más valioso para Mariel de su visita a Caño Cristales?
- ¿Qué sensaciones usted experimento viendo el video?
- ¿Usted visitaría el lugar que cree que podría experimentar de forma diferente si usted estápresente en Caño Cristales?

### *3.2. Actividades de apropiación del conocimiento.*

#### *3.3.1.* Establecer el *perfil turístico del municipio que permita determinar los conceptos básicosde las experiencias turísticas del territorio*

La experiencia y el producto turístico, tiene que estar dirigido en principio hacia la satisfacción de las necesidades que cada tipo de viajero tiene, así mismo debe responder a las tendencias y características actuales que se evidencian a nivel mundial para el turismo. A continuación, encontrará, un esquema donde se puede identificar la principal clasificación de un viajero, y su principal diferencia.

El ABC del turismo. MinCIT. Colombia. Pg. 41.



### 3.3.1.1. Identificar al turista

Es importante tener en cuenta que turista actual, tiene unas características particulares que hacen la diferencia a la hora de generar una propuesta turística en el territorio, especialmente en la forma de comercialización y en el desarrollo de las actividades turísticas en territorio. Se presenta a continuación las características del viajero actual.




El ABC del turismo. MinCIT. Colombia. Pg. 49.

Teniendo en cuenta la anterior imagen es importante reflexionar entorno a las características de nuestro mercado y los canales de distribución que los operadores de turismo deben elegir, a la hora de vender los principales productos turísticos, pretendiendo siempre conectar con la curiosidad del viajero con el fin de generar expectativa sobre lo que se puede vivir en el territorio. Por eso es importante ser distintivo frente a la competencia y es importante tener en cuenta que después de la movida tecnológica generada tras la pandemia del COVID -19, la venta y compra de productos turísticos responden específicamente a esos deseos del turista y su necesidad de salir a explorar en grupos pequeños y con información especializada que sea de su interés; lo cual trae consigo una creciente tendencia a vivir experiencias que otros ya han presenciado y que se recomiendan a través de redes sociales, lo que da paso a ese creciente uso del teléfono móvil como la herramienta principal para hacer turismo en un destino nuevo, creando una brecha importante entre lo que encontramos en la red y lo que no se encuentra. A continuación, es importante tener en cuenta algunas cifras que resaltan la gran importancia que tiene la tecnología en el turismo nacional.



**52%**

de los usuarios de Facebook dicen que las fotos de viaje de sus amigos los inspiran a viajar.



**55%**

de los viajeros están interesados en las redes sociales dedicadas a sus posibles destinos turísticos.



**44%**

utiliza sus teléfonos inteligentes para investigar acerca de sus destinos mientras viajan.



**85%**

de los viajeros por ocio usa sus teléfonos inteligentes durante sus viajes.



**50%**

de las cadenas hoteleras tienen un motor de reservas en sus páginas de Facebook.



**57%**

de los viajeros de negocios usa sus teléfonos inteligentes para hacer reservas de viaje.

El ABC del turismo. MinCIT. Colombia. Pg. 50.

Dando respuesta a lo anterior se plantea la siguiente actividad de juego de roles donde se busca poder identificar los diferentes perfiles y motivaciones de viaje de un turista, y así lograr un abordaje y manejo efectivo a la hora de enlazarlo con el mercado turístico existente en el municipio.

**Actividad:** Juego de

RolesDuración: 1

hora.

Objetivo: Caracterizar e identificar los diferentes grupos y tipos de turista que tiene el mercado

turístico.Definición de roles:

<table>
<tr><td rowspan="5"></td><td>Grup de oviaje</td><td>Internacional</td></tr>
<tr><td>Origen y Nacionalidad</td><td>Viaja en grupo pequeño (máximo 6 pax)</td></tr>
<tr><td>Edad</td><td>Familia con Adulto mayor (45 – 60 años) e hijos pequeños.</td></tr>
<tr><td>Form de aviaje</td><td>Viaje independiente</td></tr>
<tr><td>Motiv de o viaje</td><td>Cultural, especializado en gastronomía y tradición oral(historias)</td></tr>
<tr><td>Descripción</td><td colspan="2">Familia que viaja desde Chile, viaja la pareja Mercedes y Camilo con sus dos hijos pequeños Tatiana y Felipe y los papas de la Mercedes – Victoria y Jerónimo.<br><br>Mercedes: es exigente con la pulcritud de los lugares que visita, le gustan que la atiendanrápido y muchas veces tiende a molestarse si no es atendida de forma oportuna, Viaja aColombia por segunda vez<br><br>Camilo: es una persona callada pero también muy exigente con lo que solicita, es más explosivo y toma decisiones rápidas, viaja a Colombia por primera vez.<br><br>Victoria y Jerónimo: Visitan Colombia por tercera vez y les encanta la amabilidad de laspersonas en el país, fueron invitados por su hija Mercedes<br><br>Tatiana y Felipe: son niños de 10 y 6 años es la primera vez que viajan al país y les deslumbran los cultivos, les gusta ensuciarse y jugar con otros niños.</td></tr>
</table>

| | | |
|---|---|---|
|  | **Grup de oviaje** | Nacional |
| | **Origen y Nacionalidad** | Viaja en pareja |
| | **Edad** | Universitarios (19 – 27 años) |
| | **Form de aviaje** | viaje organizado por agencia. |
| | **Motiv de o viaje** | Aventura y relación con la comunidad |
| **Descripción** | Antonia y Mariano son apasionados por la aventura y por conocer diferentes comunidades rurales en el país. Son colombianos, viajan una vez al año y les gusta disfrutar de todo lo que le puede dar la comunidad que los recibe y de paso les gusta experimentar los deportes extremos.<br><br>Antonia ama cocinar pero le dan nervios experimentar técnicas nuevas por el peligro que pueden representar, mientras que Mariano se siente confiado en experimentar actividades especialmente las campesinas. | |

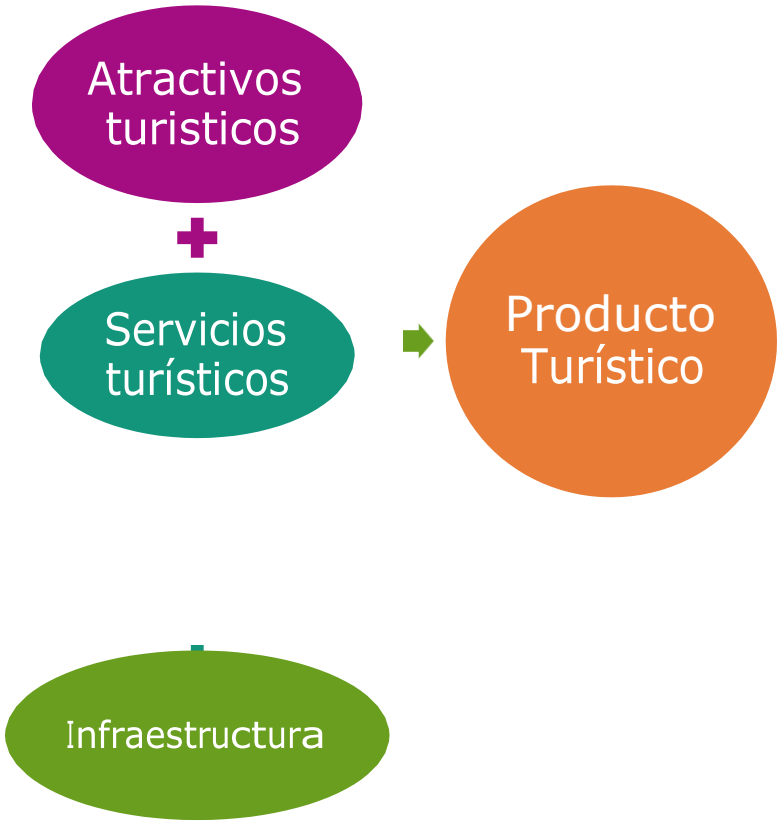
| | | |
|---|---|---|
|  | **Grup de oviaje** | Departamental |
| | **Origen y Nacionalidad** | Viaja solo - Excursionista |
| | **Edad** | Joven adulto (27 -38 años) |
| | **Form de aviaje** | viaje independiente |
| | **Motiv de o viaje** | Es apasionado de la bicicleta y le interesa el ecoturismoy los paisajes |
| **Descripción** | Martin es in viajera en bicicleta que le gusta explorar diferentes caminos y si son en montañas les gusta mucho más, siempre va por rutas que conocidos le recomiendan yle indican que son seguras, sin embargo, es muy precavido y cuando escucha noticiasde inseguridad prefiere no viajar. Llega al municipio por que se desvió del destino inicialporque escucho que la zona estaba insegura y como va solo en esta oportunidad no sequiere arriesgar.<br><br>Esta prevenido, algo asustado, pero esta curioso por el nuevo lugar al que llega. | |

| | |
|---|---|
|  | |
| **Grupo de viaje** | Local |
| **Origen y Nacionalidad** | Viaja en grupo grande (más de 6 pax) |
| **Edad** | Familias con hijos adolescentes |
| **Forma de viaje** | viaje organizado por agencia. |
| **Motivo de viaje** | Recreación y descanso. |
| **Descripción** | Viajan dos familias diferentes que siempre han hecho planes juntos, ambas familias tienen hijos adolescentes. Salen dos veces al año y en esta oportunidad decidieron viajar en el mismo municipio, porque la alcaldía municipal ha promovido el municipio como único y quieren darle la oportunidad sin embargo ellos buscan descansar y los adolescentes quieren planes recreativos que los distraigan de su rutina.<br><br>Como son del municipio son personas muy críticas de los servicios le gusta que los atiendan bien y les den siempre atención especial. |

**Desarrollo:** en el ambiente de aprendizaje una repartidos cada uno de los roles los diferentes tipos de grupos o viajeros van a dramatizar la llegada al municipio, a explorar la oferta que hay en el municipio. Para ello es importante que los aprendices se sitúen en su comunidad y analicen que opciones tiene cada turista o grupopara su viaje.

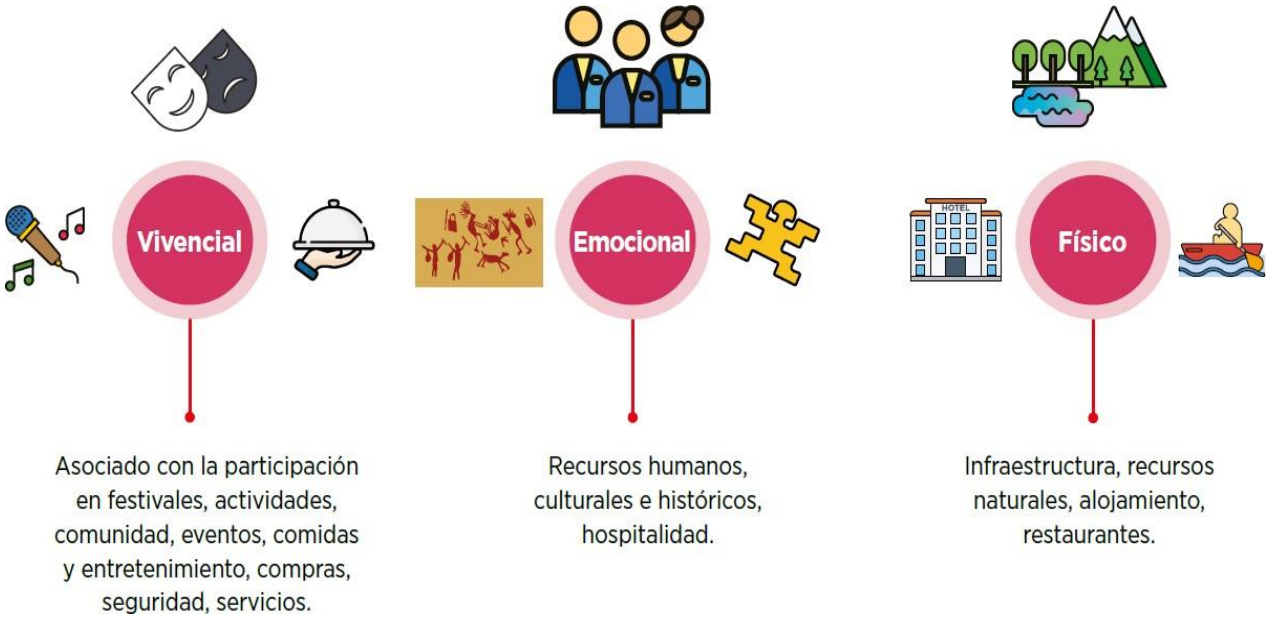
**Cierre:** Se va a reflexionar frente a los tipos de grupo y que posibilidades puedo plantear para cada uno de los grupos con el fin de poder crear los productos turísticos del municipio

3.3.1.2. Construir un producto turístico sostenible

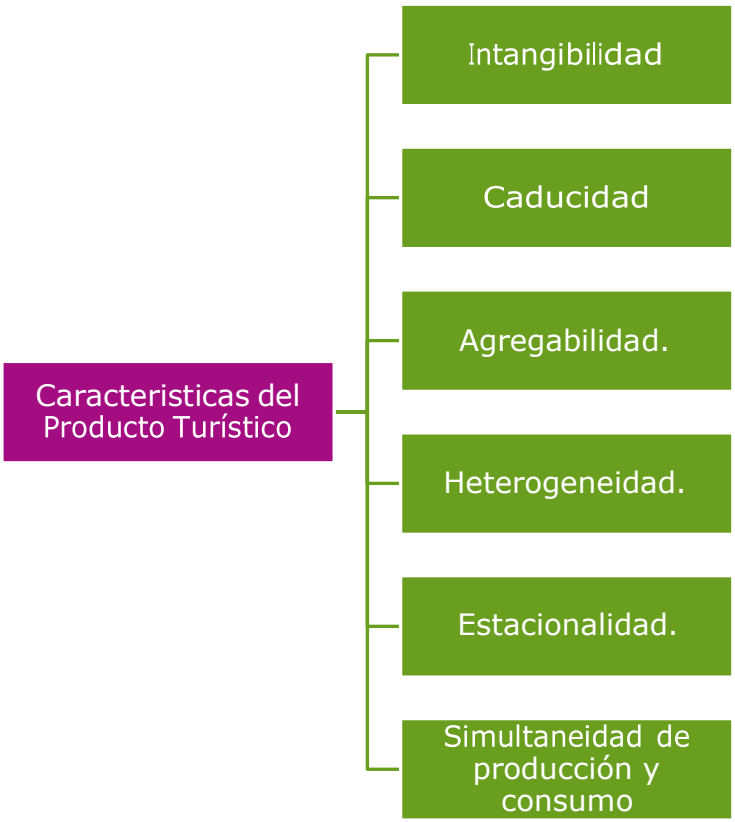



Elaboración propia.

COMPONENTES. De acuerdo con la OMT (2013), todo producto está constituido por la combinación de lossiguientes factores:




A su vez se debe tener en cuenta las principales características que tiene el producto de la industria turística frente a los productos de otra industria, lo que significa en gran medida una diferencia circunstancial en la comercialización, venta y ejecución. Según Galán (2015) las características del producto turístico son:




***Actividad en casa:***

Consulte en que consiste cada una de las anteriores características del producto turístico. Y lea el material de apoyo <Sostenibilidad de los destinos> y reflexione frente a como el turismo puede ayudar al cumplimiento los objetivos del desarrollo sostenible.

**Actividad**

Un producto turístico es como un viaje, para llegar hacia el objetivo esperado debes dar diferentes pasos. A través del diseño de un producto se conectan los elementos, recursos, atractivos y experiencias turísticas deun destino. Para ello vamos a realizar una ruta donde cada estación, teniendo en cuenta los perfiles de turistasque se representaron en la actividad anterior, vamos a vivir cada una de las etapas del diseño de un producto turístico, tomando como elemento articulador “el café”.

**Estación 1 Identificación de los recursos/atractivos turísticos:** Selecciona de la mesa de trabajo los diferentes fichas que usted considere se pueden articular, para poder ofrecer un producto turístico del café en su municipio. Es importante reconocer si ya hay algún producto que articule uno o más elementos de los que se presentan en la estación.

**Estación 2 Generación y selección de ideas:** Estimula el pensamiento creativo, formula productos que tengan en cuenta los recursos y atractivos identificados, revisa las necesidades y deseos a satisfacer de los grupos de turistas que ya conocemos, para ello escoge un perfil de turista, y también revisa la competencia. Realiza una selección de ideas, revisa su viabilidad y posibilidades de llevarlas a la práctica preguntando a tus compañeros o preguntándote si tu tomarías ese lugar.

**Estación 3 actividades a realizar:** Una vez ya tenga claro que producto turístico quiero construir, vamos a comenzar a escribir las actividades, que el grupo de turistas que usted seleccionó, pueden realizar. Una vez escribamos las actividades que se pueden realizar va a decir cuánto tiempo que se demora cada actividad yasí diseñará un itinerario. Tenga en cuenta que para cada actividad debe relacionar los servicios turísticos y equipamientos que necesita para realizarlas, así como su posible costo, con ello sabremos en cuanto venderlos.

*Importante: tengamos en cuenta que sean actividades que sean respetuosas con el ámbito social, ambientaly promueva el desarrollo comunitario (a través de la contratación de los actores de mi comunidad)*

**Estación 4 producto turístico:** Concreta los itinerarios de viaje y sus momentos, ubicando cada actividad en su espacio y tiempo, tanto la que está relacionada con la oferta principal del producto, como los elementos que lo complementan y permiten su ejecución (logística y otros). Este ejercicio debe ser coherente con la oferta inicial que queremos hacer.

Una vez, planteadas las actividades, tiempos, servicios, planta necesaria y costos.

¡Es hora de poner en práctica lo que quiero!

**Estación 5: integración de la oferta turística:** Integra los elementos anteriores y diseña la oferta turística, aprovecha para revisar la articulación de los diferentes componentes y los productos que ofrece el destino, debes tener en cuenta que el mayor interés del turista consiste en llevarse la experiencia de forma integrada.

Aquí vamos a vender nuestro producto, vamos a exponer nuestra ruta vendiendo los siguientes elementos.

- ¿Qué elementos estamos utilizando?
- ¿Qué actividades se plantearon con lo que tengo?
- ¿Qué servicios estoy agregando?
- ¿Cuánto tiempo se va a demorar mi recorrido?
- De acuerdo con mi servicio y mis actividades ¿Cuánto puedo cobrar por mi servicio?

#### 3.3.1.3. Crear la Experiencia turística.

La experiencia turística se convierte en ese traje de gala que se le debe poner a la oferta turística del municipio, en este sentido es la forma en la cual el viajero determina su vivencia, y a su vez es sobre la cual va a referir el destino o producto a su círculo cercano. “Los turistas son buscadores de experiencias, que encuentran no solo “tesoros” físicos, sino también sensaciones agradables, creándose así una especie de conexión emotiva entre turista y destino” (Almela, 2017, p. 74).

Es por ello que la experiencia turística se convierte en ese elemento diferenciador en el momento de la selección del destino, ya que en comparación con otros sectores el turismo está cargado de emocionalidad y siempre busca satisfacer una necesidad de una persona, que parte de la curiosidad del viajero por conocer yexperimentar vivencias, sabores y conocimientos.

Es importante para esto tener en cuenta los siguientes elementos en una experiencia turística

- Involucrar del turista con el entorno y la comunidad.
- Generar un Shock sensorial ya que apela a los cinco sentidos. (momento WOW)
- Autenticidad por la vinculación con el entorno inmediato.
- Diversión: crear placer
- Compartir y participar en una comunidad
- Personalización: libertad y control para elegir lo que desea hacer
- Autodescubrimiento y trasformación mediante un aprendizaje e intercambio de valores.

**Actividad:**

Proponer una experiencia turística que incluya elementos de identidad y autenticidad de la localidad siguiendo algunos de los pasos sugeridos para el diseño de experiencias turísticas.

| | **DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD** |
|---|---|
| **Nombre del estudiante** | |
| **Fecha** | |
| **Lugar o actividad** | |
| **Factor autentico o deidentidad** | Describe cuál es la importancia desde la identidad o lo auténtico que presentael lugar. |

| | |
|---|---|
| **A qué tipo de viajeros se les puede ofrecer la experiencia** | A qué personas consideras (desde tu conocimiento), que se les podría ofreceresta experiencia, haz una breve descripción. |
| **Elementos de seguridad** | Describe si la experiencia que vas a diseñar requiere algunos elementos deseguridad especial. |
| **Información** | Describe algunos aspectos de la información sobre los factores auténticos o deidentidad que consideres sean los más relevantes para la experiencia (historia,flora y fauna, folclor). |
| **Momentos sensoriales** | Describe qué actividades dentro de la experiencia usarías para estimular los sentidos (gusto, vista, tacto y olfato). Recuerda que esta puede ser la parte másimportante en el diseño de la experiencia. No es necesario proponer actividadespara los 4 sentidos, pero usa al menos dos. |
| **Participación del viajero** | Describe qué estrategia usarás para que el viajero se involucre en la actividad. |
| **Asigna un nombre a tuexperiencia** | Ponle un nombre a tu experiencia, este debe ser llamativo y estar en concordancia con lo que diseñaste. |
| **Con qué se complementa** | Identifica si existen otras experiencias locales que puedan complementar la queacabas de proponer. |

Reflexión: compartir con otros estudiantes las experiencias diseñadas y entre todos podrán seleccionar las más significativas para el municipio.

**Evidencia:**

Elaborar y exponer el perfil turístico del municipio.Donde relacione:

- Una ficha del perfil del turista ideal para el municipio.
- Un producto turístico sostenible que tenga en cuenta que cumpla con las dimensiones del desarrollosostenible.
- Una experiencia turística significativa y diferencial- Relacionada con el producto anterior y que sea aptapara el turista ideal (Puede usar la experiencia planteada en la actividad anterior)

### *3.3.2. Determinar los recursos necesarios para la elaboración una ruta turística.*

La actividad turística, se presenta ante el cliente como un servicio que se caracteriza por ser intangible y es inseparable de quien lo presta o acompaña. Por ello todo operador turístico debe reconocer que para su desarrollo es de vital importancia reconocer que elementos o procesos son vitales. En este sentido la ruta o circuito turístico va a determinar la percepción del turista en mayor proporción que los servicios complementarios que se consumen.

Es aquí cuando el plan de acción cobra importancia a la hora de hacer el diseño de la ruta ya que va a permitirdelimitar las acciones puntuales que se deben tener en cuenta, así como los recursos necesarios para puesta en marcha de dicha ruta. Es por ello que a continuación se plantea una estructura de plan de acción que le permitirá delimitar cada una de las fases del diseño de la ruta, así como los documentos o productos que debe tener cada actividad y en consecuencia de cada tipo de recurso que se requiere para la ejecución de las mismas. *(este archivo lo puede encontrar en su material de apoyo como " Formato Plan de acción- Diseñode Ruta)*

| | |
|---|---|
| **EXPERIENCIA TURISTICA SELECCIONADA** | |
| **OBJETIVO DE LA RUTA O EXPERIENCIA TURÍSTICA** | |
| **OBJETIVOS ESPECÍFICOS (SMART)** | |
| | |
| | |
| | |
| **LISTADO DE ATRACTIVOS QUE SE INVOLUCRAN CON LA RUTA** | |
| | |
| | |
| | |
| | |
| | |

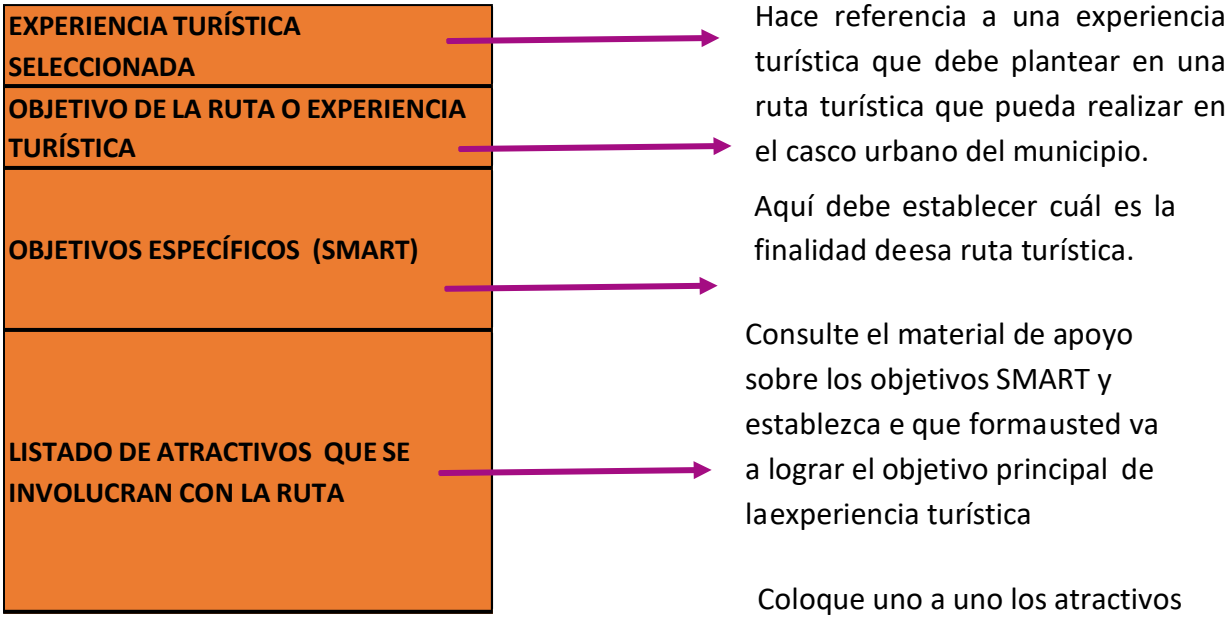
| **FASES** | **ACTIVIDADES** | **RECURSOS REQUERIDOS** | | | | **PRODUCTO** |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | **R. HUMANOS** | **MATERIALES** | **EQUIPOS** | **FINANCIEROS** | |
| Actividades para realizar durante la ruta turística | Inicio | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | Cierre | | | | | Diseño de la actividad |
| | Evaluar riesgos de las actividades | | | | | Plan de emergencias y contingencia |

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| Acciones de prevención de riesgos | Determinar fortalezas | | | | | |
| | Determinar acciones de prevención de riesgos antes, durante y después | | | | | |
| | Asegurar a los turistas (seguros turísticos) | | | | | Instructivo se cómo sacar un seguro al turista, con tipo de cobertura y precios, |
| Acciones de promoción y venta | Elaboración del portafolio | | | | | Plan de Marketing |
| | Selección de Canales de venta y distribución | | | | | |
| 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 | |

Tabla: Modelo de Plan de acción.
Elaboración propia

Teniendo en cuenta el modelo e Plan de acción anterior es importante, reconocer cada uno de los elementos que se solicita y con ello se puede tener claridad a la hora de entregar el plan de

acción de la Experiencia turística que quiere promover en el territorio.




En la actividad anterior usted menciono unos momentos sensoriales que hacen parte de esa experiencia turística planteada, cada una de esas actividades las va a relacionar en cada una de las filas y usted comenzará a determinar los recursos necesarios para el desarrollo de esas actividades.

| FASES | ACTIVIDADES | RECURSOS REQUERIDOS | | | | PRODUCTO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | RHUMANOS | MATERIALES | EQUIPOS | FINANCIEROS | |
| Actividades para realizar durante la ruta turística | Inicio | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | desarrollo | | | | | Diseño de la actividad |
| | Cierre | | | | | Diseño de la actividad |

Al finalizar este ejercicio, usted tendrá el diseño de cada una de las actividades el cual tendrá una descripción del paso a paso de cada una de ellas, esta descripción le servirá para determinar que recursos necesita y laduración de cada actividad.

Junto con la orientación de su instructor(a) de Seguridad y Salud en el Trabajo, va elaborar el plan de emergencias y contingencias que le permita determinar, los riesgos que tienen cada una de las actividades planteadas para su experiencia turística. Teniendo en cuenta cada una de las actividades debe evaluar los recursos necesarios que requiere para la seguridad del turista durante la implementación de su ruta.

| FASES | ACTIVIDADES | RECURSOS REQUERIDOS | | | | PRODUCTO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | HUMANOS | MATERIALES | EQUIPOS | FINANCIEROS | |
| 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, |

Una vez está clara la experiencia y las actividades es de gran importancia, plantear un plan de marketing turístico que permita que los clientes puedan tener acceso a la información de lo que compone la ruta turística, precios y elementos diferenciales. Para la elaboración del plan e Marketing es importante que consulte el material de apoyo “17. MARKETING TURÍSTICO”. De igual forma cada una de las actividades debe estipularunos recursos los cuales va a relacionar en el plan de acción y serán descritos en el Plan de Marketing.

| FASES | ACTIVIDADES | RECURSOS REQUERIDOS | | | | PRODUCTO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | RECURSOS HUMANOS | MATERIALES | EQUIPOS | FINANCIEROS | |
| Acciones de promoción y venta | Elaboración del portafolio | | | | | Plan de Marketing |
| | Promoción de la experiencia o ruta turistica | | | | | |

El turismo somo un servicio intangible, requiere de información que se considera de vital importancia a la hora de su operación ya que le va a permitir a quien presta el servicio, conocer lo necesario de ese cliente (turista) para que de la misma forma, pueda cubrir las necesidades que este tiene por ello al momento de la venta y justo antes del inicio de cada ruta turística es importante tener en cuenta que se debe recolectar información y se debe entregar información que permitirá una distinción y prevención de acciones que atenten a la seguridad del grupo o turista.

| FASES | ACTIVIDADES | RECURSOS REQUERIDOS | | | | PRODUCTO |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | RECURSOS HUMANOS | MATERIALES | EQUIPOS | FINANCIEROS | |
| 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 |

Por ello es que es importante contemplar dentro del plan de acción las actividades registro al turista, ya que estas irán articuladas estrechamente con la información que requiero para que la experiencia turística conecte con cada persona. Pero a su vez permitirá que el turista se sienta más seguro y tenga conocimiento frente acualquier situación fortuita que pueda amenazar su integridad. Qui es importante registrar los recursos que se requieren para disponer de ese paso previo a la ejecución de la ruta.

Por ultimo es importante que como empresa – para este caso agencia de turismo operadora - se cuenten con unos productos Operativos que permitirán hacer un buen manejo de cada tipo de recurso, para este caso cada uno de los recursos cuenta con una forma de control la cual se debe plantear una vez se estipulen todos los recursos necesarios para cada ruta planteada.

| RECURSOS REQUERIDOS | | | |
|---|---|---|---|
| **R. HUMANOS** | **MATERIALES** | **EQUIPOS** | **FINANCIEROS** |
| Normativa de contratación y perfiles ocupacionales | Inventario de materiales | Ficha técnica deequipos | Relación de costos e ingresos - Balance |

Tenga en cuenta que para relacionar los recursos humanos usted debe conocer y enlistar las normas de contratación existentes en el país y realizar las fichas de los perfiles ocupacionales de las tres personas principales que harían parte de su empresa, realice esta actividad junto con su instructor de Derechos Fundamentales en el Trabajo.

**Plan de contingencia:**

El plan de contingencia es una herramienta de planificación que permite anticiparse a las eventualidades que puedan llegar a ocurrir y que no estén contempladas en el plan de acción. En este sentido, se convierte en una herramienta necesaria para el desarrollo de la prestación de los servicios turísticos.

A continuación, se presente un ejemplo de matriz que reúne todos los requerimientos necesarios para la elaboración de un plan de contingencia.

| EJEMPLO PLAN DE CONTINGENCIA | |
|---|---|
| **Nombre del Operador Turístico** | Pepito Pérez |
| **Contingencia Identificada** | Daño en el transporte designado y clima no apto para recorrido al aire libre |
| **Lugar y Escenario** | Centro de Medellín, Plaza Botero |

| | |
|---|---|
| **Descripción del Incidente** | Debido al mal clima que se está presentando en la ciudad de Medellín, el vehículo donde se transportaba a los turistas se averió y como consecuencia de la lluvia el recorrido tuvo que parar por casi dos horas. |
| **Procedimientos y Acciones** | Esta contingencia se puede mitigar por medio de objetos como las sombrillas, abrigos e impermeables además si se hubiera revisado en el sistema del IDEAM el recorrido se pudo programar en un día que tenga previsto tiempo seco y por el lado del transporte el conductor debe manejarlos conocimientos mecánicos necesarios para arreglar el auto |
| **Recursos y Servicios** | En este caso se pueden utilizar equipos de reparación que vienen con el automóvil y en cuento al clima, el recorrido se debió planear mejor |
| **Contactos del Operador** | 3113113203 |
| **Responsable** | Pepito Pérez |

**Evidencia:**
Complete el plan de acción de la experiencia turística de su preferencia, de acuerdo con el modelo planteado y elabore cada uno de los productos que el plan de acción solicita.

- Fichas de diseño de actividades
- Plan de emergencias y contingencias con Formato de indicaciones de seguridad a turista.
- Instructivo del seguro a turistas
- Plan de marketing
- Formatos de registro de turistas
- Modelo de escarapelas
- Formato de inventario
- Perfiles ocupacionales
- Fichas técnicas de equipos

### *3.3.3.* Implementar una experiencia turística de acuerdo con el plan de acción

#### 3.3.3.1. Guion interpretativo

La experiencia turística como se mencionó anteriormente se compone de momentos WOW - sin

embargo, lograr que el turista experimente esos momentos requiere, que como operadores de turismo creemos historias que resalten los atributos que caracterizan nuestro territorio, por ello en turismo existe el guion interpretativo el cual busca que en la historia haya momentos de interacción donde este turista pueda viviry experimentar la historia y que esto genere a su vez un estímulo a sus sentidos.

Un guion es una historia contada en una estructura específica, sin embargo, un guion turístico requiere de esecomponente especifico que es el atractivo del territorio, por ello no se puede desligar de la naturaleza de cada lugar. A continuación, se describe de forma breve que compone un guion y cuáles son las principalesrecomendaciones para realizarlo.

Estructura del Guion

1. Nombre del recorrido o experiencia: Denominación dada al recorrido para promoverlo, este nombre debe ser llamativo, fácil de recordar y estar conectado con el contenido y actividades adesarrollar.
2. Mensaje principal: idea central de la experiencia turística.
3. Duración: Tiempo estimado del recorrido o experiencia y por ende del guion a diseñar.
4. Distancia: es importante calcular los Km del recorrido, esto dará una idea del tiempo que se requierepara su desarrollo (caminado o en transporte especial)
5. No. de estaciones o paradas: la definición de los momentos en los que se divide el recorrido (lasactividades de la ruta turística)
6. Descripción de la audiencia: rasgos distintivos del segmento de clientes / visitantes a atender (turistaideal)
7. Objetivos de recorrido o experiencia: Educativos, Emocionales, Actitudinales.
8. Lugar: espacio geográfico donde se desarrolla el guion (actividades)
9. Nombre de la estación: denominación novedosa. Ej: el origen de la fé (una iglesia), Todo es posible (polideportivo), entre otros.
10. Frase interpretativa: es el texto que conecta al turista con el relato y con la experiencia, es el llamado a la acción para que el turista participe y se conecte con la historia de la actividad.
11. Descripción: es el momento en el que describo y doy la información de trascendencia del atractivo, es resultado de las indagaciones realizadas (tradición oral), debe ser ameno, contar con datos relevantes y logar conectar al visitante.
12. Recurso interpretativo: Dinámica que hace que el visitante participe (trivia, álbum de fotografías, exploración de archivos interesantes, cata de café, preparación de café).
13. Secuencia del recorrido: información que conecta o relaciona las estaciones. (debe estar ligada ala al objetivo de la experiencia principal).

Luego de esto se repite desde el numeral 9, las veces que se considere necesario en el desarrollo delguion.

Tips:

- Tenga en cuenta la segmentación y el turista ideal para la experiencia que está ofreciendo
- Determine el mensaje claro que quiere dar, y las emociones que quiere transmitir
- Tenga en cuenta las actividades que la ruta turística propone y plantee como podría participar elturista en ellas.
- Sea dinámico y gráfico (a las personas les gusta ver el amor por lo que haces)
- Tenga en cuenta la estructura (inicio, desarrollo y cierre)
- De información real, fechas exactas (las necesarias)
- Tenga un hilo conductor que le permita resaltar siempre el objetivo de la experiencia turística.

**Actividad:** de acuerdo a la estructura planteada anteriormente y tomando como base el plan de acción y la experiencia turística para el casco urbano del municipio, elabore un guion interpretativo donde usted enlace todas las actividades de la ruta turística. Sea creativo, está contando una historia.

#### 3.3.3.2. Los precios de una ruta turística

Los precios de una ruta turística están determinados específicamente por los costos de venta sin embargoes importante reconocer que la competencia es un factor clave a la hora de la venta, por ello se plantea que para estipular precios es de gran importancia hacer un análisis de la competencia directa o indirectateniendo en cuenta servicios y temáticas similares.
Para ello es importante que la estrategia de precios de una ruta turística tenga:

- Análisis de costos
- Análisis de la competencia
- Análisis del precio psicológico.

Consulte: en que consiste cada una de las estrategias de precios mencionadas anteriormente.

**Evidencia:**
Ejecuta una ruta turística básica por el casco urbano del municipio, al recorrido debe aplicar el plan de acción de diseño de ruta y debe tener una actividad turística en inglés.

### *3.3. Actividades de transferencia de conocimiento.*

En grupos de trabajo identifiquen en su municipio un lugar o espacio que usted considere tiene la posibilidadpara ofrecer una experiencia turística.

1. Diseñen una ruta turística diferente a la elaborada anteriormente donde tenga en cuenta la experiencia turística que quiera ofrecer, a esta ruta usted la tendrá que promocionar por redes sociales y colocar una fecha específica para su ejecución. Tenga en cuenta las

fechas especiales, invite a familiares y amigos a que lo acompañen a esa ruta turística.

2. Grabe un video ejecutando la ruta y súbalo a las redes sociales etiquetando a las redes de su municipio.

## 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 |
|---|---|---|---|---|---|
| Planeación | Elaborar propuesta de rutas e Itinerarios turísticos de Acuerdo al reconocimiento del Territorio | Elaborar y exponer elperfil turístico del municipio. | **Evidencias de Conocimiento:**<br><br>Elaborar y exponer el perfil turístico del municipio.<br><br>Donde relacione:<br><br>- Una ficha del perfildel turista.<br>- Un producto turístico sostenible.<br>- - Una experiencia turística significativa y diferencial. | Técnicos:<br><br>- Establece el perfil del turista a partir de motivaciones de viaje y técnicas de segmentación.<br>- Asocia las características de los productos turísticos con tipología y componentes.<br>- Planea actividades de la experiencia turística según | Técnica: formulación de preguntas<br><br>Instrumento: Lista de chequeo. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | elementos, factores del diseño y principiosde sostenibilidad.<br>Propone acciones de participación para desarrollode la experiencia turística teniendo en cuenta los actores y beneficios.<br><br>Diseña la experiencia turística teniendo en cuentapasos y caracterización del territorio y criterios de sostenibilidad**.** | |
| Planeación | Elaborar propuesta de rutas e Itinerarios turísticos de Acuerdo al reconocimiento del Territorio | Complete el plan de acción de la experiencia turística de su preferencia, de acuerdo con el modelo plantead o y elabore | **Evidencias de Producto:**<br><br>Complete el plan de acción de la experiencia turística de su preferencia, de acuerdo con el modelo planteado y elabore cada uno de los productos que | - Clasifica equipos según actividad turística.<br>- Selecciona materiales y equipos para el desarrollode la actividad turística teniendo en cuenta plan acción.<br>- Controla el inventario de equipos con base en ficha técnica y | - Técnica: valoración de producto<br><br>Instrumento: Lista de chequeo. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | cada uno de los productos que el plande acción solicita. | el plande acción solicita.<br><br>- Fichas de diseño de actividades<br><br>- Plan de emergenciasy contingencias con Formato de indicaciones de seguridad a turista.<br><br>-Instructivo del seguroa turistas<br><br>-Plan de marketing<br><br>-Formatos de registrode turistas<br><br>- Mode lo de escara pelas<br><br>-Formato de inventario<br><br>-Perfiles ocupaci onales | procedimien to técnico.<br>- Presupuest a los recursos financieros para la actividad turística teniendo en cuenta plan de acción, estimación de personal e inventario deequipos.<br>- Calcula el resultado financiero de la actividad según ingresos y gastos.<br>- Gestiona el aseguramiento de los turistas según normativa y protocolos de reporte.<br>- Alista documentos de soporte operativo conformede acuerdo con | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | -Fichas técnicas de equipos | protocolos de la empresa y actividades programadas.<br><br>**Trasversales**<br><br>Reconocer el trabajo como uno de los elementos primordiales para la movilidad social y la transformación vital.<br>- Compara las condiciones del trabajo, en el devenir histórico de la humanidad, de acuerdo con los derechos humanos y fundamentales del trabajo.<br>- Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales del trabajo en la línea del tiempo.<br>- Analiza de manera autónoma | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | situaciones que repercuten en el desarrollo de los procesos sociales desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos.<br><br>SST<br><br>- Identificar las normas para realizar trabajos de forma segura y responsable con el medio ambienteen su desempeño laboral teniendo en cuenta el entorno social y el marco de la sustentabilidad.<br>- Interpreta la normatividad ambiental y de sst, surelación con el<br>Técnica: | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | - Elabora plan de acción según procedimiento.<br>- Elabora plan de contingencias a partir de los riesgos de la actividad turística y los procedimientos de atención.<br>- Establece el recurso humano para la operación turística conforme con características de grupo, actividades programadas y normativa.<br>- Contrata el recurso humano según perfil,<br>- asignación de funciones y normativa.desarrollo de sus actividades de forma segura y responsable, garantizando | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | un entorno social amigable y sustentable.<br><br>aplica acciones de emprendimiento de acuerdo conlos elementos de desarrollo social y personal.<br><br>plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial. | |
| Planeación | Elaborar propuesta de rutas e Itinerarios turísticos de Acuerdo al reconocimiento del Territorio | Ejecuta un recorrido turístico donde apliquela composición operativa de un producto tomando medidas y utilizando herramientas | **Evidencias de desempeño:**<br><br>Ejecuta un recorrido turístico donde aplique la composición operativa de un producto tomando | - Calcula los precios del producto a partir de los costos, análisis de oferta y demanda y márgenesde utilidad esperados conforme a criterios de mercado.<br>- Fija precios teniendo en cuenta el producto / servicio, el cliente y el | Técnica:<br>Observación directa<br><br>Instrumento: Lista de chequeo. |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | medidas y utilizando herramientas | mercado con base en las políticas de la empresa y del sector aplicando métodos para la fijación de precios.<br>- Define las estrategias de comercialización del producto turístico teniendo en cuenta los factores establecidos según las técnicas de mercadeo.<br><br>- Selecciona las redes para la promoción de sus servicios de acuerdo con el segmento del mercado.<br><br>- Determina las estrategias a utilizar en redes | |

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | | | sociales de acuerdo con portafolio de servicios<br>- establecido.<br>- Desarrolla contenidos en herramientas tic deacuerdo con criterios técnicos. | |

## 5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

**Guion interpretativo:** Los guiones interpretativos son una técnica de comunicación y una herramienta metodológica que permite organizar de manera compendiada y coordinada los atractivos y servicios turísticos, teniendo como referente el destino o zonas elegidas por los planificadores turísticos, los guíasy los operadores para mostrar a propios y visitante las características significativas del territorio. IDT

**Experiencia turística:** Una experiencia turística es el conjunto de sensaciones y emociones,interpretadas por el turista, en base a una serie de estímulos durante todas las fases de contacto con el producto turístico. Esta serie de estímulos se articula entre si, tomando como pilar un concepto de marcao relato. (Otra Piel ,2020)

**Producto turístico:** una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes. Un producto turístico se comercializa a través de los canales de distribución, que también fijan el precio, y tiene un ciclo vital. OMT

**Servicio turístico:** Los servicios turísticos son parte fundamental del turismo en sí, ya que constituyen todas las prestaciones que se requieren para satisfacer las necesidades más básicas (y no tan básicas) de los visitantes. (Chavez, sf)

**Ruta turística:** Las rutas turísticas son consideradas productos turísticos que están basadas en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las

actividades que llevarán a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico. (Rodriguez, 2017 )

**Circuito turístico:** un conjunto de espacios territoriales que forman una misma oferta de bienes y servicios turísticos. Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio. (Entorno turístico, 2020)

**Intangibilidad:** los servicios son intangibles, es decir, no se pueden tocar, llevar, no tienen sabor ni olor alguno. Esta es la característica que más define un servicio y que lo diferencia principalmente de un producto. (Conexión ESAN, 2016)

**Caducidad:** Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden. (Nicolau, s.f)

**Agregabilidad:** El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, lo cual dificulta su comercialización como en el control de la calidad. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.(Nicolau, s.f)

**Heterogeneidad:** dada la naturaleza de los servicios, cada oferta de servicio es diferente, única y no se puede repetir exactamente incluso por el mismo proveedor de servicios. Mientras que los productos pueden ser producidos en masa homogénea, no se puede lo mismo de los servicios. (Conexión ESAN, 2016)

**Estacionalidad:** es un fenómeno que tiene que ver con la concentración o aumento de la demanda en determinadas épocas del año. (Ostelea, 2022)

**Simultaneidad de producción y consumo:** se refiere al hecho de que los servicios son generados y consumidos durante el mismo período de tiempo. Por ejemplo: un corte de pelo es entregado y consumidopor un cliente de forma simultánea a diferencia de, por ejemplo, una hamburguesa para llevar que el cliente puede consumir incluso después de unas pocas horas de comprarla. Además, es muy difícil separar un servicio del proveedor de servicios. (Conexión ESAN, 2016)

**Momentos WOW:** se integra por una cadena de momentos entrelazados que sorprenden y emocionan a nuestros interlocutores al generar asombro o admiración y derivan en la construcción de recuerdos placenteros, significativos y perdurables.

**Experiencia sensorial:** acción que estimula a los niños a usar uno o más de los sentidos: vista, sonido,olfato, tacto, gusto, equilibrio y movimiento.

**Viajero:** Cualquier persona que se encuentre realizando un viaje por cualquier motivo, entre dos lugaresgeográficamente distintos y fuera de su entorno habitual

**Turista:** Un turista es un visitante, con la condición de que debe pernoctar en el destino, esto

es, que sequede por al menos 24 horas, pero como ya se mencionó antes, no más de 1 año; los motivos pueden ser personales, profesionales o de negocios.

**Excursionista:** es un viajero, pero aquí la condición radica en que durante su viaje no deben pernoctar en el destino, o lo que es igual, no deben durar más de 24 horas ahí.

## 6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS


- Pinillos W, Triana O & Morales E. (2020). Proyecto Interacción Social Universitaria, séptima entrega:Diseño de experiencias turísticas. http://www.ucundinamarca.edu.co/interaccionuniversitaria/media/attachments/2021/03/25/guia-7- diseno-de-experiencias-turisticas.pdf
- Otra Piel (2019. Diciembre 23). Diseñar experiencias turísticas. Podcast 02. [Audio podcast]. https://www.otrapieldesign.com/podcast-turistico/episode/32875a68/disenar-experiencias-turisticas- podcast-02
- OMT (sf). Desarrollo de productos. https://www.unwto.org/es/desarrollo-productos-turisticos#:~:text=Según%20la%20definición%20de%20la,de%20interés%2C%20que%20represent a%20la
- Chavez, J (sf). Servicios turísticos: Qué son, tipos e importancia. CEUPE [Web log post]https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html
- Rodriguez, M. (2017 ). “Diseño de una ruta turística entre el cantón baños de agua y la comunidad de santa rosa de Runtun, provincia de Tungurahua, Ecuador. https://www.entornoturistico.com/que-son-las-rutas-turisticas/
- Entorno turístico. (2020, diciembre 20) Circuitos Turísticos: Qué son y cómo diseñarlos.https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/
- Conexión ESAN, 2016 mayo 25. Marketing de servicios: significado y características. https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/marketing-servicios-significado-caracteristicas
- OSTELEA, 2022 marzo 15. ¿Qué es la estacionalidad turística y cómo combatirla?. [Web log post]https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/que-es-la-estacionalidad- turistica-y-como-combatirla
- Nicolau J.L, (s.f) Tema 7 El Producto Turístico. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/16114/7/Tema%207.pdf
- Efecto WOW (2020). El Efecto WOW , la técnica para crear Experiencias Extraordinarias. [video]https://www.youtube.com/watch?v=1VyPFX3iVf8
- Entorno turístico. (2022, enero 4) Diferencia entre turistas, visitantes, excursionistas y viajeroshttps://www.entornoturistico.com/diferencia-entre-

turistas-visitantes-excursionistas-y-viajeros/

## 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)** | | | | | |