|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| ACTIVIDAD DIDÁCTICA CUESTIONARIO | | | | | | | | | | | | | |
| Generalidades de la actividad   * Las indicaciones, el mensaje de correcto e incorrecto debe estar la redacción en segunda persona. * Diligenciar solo los espacios en blanco. * El aprendiz recibe una retroalimentación cuando responde de manera correcta o incorrecta cada pregunta. * Señale en la columna Rta. Correcta con una (x) de acuerdo con las opciones presentadas. * Al final de la actividad se muestra una retroalimentación de felicitación si logra el 70% de respuestas correctas o retroalimentación de mejora si es inferior a este porcentaje.   Para sugerir este tipo de actividad tener presente equipo de Diseño Instruccional, que solo debe haber máximo doce opciones de pregunta y que cada campo tiene un límite de palabras permitidas para garantizar el responsive web. | | | | | | | | | | | | | |
| Instrucciones para el aprendiz | | Esta actividad le permitirá determinar el grado de apropiación de los contenidos del componente formativo: **Técnicas de hidroterapia aplicadas en el turismo de bienestar.**  Antes de su realización, se recomienda la lectura del componente formativo mencionado. Es opcional (no es calificable), y puede realizarse todas las veces que se desee.  Lea la afirmación de cada ítem y luego señale verdadero o falso según corresponda. | | | | | | | | | | | |
| Nombre de la Actividad | | Hidroterapia: beneficios y aplicaciones. | | | | | | | | | | | |
| Objetivo de la actividad | | Utilizar las técnicas de hidroterapia para mejorar la circulación, aliviar el dolor y promover la relajación física y mental. | | | | | | | | | | | |
| Texto descriptivo | | Lea cada enunciado referente a los temas desarrollados en el componente formativo y elija una opción según corresponda. | | | | | | | | | | | |
| PREGUNTAS | | | | | | | | | | | | | |
| Pregunta 1 | | **¿Cuál es un beneficio de la hidroterapia?** | | | | | | | | | | | Rta(s) correcta(s) (x) |
| Opción a) | Aumenta la masa muscular. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Mejora la circulación sanguínea. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Reduce la flexibilidad. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Aumenta el estrés. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 2 | | **¿Cuál es el objetivo del turismo de bienestar?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Promover el turismo de aventura. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Ofrecer tratamientos de salud en entornos relajantes. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Aumentar la producción de bienes. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Reducir el uso de agua. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 3 | | **¿Qué se considera un centro de salud y bienestar?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Un gimnasio. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Un spa o balneario. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Una tienda de productos cosméticos. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Un restaurante. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 4 | | **¿Cómo se clasifica la hidroterapia?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Por el tipo de agua utilizada. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Por su temperatura. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Por su uso terapéutico. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Todas las anteriores. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Pregunta 5 | | **¿Cuál es una estrategia de marketing hidrotermal?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Ofrecer descuentos en productos de limpieza. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Promocionar paquetes de bienestar. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Incrementar la producción de agua. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Reducir el uso de recursos. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 6 | | **¿Qué tipo de terapia se puede realizar en un spa?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Aromaterapia. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Hidroterapia. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Masoterapia. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Todas las anteriores. | | | | | | | | | | | | X |
| Pregunta 7 | | **¿Cuál es un componente esencial del marketing en turismo de bienestar?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Aumentar precios. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Crear una experiencia única. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Limitar servicios. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Promocionar productos de belleza. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 8 | | **¿Cuál es la clasificación del agua utilizada en hidroterapia?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Agua fría, templada y caliente. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción b) | Agua dulce y salada. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Agua mineral y potable. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Agua tratada y no tratada. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 9 | | **¿Cuál es un ejemplo de un centro de salud y bienestar?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Una piscina pública. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Un balneario. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Un supermercado. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Un cine. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 10 | | **¿Qué estrategia se utiliza para atraer turistas al turismo de bienestar?** | | | | | | | | | | | |
| Opción a) | Promociones de paquetes de salud. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción b) | Descuentos en alimentos. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Publicidad en redes sociales para productos de consumo. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Limitación de actividades recreativas. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 11 | | | **¿Qué tipo de actividades suelen incluir los destinos de bienestar?** | | | | | | | | | |  |
| Opción a) | Surf y deportes extremos. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Yoga y meditación. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Paseos en bicicleta por la ciudad. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Excursiones nocturnas. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 12 | | | | **¿Cuál es una de las características del turismo de bienestar en Colombia?** | | | | | | | | |  |
| Opción a) | Fomento de viajes en crucero. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Desarrollo de spas y centros de hidroterapia. | | | | | | | | | | | | X |
| Opción c) | Exclusivamente turismo cultural. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Enfoque en deportes extremos. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 13 | | | | | | **¿Qué se busca principalmente en un destino de turismo de bienestar?** | | | | | | |  |
| Opción a) | Aventura y adrenalina. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Conexión con la naturaleza y relajación. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Concurrencia y vida nocturna. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Compras y entretenimiento. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 14 | | | | | **¿Qué importancia tiene la satisfacción del cliente en el marketing hidrotermal?** | | | | | | | |  |
| Opción a) | No es relevante. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Es clave para fidelizar clientes. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Solo es importante en resorts de lujo. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Se ignora en centros económicos. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 15 | | | | | | | **¿Cuál es el público objetivo principal del marketing hidrotermal?** | | | | | |  |
| Opción a) | Jóvenes aventureros. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Personas en busca de relajación y salud. | | | | | | | | | | | | X |
| Opción c) | Solo deportistas extremos. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Ejecutivos en viajes de negocios. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 16 | | | | | | | | **¿Qué terapia de agua se utiliza para relajar músculos profundos?** | | | | |  |
| Opción a) | Sauna seca. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Hidromasaje. | | | | | | | | | | | | X |
| Opción c) | Compresas frías. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Duchas regulares. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 17 | | | | | | | | | **¿Qué técnica de hidroterapia utiliza agua caliente?** | | | |  |
| Opción a) | Duchas frías. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Baños de contraste. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Jacuzzi. | | | | | | | | | | | | X |
| Opción d) | Ejercicio en piscinas frías. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 18 | | | | | | | | | | **¿Cuál es una técnica común de hidroterapia?** | | |  |
| Opción a) | Baño turco. | | | | | | | | | | | | X |
| Opción b) | Natación en piscina. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción c) | Terapia de sonido. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Yoga acuático. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 19 | | | | | | | | | | | **¿Qué elementos debería incluir una campaña exitosa de marketing hidrotermal?** | |  |
| Opción a) | Ofrecer descuentos permanentes. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Promocionar experiencias únicas y bienestar. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Solo enfocarse en el mercado juvenil. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Desalentar la personalización. | | | | | | | | | | | |  |
| Pregunta 20 | | | | | | | | | | | | **¿Cómo se clasifica la hidroterapia según la temperatura del agua?** |  |
| Opción a) | Estándar y no estándar. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción b) | Hidroterapia fría, tibia y caliente. | | | | | | | | | | | | **X** |
| Opción c) | Superficial y profunda. | | | | | | | | | | | |  |
| Opción d) | Por tipo de instalaciones. | | | | | | | | | | | |  |
| MENSAJE FINAL ACTIVIDAD | | | | | | | | | | | | | |
| Mensaje cuando supera el 70% de respuestas correctas | | ¡Excelente! Lo felicito, ha superado la actividad y demuestra sólidos conocimientos sobre el componente formativo. | | | | | | | | | | | |
| Mensaje cuando el porcentaje de respuestas incorrectas es inferior al 70% | | No ha superado la actividad. Le recomendamos volver a revisar el componente formativo e intentar nuevamente la actividad didáctica. | | | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **CONTROL DE REVISIÓN** | | |
|  | **Responsable** | **Fecha** |
| **Evaluador Instruccional** | **Gilberto Herrera Delgans** | **Octubre 2024** |