PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del programa de formación**: Guianza turística.
- **Código del programa de formación**: 626500.
- **Nombre del proyecto:** Aplicación de los procedimientos técnicos en la guianza turística que permitan el fortalecimiento de la cadena de valor del turismo en Colombia.
- **Fase del proyecto:** Ejecución.
- **Actividad de proyecto: AP7** - Disponer los recursos para el servicio.
- **Competencias**:

  Técnicas:
  - **210601023 -** Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo.
  - **260201077 -** Conducir usuarios de acuerdo con tipo de recorrido turístico y normativa.

  Transversal:
  - **240201529 -** Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

  Resultados de aprendizaje:

  Técnicas:
  - **210601023-02 -** Organizar el servicio de guionaje con base en los requerimientos del contratante, los procesos de administración de recursos físicos y de alistamiento administrativo.
  - **260201077-03 -** Manejar grupos de usuarios y turistas en escenarios culturales y naturales de acuerdo con protocolos de servicio, tipo de actividad turística e itinerario.

  Transversal:
  - **240201529-01 -** Integrar elementos de la cultura emprendedora teniendo en cuenta el perfil personal y el contexto de desarrollo social.
  - **240201529-02 -** Caracterizar la idea de negocio teniendo en cuenta las oportunidades y necesidades del sector productivo y social.
  - **240201529-03 -** Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado.
  - **240201529-04 -** Valorar la propuesta de negocio conforme con su estructura y necesidades del sector productivo y social.
- **Duración de la guía**:

  Técnicas 240 horas + Transversal 48 horas = 288 horas.

2. PRESENTACIÓN

Estimado aprendiz, la presente guía contiene las bases y herramientas administrativas que permiten la identificación de las variables y la organización del servicio a partir de la coordinación de los recursos disponibles para la actividad de guianza turística. También le presenta las técnicas y protocolos de manejo y atención para grupos de turistas guiados de acuerdo con el contexto natural o cultural en que se desarrolle el servicio. Lo anterior posibilita diagnosticar la unidad administrativa que oferta, estructurar el plan de acción y el control de las actividades.

El SENA en su necesidad de fortalecer en los aprendices el emprendimiento como oportunidad, afianza en los aprendices la cultura del emprendimiento mediante el desarrollo del pensamiento empresarial, de forma que el aprendiz esté en la capacidad de generar sus propias ideas para emprender y convertirse en empresario como parte de su proyecto de vida.
El emprendimiento está relacionado con el desarrollo humano y económico, con el mejoramiento de las condiciones de vida en los contextos en los que tiene impacto la idea y la concreción de las aspiraciones personales que motivan al emprendedor, por lo que su papel en la sociedad actual es fundamental para el desarrollo socioeconómico y cultural del país.
Para realizar las actividades correspondientes a esta guía de aprendizaje, es necesario revisar los materiales del programa, explorar los documentos de apoyo y realizar consultas investigativas en internet.

¡Bienvenido!

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En este apartado se describirán las actividades de aprendizaje para cada una de las competencias que plantea la fase de ejecución, **actividad del proyecto (AP) 7** - Disponer los recursos para el servicio.

3.1. Actividades de la competencia: Coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo (210601023)

Estimado aprendiz, en esta competencia adquiere habilidades que le permiten el uso de herramientas administrativas para coordinar las actividades, recursos y su aplicación en el servicio de guionaje de acuerdo a los requerimientos del contratante.

3.1.1. Actividad de aprendizaje GA7-210601023-AA1 - Realizar el alistamiento administrativo de los recursos humanos, físicos y financieros según las características del servicio.

Para lograr el éxito en la actividad turística a desarrollar, el alistamiento de los recursos disponibles se debe lograr de una manera eficaz y eficiente de acuerdo con los manuales de procesos y procedimientos de la organización

Duración: 48 horas.

Materiales de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Organización del servicio de guionaje.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: GA7-210601023-AA1-EV01. Análisis de casos en la organización de servicio guiado.**

Estimado aprendiz, una vez conoce el tipo servicio de guianza contratado y sus requerimientos, procede haciendo uso de herramientas de planeación, cronogramas, inventarios, manuales y otras, a listar en

formatos establecidos todos los recursos que van a ser usados en la actividad de guianza, verificando su estado y disponibilidad, organizándose para su funcionamiento en la fecha prevista.
Verifique previamente la ruta, establezca itinerario con los sitios de interés y el número de paradas y actividades a realizar en cada una de ellas, determine las distancias a recorrer y su duración, servicios a prestar durante el recorrido y demás variables. Este ejercicio le dará claridad sobre los recursos a utilizar, garantizando el correcto desarrollo de la actividad turística.
Evidencie su capacidad resolutiva empleando las herramientas entregadas en el componente formativo analizando el siguiente caso:

EFECTOS DEL DESCONOCIMIENTO DEL ITINERARIO POR PARTE DEL GUÍA TURÍSTICO

La agencia de viajes xxxx especializada en turismo receptivo ha recibido confirmación de un grupo de turistas, en cantidad de 25, que visitarán nuestra ciudad el próximo verano; el gerente envía comunicación interna a Carlos quien es considerado el mejor guía local en la ciudad, informando de los detalles puntuales sobre el servicio contratado para que organice el alistamiento de los recursos y demás.
Llegado el verano los turistas arriban a la ciudad, la actividad de guianza es el primer servicio contratado y se dispuso para las horas de la noche un city tour con inicio del recorrido a las 6:30 pm y finalización 10:30 pm, con 3 paradas y actividades en cada una de ellas, y culminando en el restaurante Mirador, divisando la ciudad, y donde se ofrece cena al grupo turístico.
Carlos tuvo inconvenientes para la correcta ejecución, porque por error, descuidó la hora programada para la cena, no observó previamente que el clima a esa hora es muy frío en la ciudad, lo cual ocasionó que la mitad de los turistas, en su mayoría adultos mayores, se resfriaran, como consecuencia arruinando los días restantes de su permanencia.

- ¿Cuáles son las consecuencias del desconocimiento del itinerario por parte de Carlos?
- ¿Cómo afecta el servicio?
- ¿Cómo afecta a la empresa?

Recopile los datos obtenidos de encuestas y demás en los formatos establecidos, posteriormente analícelos y compárelos con las preguntas formuladas.
Genere un informe del estudio del caso donde narre como recogió los datos, conclusiones y la manera de validar las mismas
Se requiere del compromiso por parte del aprendiz con el trabajo en equipo, y compromiso aun mayor con el desarrollo de la autogestión, ya que es necesario que tenga conocimientos previos sobre el tema.
Se sugiere investigar en la Web:

1- Procesos administrativos.
2- Técnicas y métodos de comunicación.
3- Herramientas de planeación administrativa.

Como sugerencia adicional, lo invitamos a ver los siguientes videos:

- Análisis de casos: https://youtu.be/hdpFZ9-eUTg
- Estudio de casos. Paso a Paso: https://youtu.be/-v3GRsBjKKI

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** caso presentado en la organización de un servicio guiado con su estudio, análisis y presentación de soluciones de acuerdo a la técnica.
- **Formato:** Libre.

- **Extensión:** Libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Análisis de casos en la organización de servicio guiado. GA7-210601023-AA1-EV01.**

- **Evidencia: GA7-210601023-AA1-EV02. Formatos diligenciados relacionados con proceso basado en el caso de estudio.**

Estimado aprendiz, el correcto diligenciamiento de la documentación relacionada con el caso de estudio permite mejorar los procesos consistentemente. Para poder analizar un caso se requiere recopilar información de variadas fuentes, esta información deberá ser registrada en formatos, los cuales son fuentes fiables de información que garantizan la seguridad y la transparencia de las actuaciones administrativas; por ello es de vital importancia que se asegure el diligenciamiento veraz y oportuno de todos y cada uno de los formatos que se requieren para abordar el análisis y discusión en la técnica caso de estudio.
Para profundizar sobre documentación consulte en la web:

1. Herramientas administrativas de organización.
2. Administración de recursos.
3. Instrumentos de recolección de información.

Lo invitamos a ver el video: Cómo hacer un estudio de caso-Ministerio de Educación-Formato: https://youtu.be/fHw6h-6io8o
Teniendo en cuenta la información anterior, elabore y diligencie los formatos que considera se deben realizar para el caso trabajado en la evidencia anterior (GA7-210601023-AA1-EV01).

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** formatos diligenciados relacionados con proceso basado en el caso de estudio
- **Formato:** Word.
- **Extensión:** máximo 10 hojas tamaño carta.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Formatos diligenciados relacionados con proceso basado en el caso de estudio. GA7-210601023-AA1-EV02.**

3.2. Actividades de la competencia: Conducir usuarios de acuerdo con tipo de recorrido turístico y normativa (260201077)

En pleno siglo XXI, el guía turístico tiene que aportar algo más que conocimiento de la actividad turística, del recorrido o de las normas; debe demostrar capacidad de organización, buen sentido del humor, empatía, dotes de improvisación, buena educación y capacidad de resolución en la conducción de los turistas. Estimado aprendiz, en el desarrollo de la competencia se adquiere las técnicas de manejo que le permitirán la correcta orientación de grupos de turistas en escenarios naturales y/o culturales, así como el establecimiento de protocolos que le permitan tomar decisiones en caso de presentar situaciones imprevistas en el desarrollo de la actividad.

3.2.1. Actividad de aprendizaje GA7-260201077-AA1 - Apropiar técnicas de manejo de grupos de acuerdo con los protocolos definidos y el contexto natural y cultural del servicio guiado.

Estimado aprendiz, para orientar adecuadamente a los turistas en grupo, los cuales desarrollarán actividades en contextos naturales y/o culturales, es necesario que identifique las características individuales de los visitantes, personalizando el servicio; conozca y aplique las técnicas de manejo grupales que le proporciona la presente guía.

Duración: 192 horas.

Materiales de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Guionaje de grupos.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje:

- **Evidencia: GA7-260201077-AA1-EV01. Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente de naturaleza, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio.**

Diseñar una ruta turística o recorrido en ambiente natural sobre el cual serán guiados los turistas, requiere entre otros, la organización y alistamiento de los recursos disponibles para la actividad, visita previa de los sitios que cubrirá, con el fin de verificar disposición y estado de los recursos naturales y atractivos turísticos.
Realice una visita previa y reúna toda la información pertinente al recorrido y sus sitios (historia, leyendas, estilos de vida, valores patrimoniales, etc.). Tenga en cuenta todos los aspectos relevantes del servicio como el tiempo estimado para el recorrido, condiciones del terreno a recorrer, la distancia, número de paradas o estaciones, actividades a desarrollar en cada una de ellas y destaque la importancia de la conservación, cuidado y respeto de los recursos naturales.
Para construir la evidencia es necesario que considere los anteriores elementos y los que se desprenden del tipo de servicio contratado, valore los recursos naturales, tome en cuenta el nivel de dificultad del camino, hora de inicio y finalización del recorrido turístico.
Una a través de un concepto aglutinador o temática coherente y de manera ordenada, los recursos naturales seleccionados a visitar, describa cada uno de los atractivos, establezca los protocolos de servicio y defina itinerario. Apoye el diseño de la ruta turística con imágenes de los atractivos y recursos naturales, así como de mapas que permitan al turista identificar con precisión el entorno por el cual se desplazará.
En la prestación del servicio en recorridos guiados, el guía turístico se convierte en la pieza clave, debido a que recae sobre él la responsabilidad de la ejecución del guionaje. De él depende el éxito o fracaso de la actividad para el servicio de rutas guiadas.
Para obtener mayor información en la construcción de la evidencia, se sugiere consultar en la Web:

1. Normas técnicas para guías de turismo.
2. Prácticas de sostenibilidad en turismo.
3. Técnicas de manejo de grupos.
4. Turismo accesible-normativas.
5. Liderazgo.

Igualmente lo invitamos a ver el video Diseño de rutas turísticas: https://youtu.be/N3hXC-qN0iQ

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento diseñando un recorrido guiado con sus protocolos en un ambiente de naturaleza.
- **Formato:** Word o PDF.
- **Extensión:** máximo 10 hojas tamaño carta.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente de naturaleza, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio. GA7-260201077-AA1-EV01.**

- **Evidencia: GA7-260201077-AA1-EV02. Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente cultural, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio.**

El guía turístico es el protagonista de la interpretación del patrimonio cultural de un destino y uno de los principales agentes de información para el turista. Para diseñar el recorrido guiado en ambiente cultural debe valorar entre otros los recursos culturales como sitios históricos, construcciones con valor arquitectónico, museos, manifestaciones culturales, etc., que satisfagan los intereses culturales de los turistas, permitiendo el disfrute y conocimiento de los valores culturales, históricos y patrimoniales que se encuentran en el recorrido diseñado.
La evidencia consiste en diseñar un recorrido en ambiente cultural y sus protocolos de servicio. Para esto se requiere la organización y alistamiento de los recursos disponibles para la actividad, visita previa de los sitios históricos, edificaciones, museos, monumentos y demás con valor cultural con el fin de verificar disposición y estado de los recursos culturales y atractivos turísticos; en esta visita reúna toda la información pertinente al recorrido y sus sitios (historia, leyendas, estilos de vida, valores patrimoniales, anécdotas, comunidades y demás formas de manifestación cultural). Tenga en cuenta todos los aspectos relevantes del servicio como el tiempo estimado para el recorrido, condiciones del terreno a recorrer, la distancia a recorrer, número de paradas o estaciones, actividades a desarrollar en cada una de ellas y destaque la importancia de la conservación, cuidado y respeto por el patrimonio cultural.
Considere los anteriores elementos y los que se desprenden del tipo de servicio contratado, valore los recursos culturales, tome en cuenta el nivel de dificultad del camino, hora de inicio y finalización del recorrido turístico, una a través de un concepto aglutinador o temática coherente y de manera ordenada los recursos culturales seleccionados a visitar, describa cada uno de los atractivos, establezca los protocolos de servicio y defina itinerario. Apoye el diseño de la ruta turística con imágenes de los atractivos y recursos culturales, así como de mapas que permitan al turista identificar con precisión el entorno por el cual se desplazará.
Se sugiere que consulte en la web:

1. Patrimonio cultural.
2. Comunicación asertiva.
3. Protocolos en la atención de usuarios de servicios turísticos.
4. Normas regulatorias de la actividad turística en escenarios culturales.
5. Turismo cultural.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** documento diseñando un recorrido guiado con sus protocolos en un ambiente cultural.
- **Formato:** Word o PDF.
- **Extensión:** máximo 10 hojas tamaño carta.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente cultural, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio. GA7-260201077-AA1-EV02.**

- **Evidencia: GA7-260201077-AA1-EV03. Ejecución *in situ* del protocolo en recorrido de naturaleza.**

Estimado aprendiz, en esta evidencia pasamos de la planeación a la ejecución del recorrido diseñado en un ambiente natural de acuerdo con protocolos.
Conforme un grupo de personas con sus compañeros de formación, quienes serán los turistas, comunique los protocolos del servicio guiado, itinerario y demás aspectos relevantes en la conducción. Desarrolle el recorrido, aplique las técnicas de guianza grupal tomando en cuenta las características de los usuarios y del servicio. Durante el recorrido deberá simular una situación a resolver y el tratamiento resolutivo.
Es importante que evidencie en el recorrido el inicio y cierre de la actividad, atención y servicio al cliente, momentos de verdad y las habilidades en comunicación asertiva.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Producto a entregar:** ejecución en terreno de la actividad, informe escrito detallando la planeación, desarrollo y conclusiones de la guianza en ambiente de naturaleza.
- **Formato:** libre.
- **Extensión:** libre.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Ejecución *in situ* del protocolo en recorrido de naturaleza. GA7-260201077-AA1-EV03.**

3.3. Actividades de la competencia: Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social (240201529)

El emprendimiento es la piedra angular de la economía actual por su poder de unión, trabajo colaborativo y trabajo cooperativo; en el Sena es una realidad el desarrollo de proyectos de emprendimiento que a través de diferentes medios han logrado posicionarse en el sector económico elegido, el ser emprendedor no es solo un ser de gestión económica y comercial, el ser emprendedor Sena es una realidad de calidad de vida óptima que logra ser transversal a un problema y entiende con claridad el impacto social permitiéndose, inclusive, ser generador de empleo y condiciones de mejora para su familia y a las familias cercanas. La importancia de esta competencia es tal que muchas de las personas que tienen una idea de negocio en mente pueden integrar con una metodología bien definida una empresa real.

3.3.1. Actividad de aprendizaje GA7-240201529-AA1 - Reconocer capacidades personales para convertirse en emprendedor, como parte de su proyecto de vida en términos de desarrollo humano y económico.

El inicio de la vida emprendedora se da por medio del autoconocimiento, por muchos años el emprendimiento se ha preguntado si el emprendedor nace o se hace y según Aulet (2017) los emprendedores se pueden formar así que **no es obligatorio que todos los emprendedores sean hijos de otros emprendedores o empresarios** y esa buena noticia inicia con las actividades de conocimiento inicial, bienvenidos.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo**: Ser emprendedor.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforma la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia: GA7-240201529-AA1-EV01. DOFA Personal.**

Para el desarrollo de esta evidencia usted debe realizar el análisis de su DOFA personal (DOFA es la abreviatura de Debilidades, Oportunidades, Fortalezas y Amenazas), esta matriz le permitirá identificar claramente sus características y habilidades personales como emprendedor, para realizar este ejercicio se requiere que se disponga de la mejor actitud y saque el tiempo necesario para interiorizar, cada persona tiene una realidad de tiempo diferente para hacer este autoanálisis, descubra el suyo. El paso a paso para realizar la presente actividad es el siguiente:

1. Definir claramente sus condiciones internas como emprendedor.

   D – Debilidades. Identificar las carencias internas que tiene como emprendedor según su personalidad.
   F – Fortalezas. Reconocer las fortalezas que usted tiene como emprendedor según su personalidad.

   Para este análisis cuestione e identifique sus debilidades y fortalezas personales en aspectos como: educación, habilidades de liderazgo, experiencia previa en proyectos de emprendimiento, recursos financieros con los que cuenta el emprendedor, experiencia en ventas, conocimiento del producto o servicio a ofrecer, etc.

2. Definir claramente sus condiciones externas como emprendedor.

   A – Amenazas. Identifique los aspectos en los cuales la competencia y el entorno pueden afectar su ser emprendedor.
   O – Oportunidades. Reconozca las ventajas que su ser emprendedor tiene frente a otras personas y ante el entorno.

   Para ello puede analizar aspectos como la estabilidad del proyecto de emprendimiento, desconocimiento de leyes, aspectos tributarios, financieros, entre otros.

3. Una vez haya identificado los aspectos mencionados anteriormente, diligencie un documento (se puede hacer en cualquier aplicación digital puede ser en Word o PowerPoint) una matriz donde identifique las respuestas a los planteamientos sugeridos; posteriormente analice y describa ¿cómo los aspectos identificados le ayudarán a impulsar su emprendimiento? y ¿qué estrategia le ayudaría a minimizar las amenazas del entorno a su personalidad y a su ser emprendedor? Para dar más detalle de la presente actividad piense en su personalidad como el eje central, por ejemplo: qué pasa con su temperamento, paciencia, tranquilidad, disciplina y nivel de seguimiento del objetivo cuando las cosas no salen bien y cuando salen bien, de esa forma se puede ayudar a buscar su DOFA personal emprendedor.

4. Para el desarrollo de la actividad tenga en cuenta el componente formativo: Ser emprendedor y recuerde hacer un adecuado uso de las normas de redacción y ortografía para la presentación de la evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** matriz DOFA.
- **Extensión:** 2 páginas máximo (matriz y análisis).
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **DOFA Personal. GA7-240201529-AA1-EV01.**

3.3.2. Actividad de aprendizaje GA7-240201529-AA2 - Definir la idea de negocio a desarrollar en el emprendimiento, según las oportunidades de mercado.

Planear es una de las mejores maneras de llevar a cabo cualquier proyecto y un proyecto emprendedor no es la excepción, esa planeación en emprendimiento se conoce como modelo de negocio porque integra las actividades claves con el tiempo, por eso se hace necesario que luego de conocerse como emprendedor se presente a la realidad empresarial por medio de una idea de negocio revisada desde las diferentes aristas, medidas por el mercado, y para eso hay un orden tal como lo va a ver en la presente actividad. Luego de tener la idea clara debe organizarla y para eso se presentan las dos evidencias siguientes.

Duración: 24 horas.

Materiales de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en los componentes formativos: **Análisis de oportunidades para emprender** y **Entendiendo la empresa.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y las correspondientes evidencias que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia: GA7-240201529-AA2-EV01. *Pitch* idea de negocio.**

En esta evidencia se pretende mostrar la idea de negocio que usted, como emprendedor, desea desarrollar de manera individual o grupal durante el desarrollo de la presente competencia. El emprendimiento es una oportunidad de construir algo que perdure en el tiempo, en su vida y en la de su familia. Para definir su idea inicial, es necesario que realice las siguientes actividades:

1. **Identificación del problema:** el primer paso es identificar un problema que afecte a la sociedad o a un grupo significativo de personas, de tal manera que estén dispuestas a pagar por la solución. En el mundo de los negocios, no hay éxito sin productos o servicios que resuelvan problemas relevantes para los clientes y por los cuales estén dispuestos a pagar. Es por esto que la investigación debe comenzar definiendo cuáles son las situaciones problemáticas que se resolverán con el emprendimiento.

   La situación problémica es aquella problemática o necesidad específica que existe en el mercado y que el emprendimiento podría resolver. Identificar una situación problema es el primer paso para desarrollar una idea de negocio relevante y con potencial de éxito. Por lo anterior:

   - Escriba cuál es la situación problémica que quiere solucionar.

2. **Segmentación de clientes:** todo negocio en etapa temprana está buscando adoptadores tempranos, es decir aquellas personas que perciben tan grande el problema que se les va a solucionar, y están dispuestos a probar nuevas alternativas de solución. En este contexto, los actores relevantes son los *stakeholders* o grupos de interés, es decir, todas las personas o grupos que se ven afectados positiva o negativamente por el problema y que tienen el poder de influir en la viabilidad de la solución. Responda a las siguientes preguntas:

   - ¿Quiénes son los actores más relevantes relacionados con la situación problémica?
   - ¿Cuáles son sus necesidades y deseos?

3. **Articulación del problema con la solución**: luego de tener identificado el problema, proponga, según sus habilidades, una solución al mismo pensando de manera general:

   - ¿Qué producto, servicio o experiencia puede ofrecer usted a un grupo específico de personas que puedan pagar por ello?

   Para lograrlo, utilice la metodología ágil *Design Thinking,* que se enfoca en comprender las necesidades de los clientes, generando ideas, prototipando y testeando para encontrar la mejor solución posible. Si desea profundizar en este tema, puede ingresar al portal https://teresaniubo.com/design-thinking-nos-ayuda-a-crear-candidate-personas/

4. **Nombrar el emprendimiento**: bautice su emprendimiento con un nombre llamativo y creativo, evite usar nombres similares de otras empresas del sector o de sectores afines. Para verificar la disponibilidad del nombre, puede validar en la página de Homonimia de la Cámara de Comercio en línea a través de este enlace:
   https://www.sintramites.com/sintramites/General/Homonimia.aspx

5. **Promoción:** después de tener clara y definida la idea del producto, servicio o experiencia que va a ofrecer al mercado, la persona deberá grabar un video creativo que no exceda los 59 segundos. En este video, presentará de manera ingeniosa cómo su negocio puede solucionar el problema identificado previamente.
   Para realizar el video:

   - Utilice su teléfono celular o el de algún familiar y grabe en formato vertical.
   - No será necesario una resolución específica, pero asegúrese de que la idea y cualquier texto que presente sean claramente visibles.

- El video editado, con una duración menor de 59 segundos, es el que se va a publicar como evidencia.

Lineamientos generales para la entrega de la evidencia:

- **Productos a entregar:** video con la idea de negocio.
- **Extensión:** 59 segundos máximo.
- **Formato:** MP4 o enlace de YouTube.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: ***Pitch* idea de negocio. GA7-240201529-AA2-EV01.**

- **Evidencia: GA7-240201529-AA2-EV02. Modelo CANVAS del emprendimiento.**

En esta evidencia el emprendedor o el equipo emprendedor desarrollarán y analizarán la matriz Lean Canvas que permitirá identificar de una manera más clara las características de su emprendimiento. El modelo, como herramienta para definir y crear un modelo de negocio innovador, se simplifica en cuatro (4) áreas: clientes, oferta, infraestructura y viabilidad económica.

Para identificar estos cuatro (4) aspectos desarrolle en la matriz Lean Canvas los nueve (9) elementos que este modelo propone, a saber:

Figura 1
Matriz Lean Canvas.



A continuación, se describe cada elemento:

1. **Problema:** identificar la situación problémica que se va a solucionar con el negocio.
2. **Solución:** describir la solución y sus características para entregar la propuesta de valor.
3. **Propuesta única de valor:** explicar las propuestas de valor que se ofrecen a los actores relevantes con la solución.
4. **Ventaja injusta**: definir la ventaja injusta que ayudará a que los actores relevantes conozcan la propuesta de valor de la solución, mantenerlos enganchados y aumentar el número de actores que se benefician de la propuesta de valor.
5. **Segmento de clientes**: identificar los actores más relevantes relacionados con la situación problémica y la solución para los cuales se está diseñando el modelo de negocio.
6. **Métricas clave:** medir la satisfacción de los actores relevantes con la solución.
7. **Canales:** determinar a través de qué canales se comunicará y entregará la propuesta de valor a los actores relevantes.
8. **Estructura de costos:** calcular el costo de crear y entregar la propuesta de valor de la solución a los actores relevantes, entre estos están:
    - Costo variable de productos vendidos.
    - Soporte al cliente/devoluciones.
    - Costos de adquisición de clientes.
    - Costos de distribución.
    - Costos operacionales (personal).
9. **Flujos de ingresos:** definir como se financia la solución:
    - Modelos de ingresos.
    - Valor del tiempo de vida del cliente.
    - Impresión, margen bruto.

Tenga en cuenta que la matriz a trabajar es la matriz Lean Canva y se puede elaborar en un archivo de Word o PowerPoint.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar:** modelo CANVAS del emprendimiento.
- **Formato:** PDF.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Modelo CANVAS del emprendimiento. GA7-240201529-AA2-EV02.**

3.3.3. Actividad de aprendizaje GA7-240201529-AA3 - Establecer el modelo de negocio del emprendimiento.

La viabilidad de un emprendimiento depende de varios factores y entre ellos el factor económico es una métrica clave, es por eso que se requiere una planeación especial con relación al recurso económico y en esta actividad de aprendizaje. Una empresa es mucho más que un músculo económico, sin embargo, se requiere un recurso económico para estabilizar la subsistencia.

Duración: 12 horas.

Materiales de formación: para desarrollar esta actividad adecuadamente, se recomienda revisar los contenidos presentados en el componente formativo: **Fundamentos financieros para emprender.**

Evidencias: a continuación, se describen las acciones y la correspondiente evidencia que conforman la actividad de aprendizaje.

- **Evidencia: GA7-240201529-AA3-EV01. Plan de negocio.**

Como parte final y decisiva para el análisis del emprendimiento, el emprendedor o el equipo emprendedor desarrollará la evidencia mediante los siguientes pasos:

1. Construya el presupuesto de ventas, en el cual identifique precios de venta unitarios, la cantidad de unidades vendidas, los costos fijos y variables, para servicios se requiere lo mismo, ¿cuál sería el valor de un servicio prestado? y ¿qué pasa si se vende al por mayor? Así mismo, defina el margen de contribución por producto y la venta total, esa sería la utilidad.
2. Elabore el presupuesto de personal, plantee la cantidad de personal que lo apoyará en el emprendimiento, los salarios devengados de forma individual, el cálculo de las prestaciones sociales por cada colaborador, y una consolidación general.
3. Estime los activos fijos necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento.
4. Defina el capital inicial que usted como emprendedor requiere para el inicio de actividades, si este capital se obtiene por capital propio o de inversionistas externos, fuentes de financiamiento, subsidios, entre otros.
5. Con la información recolectada en los puntos anteriores proceda a elaborar los diferentes estados financieros como lo son: el flujo de caja y el balance inicial del emprendimiento.

En caso de querer avanzar su proyecto como modelo de vida o como labor diaria se recomienda hacer uso del “Modelo de emprendimiento del fondo Emprender del Sena” que puede ubicar en: https://www.fondoemprender.com/Lists/HerramientasEmprendedores/DispForm.aspx?id=14 y de esa forma integrar el grupo de emprendedores que pueden aplicar a capital semilla por parte de la entidad más querida por los colombianos.

Lineamientos para la entrega del producto:

- **Producto a entregar**: estados financieros.
- **Formato:** archivo Excel.
- Para hacer el envío de la evidencia remítase al área de la actividad correspondiente y acceda al espacio: **Plan de negocio. GA7-240201529-AA3-EV01.**

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: Análisis de casos en la organización de servicio guiado. **GA7-210601023-AA1-EV01.**	• Dispone recursos físicos de servicio de acuerdo con plan de acción y procedimientos. • Emplea las herramientas de organización según procedimiento de	**Lista de verificación:** IE-GA7-210601023-AA1-EV01

	alistamiento administrativo del servicio y las características de la contratación.	
Evidencia de producto: Formatos diligenciados relacionados con proceso basado en el caso de estudio. **GA7-210601023-AA1-EV02.**	• Dispone recursos físicos de servicio de acuerdo con plan de acción y procedimientos. • Emplea las herramientas de organización según procedimiento de alistamiento administrativo del servicio y las características de la contratación.	**Lista de verificación:** IE-GA7-210601023-AA1-EV02
Evidencia de conocimiento: Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente de naturaleza, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio. **GA7-260201077-AA1-EV01.**	• Orienta grupos en escenarios naturales de acuerdo con las técnicas de manejo, características del usuario, protocolos y características del servicio. • Soluciona situaciones presentadas durante la conducción del grupo según técnicas de comunicación asertiva, manejo de conflictos y servicio al cliente.	**Lista de verificación:** IE-GA7-260201077-AA1-EV01
Evidencia de conocimiento: Diseño del recorrido guiado y sus protocolos en ambiente cultural, de acuerdo con las técnicas de manejo, características de usuario y del servicio. **GA7-260201077-AA1-EV02.**	• Orienta grupos en escenarios naturales de acuerdo con las técnicas de manejo, características del usuario, protocolos y características del servicio. • Soluciona situaciones presentadas durante la conducción del grupo según técnicas de comunicación asertiva, manejo de conflictos y servicio al cliente.	**Lista de verificación:** IE-GA7-260201077-AA1-EV02

Evidencia de desempeño: Ejecución *in situ* del protocolo en recorrido de naturaleza. **GA7-260201077-AA1-EV03.**	• Orienta grupos en escenarios naturales de acuerdo con las técnicas de manejo, características del usuario, protocolos y características del servicio. • Soluciona situaciones presentadas durante la conducción del grupo según técnicas de comunicación asertiva, manejo de conflictos y servicio al cliente.	**Lista de verificación:** IE-GA7-260201077-AA1-EV03
Evidencia de conocimiento: DOFA Personal. **GA7-240201529-AA1-EV01.**	• Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal.	**Lista de chequeo:** IE-GA7-240201529-AA1-EV01
Evidencia de desempeño: *Pitch* idea de negocio. **GA7-240201529-AA2-EV01.**	• Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	**Lista de chequeo:** IE-GA7-240201529-AA2-EV01
Evidencia de desempeño: Modelo CANVAS del emprendimiento. **GA7-240201529-AA2-EV02.**	• Estructura un perfil de emprendedor teniendo en cuenta las habilidades y principios de la gestión empresarial. • Integra elementos básicos de investigación de acuerdo con las necesidades descriptivas del plan de negocio. • Determina grupos focales de mercado de acuerdo con la idea de negocio. • Construye propuestas empresariales y de negocio teniendo en cuenta las necesidades y segmentación del mercado. • Determina el impacto del plan de negocio conforme con las atribuciones y	**Lista de chequeo:** IE-GA7-240201529-AA2-EV02

	dinámicas del sector productivo.	
Evidencia de producto: Plan de negocio. **GA7-240201529-AA3-EV01.**	• Argumenta la idea de negocio conforme con la propuesta y necesidades del sector productivo.	**Lista de chequeo:** IE-GA7-240201529-AA3-EV01

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Administración: proceso de diseñar y mantener un ambiente en el cual las personas, trabajando en grupo, alcanzan con eficiencia las metas establecidas.

Análisis financiero: es el conjunto de principios, técnicas y procedimientos que utiliza para transformar la información reflejada en los estados financieros e información procesada, utilizable para la toma de decisiones económicas, tales como nuevas inversiones y fusiones de empresas.

Capital: es la suma de todos los recursos aportados por los propietarios, socios o accionistas (bienes y valores), para la constitución y puesta en marcha de una empresa.

Cartografía: ciencia que estudia los mapas y cartas geográficas y cómo realizarlos.

Competitividad: capacidad de la sociedad para hacerle frente al desafío de la economía global y al proceso de internacionalización, creando ventajas competitivas sostenibles y al mismo tiempo incrementar sus niveles de bienestar. Capacidad de competir eficientemente en los mercados incrementando a la vez los ingresos reales.

Comunicación asertiva: actitud personal positiva a la hora de relacionarse con los demás y consiste en expresar las opiniones y las valoraciones, evitando descalificaciones, reproches y enfrentamientos.

Cultural: de la cultura o relacionado con ella.

Demanda: cantidad máxima de un bien o servicio que un individuo o grupo de ellos está dispuesto a adquirir a un determinado precio, por unidad de tiempo.

Emprendimiento: la palabra viene del francés *entrepreneur* (pionero), se refiere a la capacidad de hacer un esfuerzo adicional para alcanzar una meta siendo utilizada para identificar a quien comienza una empresa, término que fue ligado a empresarios innovadores o aquellos individuos que con su actividad generan inestabilidad en los mercados; actitud orientada a identificar y tomar oportunidades, siendo un instrumento de cambio cultural para crear y agregar valor.

Encuesta: aplicación de un cuestionario en una investigación de mercados, con el fin de obtener diferentes tipos de información.

Estado de situación financiera: se trata de un documento que muestra el valor y la naturaleza de los recursos económicos de una empresa, así como los intereses de los acreedores y la participación de los dueños en una fecha determinada.

Estrategia: programas generales de acción y despliegue de recursos para alcanzar los objetivos establecidos de tal forma que definan lo que es o debe ser el negocio de la compañía; forma concreta y específica de solucionar la situación, problema o necesidad del grupo con el cual está trabajándose.

Impuestos: pagos obligatorios de dinero que exige el estado a los individuos y empresas que no están sujetos a una contraprestación directa, con el fin de financiar los pagos propios de la administración del estado y la provisión de bienes y servicios de carácter público, tales como la administración de la justicia, gastos de defensa, subsidios, entre otros.

Itinerario: ruta en la que se describen los lugares por los que se pasa.

Marca: identificación de un producto o servicio, mediante la forma del nombre. Símbolo, diseño o combinación de estos para diferenciarlo de la competencia.

Meteorología: parte de la física que estudia los fenómenos de la atmósfera, la climatología, el viento, la lluvia, los rayos, etc.

Modelo económico: construcción teórica que empleando las matemáticas intenta representar lo esencial de las relaciones económicas del mundo real, constituyendo una abstracción simplificada de la realidad.

Natural: de la naturaleza, relacionado con ella o producido por ella sin la intervención del hombre.

Necesidad en marketing: manifestación del comprador real o potencial que da a entender o expresa un deseo o preocupación que el vendedor puede satisfacer, sensación de falta de algo y que se desea llevar.

Patrimonio cultural: el patrimonio cultural tangible o material se compone de los bienes muebles e inmuebles hechos por las sociedades de nuestro pasado.

Patrimonio arquitectónico: monumentos, edificios y construcciones que representan nuestra memoria física y nuestra evolución o involución social.

Patrimonio natural: es el conjunto de bienes riquezas naturales, o ambientales, que la sociedad ha heredado de sus antecesores, y a los que se les concede un valor excepcional.

Patrimonio: conjunto de bienes propios de una persona o de una institución, susceptibles de estimación económica.

Producción: toda actividad del hombre que, a través de un proceso de transformación de insumos, materias primas y recursos naturales, obtiene bienes y servicios que sirven para satisfacer las necesidades humanas.

Protocolos: conjunto de reglas de formalidad que rigen los actos.

Segmentación de mercado: separación del mercado de un artículo en las categorías de localización, personalidad u otras características para cada división.

Tabulación: expresión de valores, magnitudes, conceptos, etc., por medio de tablas o cuadros.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Alonso González, C. M.ª (2008). El atractivo turístico del Camino del Cid en la comunicación publicitaria. *El Poema de Mío Cid. La comunicación de un mito*. Universidad Pontificia de Salamanca, 59-102.

Aulet, B. (2017). *La disciplina de emprender*. Editorial LID.

Calvi, M. V. (2006). *Lengua y comunicación en el español del turismo*. Arco Libros.

Cravens D., Piercy, N. (2007). *Marketing Estratégico*, Octava Edición Mc Graw Hill Interamericana.

El Informador. (2016). Plan Maestro de Ruta Macondo para el Magdalena. *El Informador*. http://www.elinformador.com.co/index.php/el-magdalena/83-departamento/118389-plan-maestro-de-ruta macondo-para-el-magdalena

Escamilla, E. y De Gortari, Y. (2014). La gastronomía como destino turístico. *Cuadernos de Patrimonio Cultural y Turismo*, 14, 138-142. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/cuadernos/pdf14/articulo10.pdf

Escobar, H., & Cuartas, V. (s.f.). *Diccionario económico financiero*. Puntos suspensivos.

Kotler P., Keller K., (2012) *Dirección de Marketing*. Pearson Prentice Hall.

Lambin, J. Galluci, C. y Hammond, G. (2008). *Dirección de Marketing, Gestión Estratégica y Operativa de Mercado*. Mc Graw Hill.

Morére, N. y Perelló, S. (2013). *Turismo cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Fundación Escuela de Organización Industrial (eoi).

Niubó, T. (30 de junio de 2017). *Design Thinking nos ayuda a crear Candidate Personas.* https://teresaniubo.com/design-thinking-nos-ayuda-a-crear-candidate-personas/

Parmerlee, D. (2002). *Cómo preparar un Plan de Marketing*. Ediciones Gestión 2000 S.A.

Pillet, F. (2014). El paisaje literario y su relación con el turismo cultural. *Cuadernos de Turismo*, 33, 297-309. https://revistas.um.es/turismo/article/view/195751/160451

Valencia, H. (2007) *Diccionario de marketing. 3R editores.*

Villarreal Larrinaga, O., y Landeta Rodríguez, J. (2010). El estudio de casos como metodología de investigación científica en dirección y economía de la empresa. Una aplicación a la internacionalización. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(3), 31-52.

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	Fabio Alberto Ramírez	Experto Temático	Regional Tolima - Centro de Comercio y Servicios.	Marzo de 2022
Autor (es)	Ana Catalina Córdoba Sus	Asesora Metodológica	Regional Distrito Capital – Centro de Diseño y Metrología.	Marzo de 2022
Autor (es)	Rafael Neftalí Lizcano Reyes	Responsable Equipo Desarrollo Curricular	Regional Santander - Centro Industrial del Diseño y la Manufactura.	Marzo de 2022
Autor (es)	Jhon Jairo Rodríguez Pérez	Corrector de estilo	Regional Distrito Capital - Centro de Diseño y Metrología.	Julio de 2022

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					