



UTPL

La Universidad Católica de Loja

Modalidad Abierta y a Distancia

Prácticum 4.2: Examen Complexivo

Guía didáctica



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Ciencias Empresariales

Prácticum 4.2: Examen Complexivo

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
▪ Turismo	VIII

Autora:

Armijos Maurad Ana Patricia



TURI_5010

Asesoría virtual
www.utpl.edu.ec

Universidad Técnica Particular de Loja

Prácticum 4.2: Examen Complexivo

Guía didáctica

Armijos Maurad Ana Patricia

Diagramación y diseño digital:

Ediloja Cía. Ltda.

Telefax: 593-7-2611418.

San Cayetano Alto s/n.

www.ediloja.com.ec

edilocialtda@ediloja.com.ec

Loja-Ecuador

ISBN digital - 978-9942-39-504-7



Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0)

Usted acepta y acuerda estar obligado por los términos y condiciones de esta Licencia, por lo que, si existe el incumplimiento de algunas de estas condiciones, no se autoriza el uso de ningún contenido.

Los contenidos de este trabajo están sujetos a una licencia internacional Creative Commons **Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 (CC BY-NC-SA 4.0)**. Usted es libre de **Compartir** — copiar y redistribuir el material en cualquier medio o formato. **Adaptar** — remezclar, transformar y construir a partir del material citando la fuente, bajo los siguientes términos: **Reconocimiento**- debe dar crédito de manera adecuada, brindar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que usted o su uso tienen el apoyo de la licenciante. **No Comercial**-no puede hacer uso del material con propósitos comerciales. **Compartir igual**-Si remezcla, transforma o crea a partir del material, debe distribuir su contribución bajo la misma licencia del original. No puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otras a hacer cualquier uso permitido por la licencia. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

5 de abril, 2022

Índice

1. Datos de información.....	8
1.1. Presentación de la asignatura.....	8
1.2. Competencias genéricas de la UTPL.....	8
1.3. Competencias específicas de la carrera.....	8
1.4. Problemática que aborda la asignatura.....	9
2. Metodología de aprendizaje.....	9
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	10
Primer bimestre	10
Resultado de aprendizaje 1	10
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	11
Semana 1	11
Unidad 1. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística.....	11
1.1. Análisis de mercados turísticos.....	12
1.1.1. Introducción a la investigación de mercados turísticos	12
1.1.2. Datos turísticos, sistemas y fuentes	12
1.1.3. Muestreo en el ámbito turístico, proceso, técnicas y diseño de cuestionarios	13
1.1.4. Diseño experimental de la investigación de mercados.....	14
1.1.5. Ejemplo de contexto.....	15
Actividades de aprendizaje recomendadas	17
Autoevaluación 1.....	18
Semana 2	20
Unidad 2. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística.....	20
2.1. Sistemas tecnológicos aplicados al turismo	20
2.1.1. Las nuevas tecnologías en el sector turístico	20
2.1.2. Analítica Web-Análisis de Páginas web de destinos exitosos	21
2.1.3. Convergencia digital de la promoción turística	22

2.1.4. Promoción digital de los servicios a través de la Web y portales especializados	23
2.1.5. Ejemplo de contextos	24
Actividades de aprendizaje recomendadas	25
Autoevaluación 2.....	27
Semana 3	29
Unidad 3. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística.....	29
3.1. Formulación y evaluación de proyectos	29
3.1.1. Aspectos generales y marco referencial para la formulación de proyectos turísticos	29
3.2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de demanda, el entorno competitivo y su cuantificación	30
3.3. El estudio técnico: el diseño de productos turísticos, la localización y la ingeniería del proyecto	31
3.4. La presupuestación, el análisis de la rentabilidad, la sensibilización y el análisis de las inversiones de proyectos.....	32
3.5. Ejemplo de contexto.....	33
Actividades de aprendizaje recomendadas	35
Autoevaluación 3.....	36
Semana 4	38
Unidad 4. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística.....	38
4.1. Planificación de Destinos turísticos	38
4.1.1. Proceso metodológico para la planificación de destinos.....	38
4.1.2. Planificación estratégica del desarrollo turístico	39
4.1.3. Ejemplo de contexto	40
Actividades de aprendizaje recomendadas	41
Autoevaluación 4.....	43
Semana 5	45
Unidad 5. ¿Cómo desarrollar un perfil de proyecto?	45
5.1. Perfil del proyecto	45
5.1.1. Lineamientos.....	45
5.1.2. Estructura	47

5.1.3. Planificación.....	49
5.1.4. Rúbricas de evaluación	50
5.1.5. Desarrollo práctico de un perfil de proyecto	50
Actividades de aprendizaje recomendadas	51
Autoevaluación 5.....	52
Semana 6	54
Actividades de aprendizaje recomendadas	54
Autoevaluación 6.....	56
Semana 7	57
Actividades de aprendizaje recomendadas	58
Autoevaluación 7.....	59
Semana 8	60
Segundo bimestre	61
Resultado de aprendizaje 1	61
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje	61
Semana 9	61
Semana 10	61
Unidad 6. Actividades de aprendizaje, estrategias síncronas y asíncronas	62
6.1. Actividades síncronas-Perfil del proyecto- defensa oral	62
6.1.1. Defensa oral	63
6.1.2. Lineamientos.....	63
6.1.3. Comunicación	63
6.1.4. Proceso de la defensa del perfil del proyecto.....	64
6.1.5. Rúbrica de calificación	66
Actividades de aprendizaje recomendadas	66
Autoevaluación 8.....	67

Semana 11 68

 6.2. Actividades asíncronas- Perfil del proyecto 68

 Actividades de aprendizaje recomendadas 68

Semana 12 69

 6.3. Actividades síncronas-Examen complejo 69

 6.4. Actividades asíncronas-Examen complejo..... 69

 Actividades de aprendizaje recomendadas 70

Semana 13 71

 Actividades de aprendizaje recomendadas 71

Semana 14 71

Semana 15 72

 Actividades de aprendizaje recomendadas 72

Semana 16 73

 Actividades finales del bimestre 73

 Actividades de aprendizaje recomendadas 73

4. Solucionario 74

5. Referencias bibliográficas 82



1. Datos de información

1.1. Presentación de la asignatura



1.2. Competencias genéricas de la UTPL

- Vivencia de los valores universales del humanismo de Cristo.
- Comunicación oral y escrita.
- Orientación a la innovación y a la investigación.
- Pensamiento crítico y reflexivo.
- Comportamiento ético.
- Organización y planificación del tiempo.

1.3. Competencias específicas de la carrera

- Integra el conocimiento científico con los saberes ancestrales mediante la vinculación con la sociedad y la interacción comunicacional social y cultural, desde una red de conexiones en la que el aprendizaje se produce mediante el uso de nuevas tecnologías enfocadas a la competitividad de los destinos turísticos.

1.4. Problemática que aborda la asignatura

El desarrollo turístico de un territorio en los ámbitos: político, económico, social, cultural y ambiental, requieren de una planificación integral e inclusiva que responda a las necesidades o problemas, es decir a la problemática de una planificación turística territorial, enfocado en la gestión del territorio y gestión turística. Por ello, es necesario que el profesional de Turismo aborde estos aspectos y disponga de actitudes, conocimientos, habilidades y competencias para resolver estos problemas o necesidades de manera creativa, crítica y ética, para una planificación y ordenamiento turístico territorial del país.



2. Metodología de aprendizaje

En esta asignatura la metodología que se utilizará para el cumplimiento de los resultados de aprendizaje definidos en el perfil de egreso, será la metodología participativa, enfocada en las siguientes acciones:

- a. Parte escrita: se realizará contemplando las unidades de las competencias a través de contextos, que se derivan de un conjunto de preguntas objetivas de opción múltiple de respuesta única y con cuatro opciones de respuesta.
- b. Parte oral: se desarrollará a través de la metodología de proyectos, el cual estará conformado por la redacción de un perfil de proyecto sobre problemas del contexto de la carrera.



3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje



Primer bimestre

Resultado de aprendizaje 1

- Demuestra el manejo integral de las competencias adquiridas a lo largo de su formación profesional asumiendo el compromiso ético.

Estimados estudiantes, el desarrollo del Prácticum 4.2. Examen Complexivo, responde a los siguientes núcleos problémicos: gestión del territorio y gestión turística; teniendo como enfoque la gestión del territorio en el ámbito turístico; el cual incluye las siguientes asignaturas: Formulación y evaluación de proyectos, Planificación de destinos turísticos, Análisis de mercados turísticos y Sistemas tecnológicos aplicados al turismo. De igual manera es importante tener en consideración que esta guía es continuación de la asignatura Prácticum 4.1 Examen Complexivo.

Está compuesta por seis unidades, en las primeras cuatro unidades se aborda el campo conceptual Gestión del territorio y gestión turística, el cual está integrado por las siguientes unidades: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos y Planificación de destinos turísticos; manifestada a través de la metodología de contextos, como preparación para la rendición del examen complexivo escrito. La quinta unidad aborda el desarrollo del perfil de proyecto, y la sexta está direccionada al acompañamiento y preparación para la sustentación oral del perfil del proyecto, y rendición del examen escrito del campo conceptual abordado en primer bimestre.

El propósito de la aplicación de contextos como preparación para las evaluaciones, es orientar y fortalecer las competencias de los núcleos básicos: Gestión del territorio y gestión turística, contribuyendo al fortalecimiento de habilidades, conocimientos y aptitudes, en situaciones que se presentan en el quehacer turístico, tanto a nivel local, regional y nacional; guardando correspondencia con los resultados de aprendizaje.

Muy bien, es necesario recordar de manera somera los contenidos de las materias de Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos y Planificación de destinos turísticos abordados durante la carrera, reflejados en el Prácticum 4.2 Examen Complexivo en los diferentes contextos presentados el desarrollo de la misma, empecemos.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 1

Unidad 1. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística

Estimado estudiante, es menester recordar que el campo conceptual de la carrera de Turismo es: Gestión del territorio y gestión turística, el cual aborda las siguientes asignaturas: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo. Formulación y evaluación de proyectos, Planificación de destinos turísticos, el mismo que contempla un Examen complexivo oral y un Examen complexivo escrito.

Muy bien, una vez que hemos recordado lo que abarca el campo conceptual, es momento de revisar el contexto.

El contexto corresponde a escenarios en los que se desarrolla un tema real en específico, para el caso de la actividad turística, también aplica a las diferentes tipologías turísticas, así como las diferentes situaciones que se puedan suscitar.

Estimado estudiante, a continuación, enlistaremos los contenidos de la materia de Análisis de mercados turísticos y a través de ejemplos de contextos veremos su aplicación. Por ello es importante recurrir a su guía didáctica y texto base, para recordar su contenido.

1.1. Análisis de mercados turísticos

1.1.1. Introducción a la investigación de mercados turísticos

Estimados estudiantes, damos inicio al estudio y a recordar los contenidos que estudiaron en ciclos anteriores, es importante que tenga a la mano guías didácticas, texto base y demás materiales, en los cuales deberá realizar un estudio profundo.

Debe tener en consideración que en la presente guía se brinda una retroalimentación del contenido de cada materia, por ello, es importante que a la par vaya estudiando en la guía y texto base.

Iniciemos recordando que la investigación de mercados no es un evento nuevo, sino que desde el siglo XIX ya se realizaban acciones vinculadas a esta actividad, en la siguiente ilustración se sintetiza el proceso de desarrollo de investigación de mercados, identificando las diferentes definiciones, evolución, enfoque metodológico y proceso.

Investigación de mercados turísticos

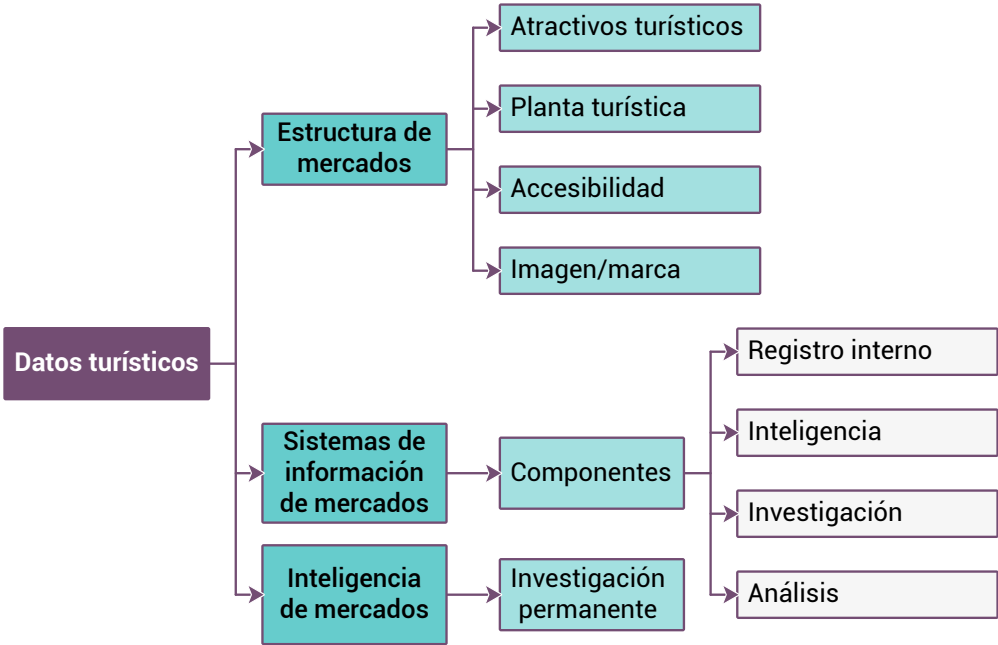


Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 1. Introducción a la investigación de mercados turísticos, página 13 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

1.1.2. Datos turísticos, sistemas y fuentes

En la siguiente temática se analizará la estructura de los mercados turísticos, entre los elementos más representativos están la oferta y la demanda, aspectos primordiales para la realización de investigación de mercados. Sin embargo, no podemos olvidar que existen otros aspectos como los datos turísticos, la estructura de mercados, sistemas de información de mercados e inteligencia de mercados, revisemos qué engloba cada uno en la siguiente ilustración.

Ilustración 1.
Datos turísticos y sistemas



Nota. Adaptado de Viñán (2021). Guía de Análisis de mercados turísticos

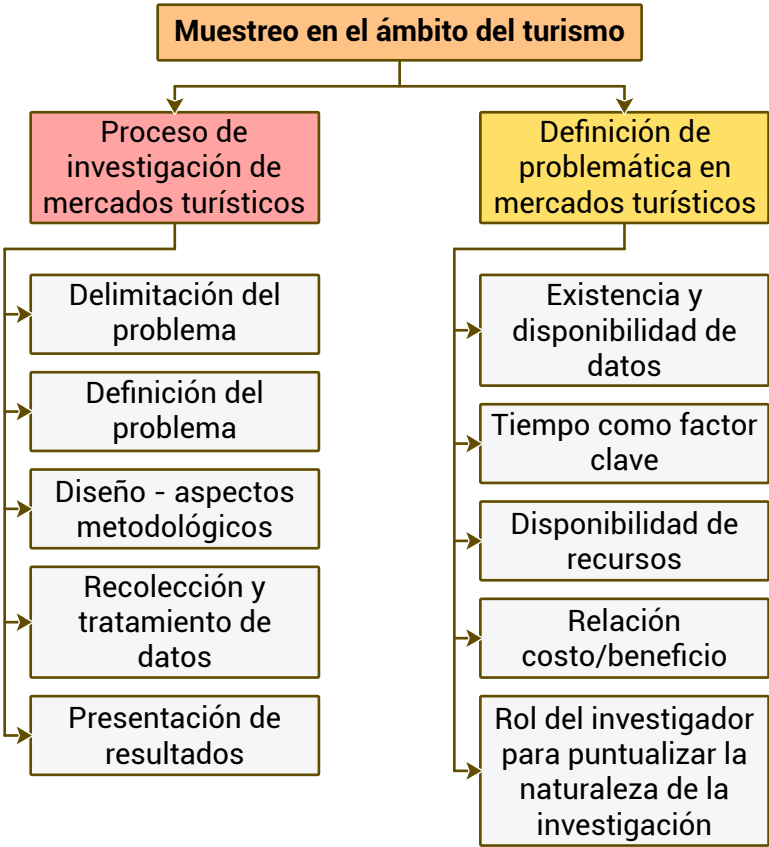


Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 2. Datos turísticos, sistemas y fuentes, página 30 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

1.1.3. Muestreo en el ámbito turístico, proceso, técnicas y diseño de cuestionarios

Uno de los aspectos de la investigación de mercados es la realización de técnicas y el diseño de los instrumentos a emplear en el levantamiento de información, sin embargo, se debió realizar con antelación un proceso amplio y completo para llegar a esta parte. Revisemos en la siguiente ilustración en qué consiste el mismo.

Ilustración 2.
Muestreo en el ámbito turístico



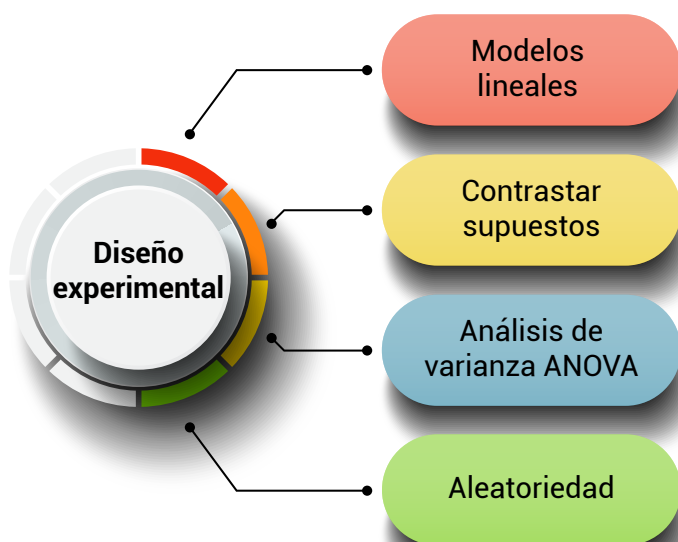
Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 3. Muestreo en el ámbito turístico, proceso, técnicas y diseño de cuestionario, página 52 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

1.1.4. Diseño experimental de la investigación de mercados

Continuamos con el estudio, ahora recordemos que este tipo de investigación permite investigar las causas de un fenómeno, también es conocida como investigación causal, es decir, estudia las causas entre dos o más variables. A continuación, en la siguiente ilustración revisemos los componentes de la misma.

Ilustración 3.

Diseño experimental.



Nota. Adaptado de Viñán (2021). Guía didáctica de Análisis de mercados turísticos



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 4. Diseño experimental de la investigación de mercados, página 77 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

1.1.5. Ejemplo de contexto

En el presente contexto, podrá visualizar la aplicación de los contenidos de la asignatura de Análisis de mercados turísticos.

Evaluación de destinos turísticos mediante la tecnología de la ciencia de datos

Se presentan resultados de un estudio exploratorio aplicando una metodología de Big Data, identificando de acuerdo a Davenport (2013) a la Big Data como una tecnología disruptiva que puede beneficiar a cualquier organización; la describe como un río de información que fluye rápidamente y nunca se detiene; propone a las empresas formular estrategias para su adopción, a dos destinos turísticos mexicanos, entendido al destino turístico

como un conglomerado de localidades, atractivos y servicios ubicado en un área geográfica delimitada y con cultura propia, en la cual una red social de operadores turísticos públicos y privados colabora con la comunidad y con agentes externos para producir una experiencia turística que resulta satisfactoria para los visitantes, generando una imagen que motiva a los residentes externos a visitarlo (Amaya, 2012), utilizando la modalidad de análisis de sentimientos y opiniones en comentarios publicados en línea sobre cuatro modalidades de servicios turísticos: atractivos turísticos, hospedaje, alimentos y bebidas y transporte. La metodología emite evaluaciones positivas, negativas y neutras sobre cada uno de los establecimientos y servicios analizados; los datos se tomaron de los blogs turísticos TripAdvisor y VirtualTourist. En los servicios analizados, los resultados muestran que, en general, Los Cabos obtiene más comentarios positivos que Cancún, con excepción de los servicios de transporte, que presentan resultados negativos en ambos destinos turísticos. Más que enfocarse en los aspectos generales presentados en los trabajos tradicionales sobre imagen y competitividad de los destinos turísticos, la metodología empleada aporta resultados puntuales sobre tipos de servicios, atractivos y establecimientos. Los resultados preliminares resultaron satisfactorios y la metodología puede aplicarse a otros destinos y servicios turísticos.

Tomado de: Amaya Molinar, Carlos Mario, Magaña Espinoza, Pedro, & Ochoa Llamas, Ileana. (2017). Evaluación de destinos turísticos mediante la tecnología de la ciencia de datos. *Estudios y perspectivas en turismo*, 26(2), 286-305. Recuperado en 31 de enero de 2022, de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322017000200004&lng=es&tlng=es.

Sobre la base del fragmento Evaluación de destinos turísticos mediante la tecnología de la ciencia de datos, responda las preguntas del siguiente recurso:

[Análisis de mercados turísticos \(preguntas\)](#)

Estimado/a estudiante, le invito a completar las actividades recomendadas descritas a continuación



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Realice una síntesis de todo el contenido de la guía y texto base de Análisis de mercados turísticos.

Estrategias didácticas

Subraye los aspectos más importantes del contenido de la guía y texto base.

Redacte en un documento las ideas principales.

Actividad 2

Investigue en el siguiente [enlace](#) denominado Aproximación psicosocial a la motivación turística variables implicadas en la elección de Madrid como destino, e identifique las variables motivacion empleadas.

Estrategias didácticas

Busque un tema relacionado al diseño de la investigación de mercados.

Leer minuciosamente e identifique el modelo de esta investigación.

Seguro, ya recordó los contenidos de Análisis de mercados turísticos, ahora es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 1

Conteste verdadero o falso a las preguntas de la 1 a la 7. En las preguntas 8 a la 10, lea cuidadosamente cada ítem y seleccione la respuesta correcta.

1. () La investigación de mercados es una disciplina.
2. () Entre la investigación científica y el conocimiento científico encontramos el método científico.
3. () La investigación de mercados turísticos corresponde a un proceso sistemático.
4. () La investigación relativa se relaciona con las decisiones del público.
5. () La investigación de mercados turísticos necesita, para su práctica o desarrollo, de los sujetos directos e indirectos.
6. () López & López, señala dos tipos de sujetos, el activo y el pasivo; el primero corresponde a las personas u organizaciones que están relacionados de forma directa con el proceso de la investigación de mercados y el segundo, que pertenecen a un grupo importante, como son los sujetos, de donde se obtiene la información.
7. () La ética tiene responsabilidades para los investigadores y para los que solicitan se realice la investigación.
8. La cadena de valor puede generar ventajas _____ y que pueden ser en algunos casos únicos en mercados de servicios.
 - a. aisladas
 - b. competitivas
 - c. segmentadas
 - d. corporativas

9. La necesidad de contar con información permitirá a las organizaciones plantear _____ y tomar las decisiones correctas.
- a. factores
 - b. estrategias
 - c. índices
10. Las organizaciones, quienes por satisfacer las necesidades y brindar respuestas al _____, realizan estudios o investigaciones de mercado.
- a. empresario
 - b. mercado
 - c. competidor

[Ir al solucionario](#)



Continuamos con la retroalimentación, en esta semana corresponde a la materia de Sistemas Tecnológicos aplicados al turismo, revisemos en la guía didáctica los siguientes contenidos.

Unidad 2. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística

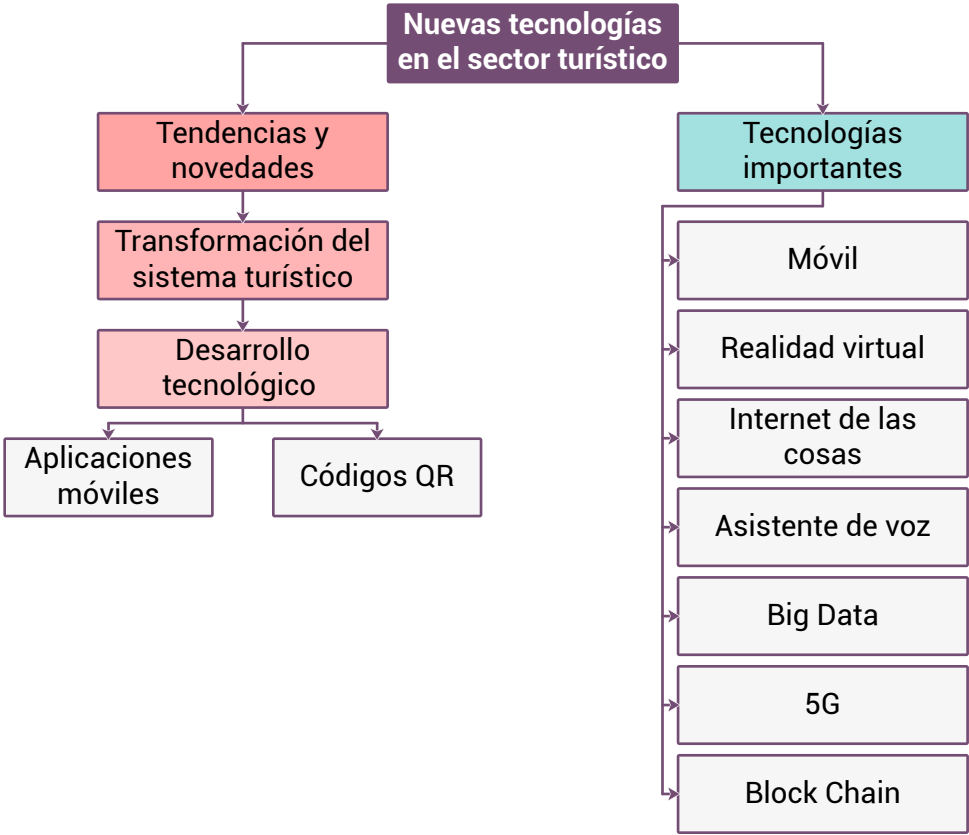
2.1. Sistemas tecnológicos aplicados al turismo

Estimados estudiantes, las temáticas que se retroalimentarán corresponden a segundo bimestre de materia de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, puesto que los temas del primer bimestre: La sociedad de la información, Principales consecuencias de la sociedad de la información y las nuevas tecnologías, La red de internet, El mercado electrónico y el comercio: están englobados en las temáticas que se abordarán a continuación.

2.1.1. Las nuevas tecnologías en el sector turístico

Al igual que otras actividades, la actividad turística también requiere del uso de la tecnología para diferentes servicios que se producen, Las TICs se han convertido en aliadas estratégicas para el desarrollo del turismo, le invito a analizar la siguiente dirección sobre "[Impacto del internet en el sector turístico](#)". A continuación, revisemos la siguiente ilustración en la que podrá identificar tendencias, dispositivos, desarrollo y aplicaciones.

Ilustración 4.
Las nuevas tecnologías en el sector turístico



Nota. Adaptado de Ludeña (2021). Guía didáctica de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo.

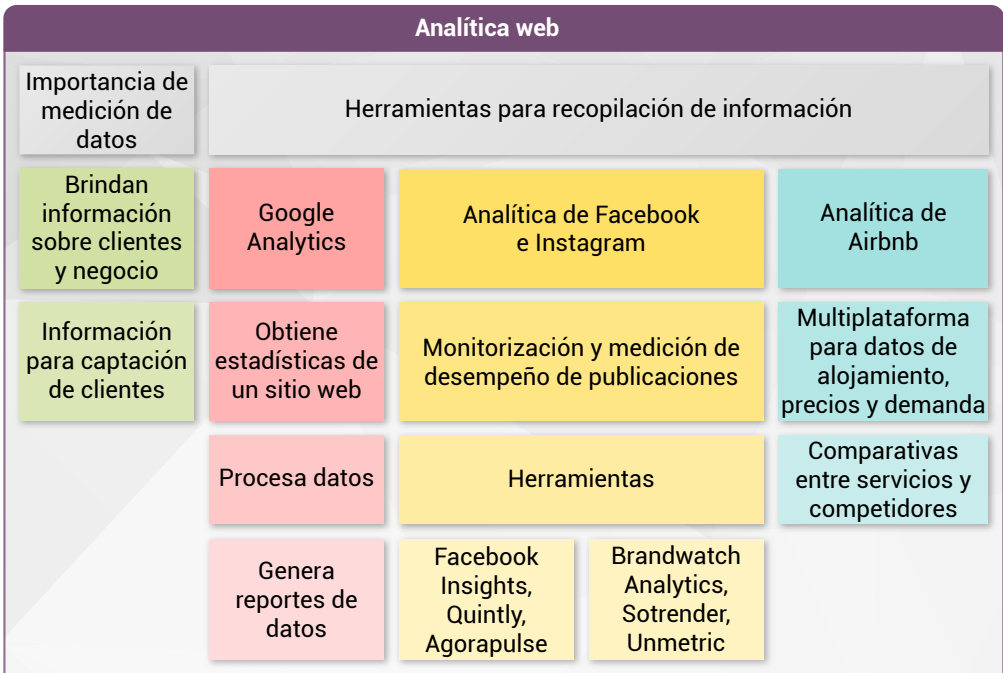


Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 5. Las nuevas tecnologías en el sector turístico, página 72, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

2.1.2. Analítica Web-Análisis de Páginas web de destinos exitosos

El empleo de Analítica web y páginas web, se han convertido en aliadas para la promoción y difusión de los servicios y destinos turísticos, revisemos en la siguiente ilustración la composición de Analítica web.

Ilustración 5.
Analítica web.



Nota. Adaptado de Ludeña (2021). Guía didáctica de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo

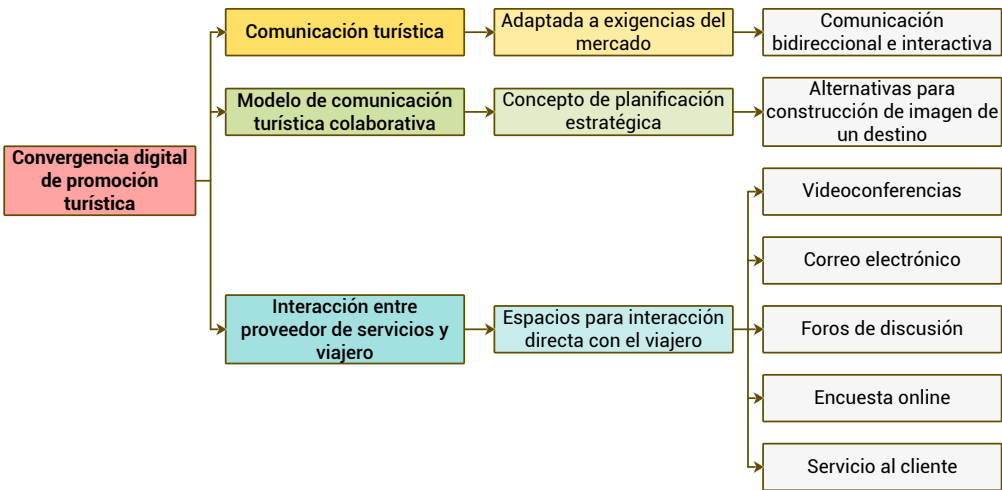


Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Análisis de mercados turísticos el contenido de la unidad 6. Analítica web-Análisis de páginas web de destinos turísticos, página 82, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

2.1.3. Convergencia digital de la promoción turística

Al ser la actividad turística, un eje transversal de la economía de un sector, es necesario que se ponga en evidencia, que existen actores desde lo interno hasta lo externo, que deben trabajar de manera integrada, bajo procesos cambiantes del mercado, planificación del sector, en la siguiente ilustración analicemos este sistema.

Ilustración 6.
Convergencia digital



Nota. Adaptado de Ludeña (2021). Guía didáctica de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, el contenido de la unidad 7. Convergencia digital de la promoción turística, página 90, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

2.1.4. Promoción digital de los servicios a través de la Web y portales especializados

La segmentación de mercado, las nuevas tendencias, nuevas generaciones y la apertura a la tecnología ha provocado la necesidad del uso de la web y portales especializados, cuyo fin es la promoción de los servicios. En la siguiente ilustración se aprecia algunas herramientas.

Tabla 1.

Posicionamiento SEO	<ul style="list-style-type: none">▪ Contribuir a la presencia de un sitio web en buscadores▪ Palabras clave en buscadores
Posicionamiento SEM	<ul style="list-style-type: none">▪ Publicidad del sitio web por medios de pago▪ Control de costos y tiempo de campaña▪ Determina efectividad de campaña
Portales especializados	<ul style="list-style-type: none">▪ Promoción de productos y destinos▪ Requiere análisis de seguridad, confiabilidad y calidad▪ Plataformas para acceso a servicios: booking, trivago, etc

Nota: Adaptado de Ludeña (2021). Guía didáctica de sistemas tecnológicos aplicados al turismo



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, el contenido de la unidad 8. Promoción digital de los servicios turísticos a través de la web y portales especializados, página 97, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

2.1.5. Ejemplo de contextos

En el presente contexto, podrá visualizar la aplicación de los contenidos de la asignatura de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo.

Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos

A través de las redes sociales es posible crear una comunidad virtual alrededor de una marca, definida esta como un grupo especializado construido sobre un conjunto estructurado de relaciones sociales entre admiradores de productos o servicios de una marca específica Pathak, & Pathak-Shelat (2017). La razón por la cual las marcas establecen una comunidad virtual alrededor de ellas puede explicarse por su deseo de fortalecer la construcción de marca a través de la retroalimentación que ofrece la relación establecida con los consumidores Gummerus et al.(2012). permitiendo a los usuarios que lo deseen informarse e interaccionar con las publicaciones realizadas por la misma. En este contexto destacan las redes sociales como canales para obtener y difundir información sobre experiencias de viaje, siendo de gran influencia por parte de los turistas a la hora de tomar una decisión de compra. De esta manera, es de interés conocer cómo los destinos turísticos utilizan estas redes sociales para realizar

sus estrategias de marketing. Así, el objetivo del presente estudio es analizar la actividad y efectividad de las redes sociales oficiales para la promoción turística de los países iberoamericanos. Para ello se consideran las variables de «presencia», «engagement» y «tipo de publicaciones» que se miden a través de una serie de indicadores de rendimiento mediante la herramienta de análisis online Fanpage Karma®. Los resultados especifican que cada red social puede ser utilizada para un objetivo en particular. Facebook destaca como la principal red social más completa para la promoción del destino turístico con un mayor número de seguidores. Instagram se convierte en la red social principal para generar una mayor interacción con los usuarios mientras Twitter va evolucionando a un canal de noticias y comunicación. Destacar también la importancia del carácter visual de las publicaciones para el ámbito turístico, siendo las que más interacciones suelen generar.

Tomado de: Gutiérrez Montoya, G. A., Sánchez Jiménez, M. Á., & Galiano Coronil, A. (2018). Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos. Retos Revista de Ciencias de la Administración y Economía, 15(8), 135-150. Recuperado de: <https://doi.org/10.17163/ret.n15.2018.09>

Sobre la base del fragmento Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos, responda las preguntas del siguiente recurso, que es un ejemplo de contexto de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo.

Sistemas tecnológicos aplicados al turismo (preguntas)

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en las actividades que se describen a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Realice una síntesis de todo el contenido de la guía de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo.

Estrategias didácticas

Subraye los aspectos más importantes del contenido de la guía didáctica.

Redacte en un documento las ideas principales.

Actividad 2

Investigue en el siguiente [enlace](#) denominado Consumidores turísticos digitales, una alternativa para la sostenibilidad la web, estudios sobre la promoción digital de los servicios turísticos, determine el criterio de los clientes frente a las empresas al brindar un producto o servicio.

Estrategias didácticas

Busque un tema relacionado a la promoción digital de servicios turísticos

Leer minuciosamente e identifique los aspectos que forman parte de la promoción.

Seguro, ya recordó los contenidos de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, ahora es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 2

Conteste verdadero o falso a las preguntas de la 1 a la 7. En las preguntas 8 a la 10, lea cuidadosamente cada ítem y seleccione la respuesta correcta.

1. () Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) se convierten en herramientas idóneas para la promoción y difusión de destinos turísticos.
2. () El interés de los turistas 2.0 por convertirse en gestores de sus propios viajes, ha hecho que la industria se vea obligada a proporcionar herramientas que contribuyan y faciliten su organización y planificación.
3. () En un mundo cambiante, donde el turista 2.0 es más exigente y demanda mayor control de sus actividades, el teléfono celular cumple un rol importante de acercamiento con los diferentes servicios y destinos que componen la industria turística.
4. () La importancia de las tecnologías se establece en la serie de recursos que los turistas, destinos y empresas de la industria subestiman.
5. () La tecnología se convierte en un aliado indispensable a la hora de viajar en un mundo cambiante, tecnológico y actualizado.
6. () A partir del inicio de la era 2.0 y de las nuevas exigencias de un turista más moderno y tecnológico, los destinos turísticos y empresas de la industria están en la "obligación" de crear experiencias turísticas únicas y diferenciales que cumplan con las necesidades de sus clientes.
7. () Las nuevas tecnologías de la información para la industria son importantes, por ello, se debe dar un seguimiento continuo para conocer si la herramienta utilizada es la correcta.

8. Gran parte del éxito de cualquier estrategia de redes sociales implica la _____.
- a. fidelización
 - b. compromiso
 - c. monitorización
9. AirDNA es una multiplataforma web que permite obtener datos sobre _____.
- a. restaurantes
 - b. alojamientos
 - c. casinos
10. Una de las mejores estrategias de dar a conocer un producto y/o servicio de un destino es mediante _____.
- a. páginas web.
 - b. *blogs*.
 - c. redes sociales.

[Ir al solucionario](#)



Semana 3

En esta tercera semana, analizaremos los contenidos de la materia Formulación y evaluación de proyectos, le invito a revisar en el texto base y guía didáctica cada uno de los capítulos, al mismo tiempo que abordamos su contenido en esta asignatura.

Unidad 3. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística

3.1. Formulación y evaluación de proyectos

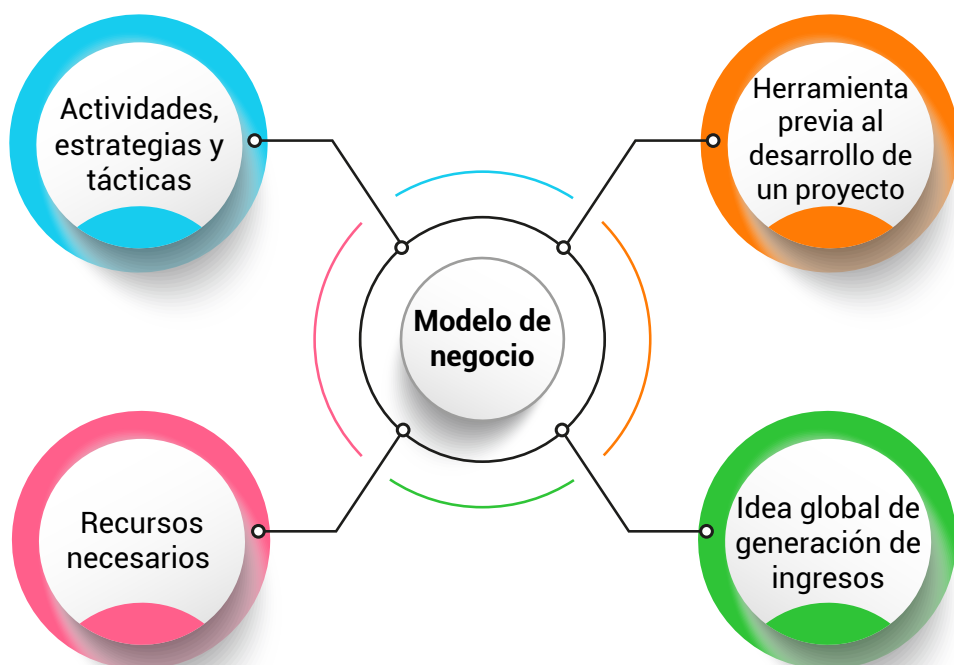
Estimados estudiantes ahora es momento de recordar sobre la formulación de proyectos, estos contenidos son de vital importancia para la planificación, gestión del sector turístico. Recuerde tener a la mano la guía didáctica y texto base de la materia Formulación y evaluación de proyectos.

3.1.1. Aspectos generales y marco referencial para la formulación de proyectos turísticos

Estimados estudiantes es vital que refresquemos lo estudiado en ciclos anteriores, desde un marco referencial, es decir el surgimiento de la idea de proyecto, sus objetivos, problemas, necesidades, para ello se brinda información se de un modelo de negocio, del cual puede apreciemos su estructura en la siguiente ilustración.

Ilustración 7.

Modelo de negocio



Nota. Adaptado de Calle (2021). Guía didáctica de Formulación de evaluación de proyectos.



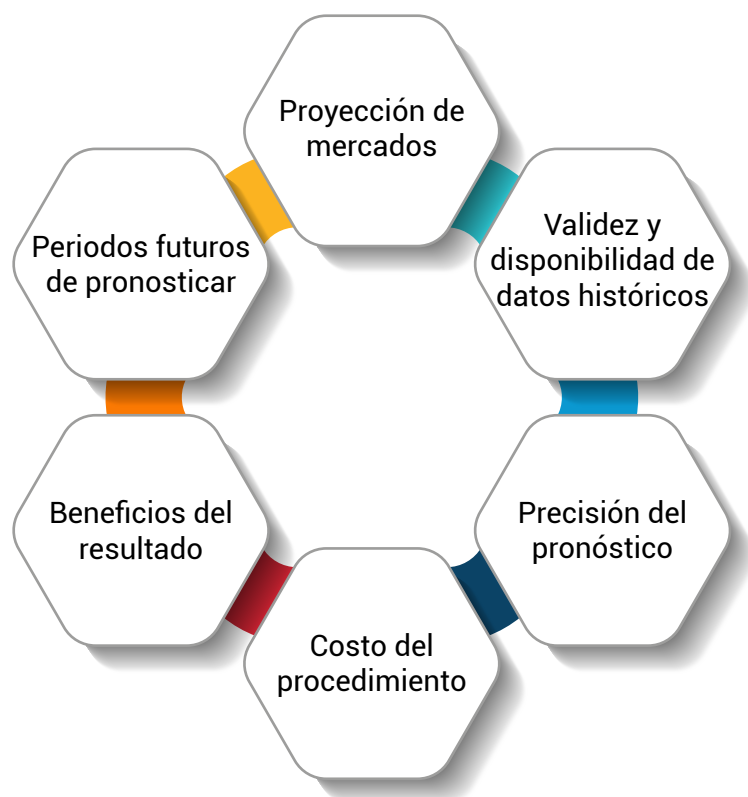
Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Formulación y evaluación de proyectos el contenido de la unidad 1. Aspectos generales y marco referencial para la formulación de proyectos turísticos, página 8 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

3.2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de demanda, el entorno competitivo y su cuantificación

Una vez que ha identificado aspectos básicos del proyecto, es menester realizar los cálculos de preinversión para conocer su factibilidad. En la siguiente imagen revisemos la composición de la preinversión. No olvide que debe recurrir a la guía didáctica y texto base para revisar este contenido.

Ilustración 8.

Composición de la preinversión



Nota. Adaptado de Calle (2021). Guía didáctica de Formulación y evaluación de proyectos



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Formulación y evaluación de proyectos el contenido de la unidad 2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de la demanda, el entorno competitivo y su cuantificación, página 15 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

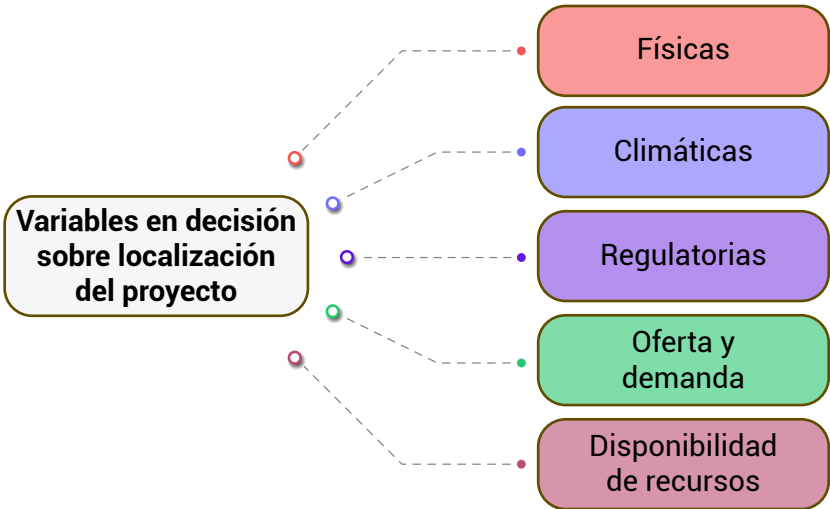
3.3. El estudio técnico: el diseño de productos turísticos, la localización y la ingeniería del proyecto

La ubicación del negocio, es de suma importancia al momento de realizar la comercialización, puesto que dependiendo del lugar los costos variarán, la facilidad de acceder al negocio es imprescindible al momento de querer que

lo visualicen. En la siguiente imagen analice los factores que se deben tener en cuenta al momento de elegir la localización del negocio.

Ilustración 9.

Variables de decisión sobre la localización de un proyecto



Nota. Adaptado de Calle (2021). Guía de Formulación y evaluación de proyectos



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Formulación y evaluación de proyectos el contenido de la unidad 3, página 37 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

3.4. La presupuestación, el análisis de la rentabilidad, la sensibilización y el análisis de las inversiones de proyectos

Un negocio sin presupuesto es como caminar vendado los ojos, su importancia radica en que nos muestra el capital necesario para realizar la inversión, así como su rentabilidad y los aspectos sensibles a tener en cuenta durante la operación. En la presente ilustración se analiza su composición.

Ilustración 10.

El presupuesto



Nota. Adaptado de Calle (2021). *Guía didáctica de Formulación y evaluación de proyectos*.



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía *Formulación y evaluación de proyectos turísticos* el contenido de la unidad 4. La presupuestación, el análisis de la rentabilidad, la sensibilización y el análisis de las inversiones de proyectos, página 62 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

3.5. Ejemplo de contexto

En el presente contexto, podrá visualizar la aplicación de los contenidos de la asignatura de *Formulación y evaluación de proyectos*.

El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes

En este trabajo se presenta un modelo en la perspectiva de los modelos de crecimiento óptimo (o dinámicos), el conocido modelo de Ramsey es un modelo intertemporal de equilibrio general que, ampliando el de Solow, permite determinar endógenamente la tasa de ahorro de la economía (Solow, 2000). Se plantea que tanto los consumidores como los productores toman decisiones que maximizan su utilidad y sus beneficios respectivamente, en el que se analiza cómo las preferencias por el futuro afectan la inversión según una actividad particular (turismo) basada en los recursos naturales. Bajo el supuesto de valores extremos de preferencia, es posible verificar que sistemas

con alta impaciencia (preferencia por el consumo presente) plantean una tasa de inversión que en el extremo es negativa (e igual a la depreciación), junto con la destrucción (basada en el “no cuidado”) de los recursos naturales.

El modelo presentado en este trabajo muestra cómo la preferencia por el futuro afecta la inversión según una actividad particular basada en los recursos naturales.

Si bien es necesario especificar la función endógena de preferencia intertemporal para encontrar resultados concluyentes, bajo el supuesto de valores extremos de preferencia, es posible verificar que sistemas con alta impaciencia (preferencia por el consumo presente) plantean una tasa de inversión que en el extremo es negativa (e igual a la depreciación), junto con la destrucción (basada en el “no cuidado”) de los recursos naturales.

Básicamente es posible analizar tres resultados: crecimiento continuo, a un ritmo que dependerá de la disposición a la preservación de los recursos naturales y a los parámetros técnicos del modelo; crecimiento moderado según valores bajos, pero positivos, y trampa de la pobreza, en aquellas sociedades en las que la valoración por el futuro es extremadamente baja.

Sin embargo, esta trampa de pobreza presenta un aspecto positivo aquí no analizado, y que merece un análisis más profundo: la baja (nula) utilización del capital conduce a un bajo (nulo) proceso de polución y destrucción, quedando este recurso libre para su utilización en tanto se plantee una inversión de capital. Bajo el concepto de producto potencial estructuralista, esta situación describe el caso del Big Push (Rosenstein-Rodan, 1958): una inversión (fuerte) en capital físico es necesaria para situar a la economía en un sendero de crecimiento sostenido.

Tomado de: J. C. London, S. Rojas, M. (2014). Investigación económica, vol. LXXIII, núm. 289, julio-septiembre de 2014, pp. 59-77

Bajo el supuesto de Sobre la base del fragmento El turismo como fuente de crecimiento económico: impacto de las preferencias intertemporales de los agentes, responda las preguntas del siguiente recurso, que es un ejemplo de contexto de Formulación y evaluación de proyectos.

Formulación y evaluación de proyectos (preguntas)

Estimado/a estudiante, sugiero las siguientes actividades de aprendizaje, para afianzar los contenidos abordados.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Realice una síntesis de todo el contenido de la guía de Formulación y evaluación de proyectos.

Estrategias didácticas

Subraye los aspectos más importantes del contenido de la guía de Formulación y evaluación de proyectos.

Redacte en un documento las ideas principales.

Actividad 2

Investigue en el siguiente [enlace](#) denominado: Elaboración de una propuesta metodológica para la formulación y evaluación de proyectos de infraestructura para atractivos turísticos, e identifique la composición de la metodología propuesta para inversiones turísticas.

Estrategias didácticas

Leer minuciosamente e identificar la composición de la metodología

Seguro, ya recordó los contenidos de Formulación y evaluación de proyectos, ahora es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 3, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 3

Conteste verdadero o falso a las preguntas de la 1 a la 7. En las preguntas 8 a la 10, lea cuidadosamente cada ítem y seleccione la respuesta correcta.

1. () La diferenciación es un aspecto poco relevante al plantear una idea de negocio.
2. () Un plan de negocios es el resultado de un proceso de planeación.
3. () Un plan de negocios parte del análisis del entorno de un mercado.
4. () La evaluación de factibilidad de un proyecto es lo mismo que un modelo de negocio.
5. () La investigación etnográfica de una población es un método de pronóstico causal que se usa para determinar la demanda.
6. () La investigación de mercado es una metodología cualitativa.
7. () Un tipo de muestreo se considera probabilístico cuando todos los participantes del universo no tienen las mismas probabilidades de ser escogidos.
8. La decisión sobre la localización de un proyecto, es una decisión de _____.
 - a. los inversionistas
 - b. del gobierno
 - c. largo plazo

9. El método cualitativo por puntos consiste en definir los principales factores determinantes de una _____ para asignarles valores ponderados.
- a. comunidad
 - b. localización
 - c. etnia
10. El estudio organizacional no tiene gran repercusión en la _____ del proyecto.
- a. inversión
 - b. rentabilidad
 - c. proyección

[Ir al solucionario](#)



Estimado estudiante con esta unidad culminamos el tema de los contextos, es importante que semana a semana vaya estudiando el contenido de los mismos, de manera que los vaya integrando y se facilite su comprensión y globalidad. Continuemos con planificación de destinos turísticos.

Unidad 4. Campo conceptual: Gestión del territorio y gestión turística

4.1. Planificación de Destinos turísticos

Estimados estudiantes, en la presente materia no se abordan todas las unidades de Planificación de destinos turísticos, puesto que en las unidades que estudiaremos ya se encuentran incluidas. Ahora es propicio repasar brevemente algunos contenidos de estas unidades, recuerden acudir a la guía didáctica y texto base de Planificación de destinos turísticos para realizar el estudio.

Para realizar la planificación en turismo se debe tener presente algunos aspectos de vital importancia para esta actividad, tal es el caso de principios, niveles, ámbitos, productos y destinos turísticos. A continuación, revisemos brevemente la planificación desde un ámbito global en la siguiente ilustración.

[La planificación del turismo](#)

4.1.1. Proceso metodológico para la planificación de destinos

Continuamos con la revisión del contenido, analicemos el proceso metodológico de la planificación de destinos, es necesario tener presente que en toda la capacidad de carga, así como la evaluación de impactos ambientales son imperativos en toda planificación, de allí la corresponsabilidad en velar por su cumplimiento. Comprendamos los elementos que integran este proceso.

[Elementos del proceso metodológico para la planificación turística](#)



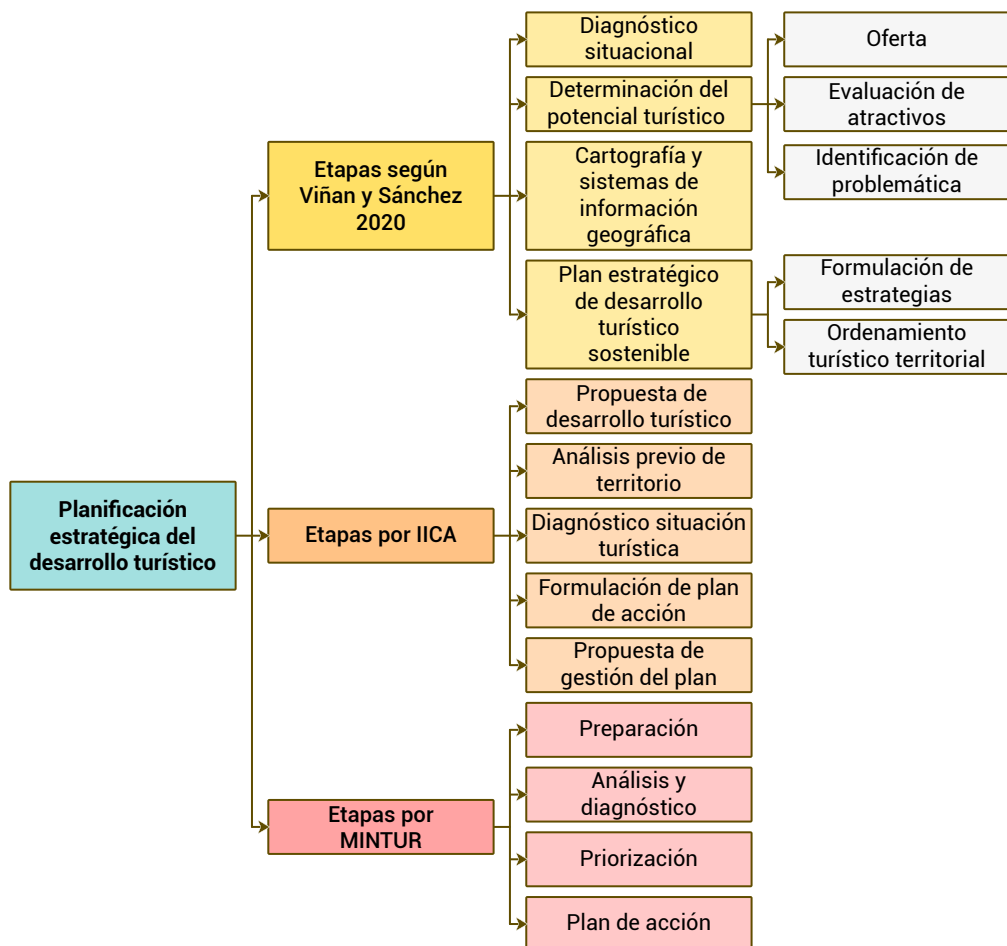
Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Planificación de destinos turísticos el contenido de la unidad 3. Proceso metodológico para la planificación de destinos, página 62 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

4.1.2. Planificación estratégica del desarrollo turístico

Analicemos el proceso de la planificación estratégica, revisemos sus etapas desde diferentes ámbitos, así como las partes de cada uno.

Ilustración 11.

Planificación estratégica del desarrollo turístico



Nota. Adatado de Sánchez (2021), Guía didáctica de Planificación de destinos turísticos



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía de Planificación de destinos turísticos el contenido de la unidad 4. Planificación estratégica del desarrollo turístico, página 88 y en el texto base, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

4.1.3. Ejemplo de contexto

En el presente contexto, podrá visualizar la aplicación de los contenidos de la asignatura de Planificación de destinos turísticos.

Aplicación de los principios de la planificación estratégica al turismo. Análisis de un proceso de escala regional

La planificación estratégica aplicada al sector turístico tiene un gran valor en el desarrollo de los destinos turísticos, ya que permite una gestión racional de los recursos evitando desequilibrios y preservando la sostenibilidad (Sancho, 1996). Por ello, debe ser considerado como el instrumento de ordenación del resto de las políticas turísticas. Pero para que este hecho sea relevante el propio proceso de configuración y su aplicación debe ser eficaz. Para ello, se deben analizar dichos procesos y establecer sus debilidades con el fin de paliar sus deficiencias.

Así, la planificación estratégica se convierte en una herramienta de gran valor para la gestión pública del turismo. Este trabajo plantea una metodología cualitativa y cuantitativa basada en el análisis teórico y el diseño de documentos de evaluación que analizan el grado de cumplimiento de los principios de la planificación estratégica en los Planes Estratégicos de Turismo. Este análisis se lleva a cabo a escala regional para los cinco Planes que se han acometido en la Región de Murcia entre los años 1996 a 2015 otorgando información, y siempre atendiendo a la clasificación previamente efectuada, sobre su representatividad en cada uno de los hábitos analizados. Así como, su tipología, proceso de configuración y grado de cumplimiento de los principios de la planificación en cada uno de los documentos estudiados. El análisis aporta información sobre las deficiencias en el desarrollo de dichos principios y la necesidad de revisar el proceso de configuración de estos documentos.

El análisis global dibuja un mapa que muestra, en primera instancia, documentos con un alto contenido de información

en sus procesos de configuración, ofreciendo una alta calidad fundamentada. Este hecho puede indicar la preocupación y el interés por parte de los tutores y ejecutores de ofrecer planes que establezcan verdaderos ámbitos de planificación. La complejidad de los documentos y la fragmentación del campo organizacional sobre el que apoyan su desarrollo hacen que puedan perder cierta realidad en su ejecución. De la misma manera, los procesos metodológicos cuentan con una alta valoración, estableciendo canales de información que otorgan contenido, pero que se canalizan en estructuras estandarizadas que no terminan de configurarse correctamente al definir realidades y tendencias. Estos hechos pueden cuestionar el grado de cumplimiento estratégico de los documentos y este puede ser el motivo de su débil posición en la toma de decisiones de la política turística regional.

Tomado de: Martínez del Vas, G. (2017). Aplicación de los principios de la planificación estratégica al turismo. Análisis de Cuadernos Geográficos 56(1), 265-289

Sobre la base del fragmento Aplicación de los principios de la planificación estratégica al turismo. Análisis de un proceso de escala regional, responda las preguntas del siguiente recurso, que es un ejemplo de contexto de Planificación de destinos turísticos.

Planificación de destinos turísticos (preguntas)

Estimado/a estudiante, le animo a completar las actividades recomendadas descritas a continuación



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Investigue en el siguiente [enlace](#) correspondiente al artículo Proyección y planificación estratégica en la industria turística. Enfoque comparativo y Modelo Híbrido e identifique la existencia del impacto por la actividad turística.

Estrategias didácticas

Investigue en el internet

Elija el artículo que contenga estudio de impacto ambiental

Realice la actividad.

Actividad 2

Estudie los temas que se indican en esta guía, en el texto base y guía didáctica.

Estrategias didácticas

Revise el contenido en la guía y texto base

Identifique las ideas más importantes

Desarrolle las autoevaluaciones

Estudie los apartados indicados en el índice.

En la seguridad de que el recordar estos contenidos ha sido un placer en su estudio, es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 4, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 4

Lea cuidadosamente cada ítem y seleccione la respuesta correcta.

1. La capacidad de carga posee tres niveles, estos son:
 - a. Física, real y efectiva.
 - b. Física, real y proyectada.
 - c. Física y real.
2. Los niveles de decisión y evaluación ambiental son tres, entre ellos está la:
 - a. Evaluación de sustentabilidad de los atractivos turísticos.
 - b. Evaluación de sustentabilidad ambiental.
 - c. Evaluación de sustentabilidad de la planta turística.
3. Entre las cuestiones que se pueden resolver con los SIG están:
 - a. Rutas y definición de bases de datos.
 - b. Localización y definición de la ubicación geográfica de los atractivos.
 - c. Localización y rutas.
4. Los modelos espaciales que se pueden mostrar a través de los SIG son ráster y.
 - a. vectorial
 - b. lineal
 - c. circular
5. El proceso de planificación estratégica incluye un paso en donde se define el modelo de:
 - a. Evaluación.
 - b. Gestión.
 - c. Estimación.

6. El estudio preliminar genera como insumo final:
- Propuesta de perfil del turista.
 - Usos de suelo.
 - Formulación del perfil de proyecto de planificación turística y del equipo de trabajo.
7. En el diagnóstico, en el resultado del proceso de análisis y síntesis, se identifican las principales _____ y las limitaciones del desarrollo.
- oportunidades
 - desventajas
 - delimitaciones
8. Una de las consideraciones que se debe tomar en cuenta para armar el FODA, en lo que respecta a oportunidades, es:
- Principales ventajas comparativas.
 - Circunstancias externas favorables que se pueden aprovechar.
 - Capacidades y recursos.
9. La identificación de _____, es una de las importantes consideraciones que debemos tener en cuenta para determinar la imagen deseada.
- la planta turística
 - atractivos turísticos
 - recursos turísticos
10. La formulación del plan incluye tres elementos:
- Misión, visión y objetivos.
 - Misión, visión y valores.
 - Formulación filosófica, estratégica y de programas, y proyectos.

[Ir al solucionario](#)



Unidad 5. ¿Cómo desarrollar un perfil de proyecto?

Estimado estudiante, al considerarse al perfil del proyecto, como una herramienta que permite visualizar el estado de un negocio o su futura situación, es importante su revisión y desarrollo.

De igual manera le recuerdo que el desarrollo del mismo y su sustentación, corresponde al examen complejo oral.

5.1. Perfil del proyecto

Para la presentación de los resultados de la investigación del perfil de proyecto, deberá presentar un perfil del proyecto por escrito, le invito a revisar en el siguiente enlace denominado [Perfil del proyecto](#).

5.1.1. Lineamientos

Estimado estudiante se insiste en la citación correcta de las diferentes fuentes bibliográficas, bajo normativa APA séptima edición, puesto que el documento del perfil del proyecto será sometido a la herramienta antiplagio original. A continuación, se brinda algunos aspectos a considerar que debe tener en cuenta para determinar la originalidad del contenido del perfil.

Tabla 2.

Criterios de evaluación de originalidad del informe de perfil de proyecto

CRITERIOS – EVALUACIÓN DEL INFORME PERFIL DE PROYECTO	
Porcentaje	Criterio
1 a 10%	Muy baja similitud
	TEXTO APROBADO
11 a 20%	Baja similitud
	Se comunica al/la autor/a para revisión y corrección
21 a 30%	Moderada similitud
	Se comunica al/la autor/a para revisión y corrección con evidencias,

CRITERIOS – EVALUACIÓN DEL INFORME PERFIL DE PROYECTO

Porcentaje	Criterio
------------	----------

31 a 40%

Alta similitud

Se comunica al/la autor/a para revisión y corrección con evidencias y documentos que sustenten su justificación.

Más del
40%

Muy alta similitud.

Texto reprobado.

Nota. Tomado de: Criterios de evaluación de originalidad del informe financiero. Equipo de calidad Finanzas (2021).

Redacción del perfil de proyecto

Estimado estudiante el proceso de redacción del informe escrito del perfil del proyecto, es de gran importancia, puesto que en él pondrá de manifiesto sus ideas referentes a la investigación, sin embargo, estas ideas deben ir acompañadas y sustentadas de un correcto uso de normas ortográficas y uso adecuado de la redacción.

A continuación, se presentan algunos aspectos a tener en consideración para el uso adecuado y correcto de redacción.

Tabla 3.

Aspectos para la redacción

Calidad del documento	Aspectos
Redacción	Claridad, unidad de contenidos, hilaridad, conexión entre párrafos, coherencia, cohesión y relación en las ideas, redactar en tercera persona.
Uso adecuado de normas y reglas ortográficas	Acentuación (agudas, graves, esdrújulas).
	Tilde
	Uso de mayúsculas
	Signos de puntuación
Extensión del documento	40-50 páginas (incluye tablas y anexos)

Nota: La autora (2022)

Tener en consideración estos aspectos al momento de redactar el perfil del proyecto.

Asignación del tema del Proyecto y proceso de desarrollo

La carrera de Turismo, le brinda algunas opciones para la elección del tema del proyecto:

1. Elección del tema
 - a. Se sugiere desarrollar el tema que trabajó en la materia de Propuesta de Investigación
 - b. Proponer un nuevo tema, de interés personal.
2. Conjuntamente con el/la docente del Prácticum 4.2 y de acuerdo al cronograma, planificarán su desarrollo.
3. Desarrollo del perfil del proyecto.
4. Revisión general del perfil del proyecto.
5. Entrega y recepción, para su revisión por parte del docente de la materia del Prácticum 4.2
6. Asignación de tribunal, por parte del Equipo de calidad, para la revisión escrita y sustentación oral (trámite administrativo).
7. Entrega al Tribunal el perfil del proyecto.
8. Preparación del material de apoyo para la sustentación oral del perfil del proyecto.
9. Exposición oral del perfil del proyecto ante el tribunal.

5.1.2. Estructura

Es importante indicar qué es un perfil de proyecto, se considera como la síntesis de un proyecto, el cual incluye el propósito y pertenencia a un proyecto, presenta un tentativo o estimado de actividades necesarias para la inversión total necesaria, de igual manera incluirá costos operativos e ingreso anual.

La estructura que debe tener el perfil del proyecto es la siguiente:

0. Portada
1. Título

2. Problemática
3. Objetivos
4. Antecedentes generales
 - 4.1. Evidencia empírica (investigaciones previas aplicadas en relación al título de la investigación, esto requerirá el análisis de 5 estudios de caso), extensión 3 páginas
 - 4.2. Marco teórico (análisis de teorías de al menos 15 autores, extensión 5 páginas)
 - 4.3. Marco metodológico (relacionado con los objetivos, marco teórico y evidencia empírica). Extensión 2 páginas

Inversión: Enlistar todos los materiales necesarios para la realización del proyecto, determinar los costos, depreciaciones por cada material, identificar proveedores o donaciones.

Costos operativos e ingresos por actividad: es la descripción de ingreso y costos producto de la operación (proyección)

Costos generales de mantenimiento: incluye gastos para mantenimiento, gastos administrativos, legales, impuestos, etc.

Estimado preliminar y de viabilidad (proyectos de inversión): corresponde al cálculo estimado para determinar la viabilidad del proyecto.

Ingreso neto anual

Ingreso neto anual menos costos de inversión anual

Número de años de ingreso neto requeridos para cubrir la inversión

Estimado preliminar sobre los beneficiarios (proyectos no dirigidos a la generación de ingresos): relaciona los costos en los que se incurrirá con la ejecución del proyecto con los beneficiarios, también incluye los costos operativos

Costo de inversión por beneficiario

5. Conclusiones

6. Referencias bibliográficas

Para la presentación del perfil del proyecto, se debe tener presente: entregarlo en archivo de Word, el nombre del archivo deberá estar con el nombre completo del estudiante, empezando por sus apellidos.

Los formatos de letra serán en Arial No 11, interlineado 1.15, este aspecto sólo cambiará en los siguientes casos:

Tabla 4.

Formato de letra

Título: No 14 y en negrita
Título de las secciones: No 12 y en negrita
Título de tablas y/o figuras: No 10
Fuente y elaboración de tablas y/o figuras: No 9
Contenido de las tablas: No 10
Nota. de pie de tablas y/o figuras: No 8
Referencias bibliográficas: No 10
Notas de pie de página: No 9

Nota. La autora (2022)

Excelente, le invito al desarrollo del siguiente crucigrama en donde identifique la composición de un perfil de proyecto.

[Crucigrama 1-Composición de un perfil de proyecto](#)

5.1.3. Planificación

Para el desarrollo del perfil del proyecto contará con un ciclo académico, es decir, en la materia de Prácticum 4.2 Examen Complexivo.

5.1.4. Rúbricas de evaluación

Para la calificación del perfil del proyecto se empleará rúbricas, que serán comunicadas a través del EVA a manera de archivo y su explicación por parte del docente de la materia, recuerde que estas le guiarán en la correcta presentación de su perfil de proyecto, revíselas detenidamente a fin de que cumpla a cabalidad con sus requerimientos.

5.1.5. Desarrollo práctico de un perfil de proyecto

Apreciado estudiante, para la presente actividad, ingresaremos a los siguientes enlaces, con el fin de realizar la práctica.

Para el aspecto conceptual ingresar al [enlace](#) denominado Aspectos clave a tomar en cuenta en la preparación de un perfil de proyecto, aquí encontrará las bases teóricas para la realización del perfil del proyecto.

Para realizar la estimación de costos e ingresos, proyecciones, y demás cálculos, ingresar al siguiente [enlace](#) denominado Cómo completar e interpretar el perfil del proyecto.

Una vez que ha revisado los enlaces, dispone de una visión general del perfil del proyecto que va a desarrollar. Es momento de definir el título, problemática y objetivos.

Para quienes han retomado el proyecto de la materia de Propuesta de Investigación, estos aspectos ya se encuentran desarrollados. Sin embargo, sugiero que los vuelva a revisar y enfocarlos de acuerdo a la estructura de perfil del proyecto.

Y para aquellos estudiantes que tienen tema nuevo, es importante recordar que este debe responder a un problema o necesidad en el ámbito turístico, para ello, es necesario analizar el problema del mismo y los objetivos. Le invito a realizar una investigación previa del tema, los demás aspectos se resolverán en la hora de tutoría y consulta.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Realice un esquema sobre los componentes del perfil de proyecto.

Estrategias didácticas

Lea minuciosamente la unidad cinco, subraye lo más importante.

Realice el esquema

Actividad 2

Identifique el tema del perfil del proyecto

Estrategias didácticas

Revise el anteproyecto realizado en la materia Propuesta de investigación, caso contrario identifique una necesidad o problema en el sector turístico y determine el tema.

En la seguridad de que el recordar estos contenidos ha sido un placer en su estudio, es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 5, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 5

Conteste verdadero o falso, o escoja la respuesta correcta a las siguientes preguntas.

1. () La citación correcta de las diferentes fuentes bibliográficas se realiza bajo la metodología APA séptima edición.
2. () El documento del perfil del proyecto será sometido a la herramienta "Ouriginal".
3. Uno de los aspectos del perfil del proyecto es -----.
 - a. el marco metodológico
 - b. la retroalimentación
 - c. la sustentación
4. Para el desarrollo del perfil del proyecto contará con -----.
 - a. un año
 - b. un ciclo académico
 - c. tres meses
 - d. cuatro meses
5. El Marco teórico se refiere a teorías relacionadas con: -----.
 - a. el objetivo general
 - b. las conclusiones
 - c. la problemática
 - d. el tema
6. Para el desarrollo de la evidencia empírica se puede consultar -----.
 - a. Preguntando a las personas.
 - b. En fuentes bibliográficas.
 - c. Realizando reportajes.

7. El tema debe responder a un problema o necesidad en el ámbito _____.
- a. social
 - b. político
 - c. turístico
8. () Las citas y referencias bibliográficas, forman parte de los aspectos que constan en la rúbrica de calificación del perfil del proyecto escrito.
9. () Las rúbricas presentadas le guiarán en la correcta exposición de su perfil de proyecto.
10. () Los formatos para la presentación del perfil del proyecto quedan a la libre decisión de cada estudiante.

[Ir al solucionario](#)



Semana 6

Continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto, ahora nos corresponde los Antecedentes generales, que está integrado por:

a. Evidencia empírica

Para el desarrollo de este apartado, deberá investigar en fuentes bibliográficas, artículos relacionados a su tema, mínimo cinco, cuya extensión para la presentación será de cinco páginas

b. Marco teórico

Corresponde a la investigación de teorías relacionadas con la problemática, investigar mínimo quince autores, la extensión de este apartado debe ser máximo cinco páginas.

Recuerde que en esta semana debe presentar el desarrollo del perfil del proyecto, los numerales: 5.1.5 Desarrollo práctico del perfil del proyecto, 5.1.5.1 Título ,5.1.5.2 Problemática y 5.1.5.3 Objetivos.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Desarrolle la evidencia empírica

Estrategias didácticas

Revisar otras investigaciones que tengan relación con el tema de investigación.

Revise en blogs, páginas web, investigaciones sobre el tema de su perfil de proyecto.

Establezca la evidencia empírica

Actividad 2

Indague en investigaciones similares a la suya para la realización del marco teórico.

Estrategias didácticas

Averiguar en la web, diferentes investigaciones vinculadas a su tema e identifique las teorías que han empleado los autores, debiendo éstas estar vinculadas a su tema del perfil del proyecto.

Realice el marco teórico.

En la seguridad de que el recordar estos contenidos ha sido un placer en su estudio, es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 6, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 6

1. () La evidencia empírica está desvinculada de artículos relacionados con anterioridad.
2. () La evidencia empírica es parte de los objetivos.
3. () La evidencia empírica y el marco teórico están desvinculados.
4. () El marco teórico está vinculado con la problemática.
5. () El marco teórico requiere de otros autores, que hayan investigado con antelación al perfil del proyecto.
6. () Algunos aspectos de los antecedentes son el marco teórico y evidencia empírica.

[Ir al solucionario](#)



Semana 7

Lo estamos haciendo muy bien, sigamos con el desarrollo, ahora es preciso identificar la metodología del perfil del proyecto, revisemos cada apartado.

c. Marco metodológico

Este debe estar relacionado con los objetivos, marco teórico y evidencia empírica. Además, incluye la inversión y costos de la inversión tentativa a realizar.

Estimado estudiante para la realización de estos aspectos, es necesario que enliste todo lo necesario para la realización del proyecto, así como los costos de cada uno.

El cálculo de inversión y costos lo realizaremos en la hora de tutoría y consulta.

Recuerde que en esta semana debe presentar el desarrollo del perfil del proyecto, los numerales: 5.1.5 Desarrollo práctico del perfil del proyecto, 5.1.5.1 Título, 5.1.5.2 Problemática, 5.1.5.3 Objetivos y 5.1.5.4 Antecedentes generales: a. Evidencia empírica, b. Marco teórico, c. Marco metodológico: Inversión, costos.

De igual manera, es importante que tenga en cuenta las siguientes actividades como culminación de este bimestre e inicio del segundo.

Tabla 5.

Actividades a tener en consideración

Actividad	Fecha
Actividades ACD; AA y APE	Semanas 1-7
Evaluación presencial	Semana 8
Sustentación del Examen complejo oral	Semana 14
Evaluación del Examen complejo escrito	Semana 17

Nota. La autora (2022)

Estimado/a estudiante, sugiero las siguientes actividades de aprendizaje, para afianzar los contenidos abordados.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Desarrolle el marco metodológico.

Estrategias didácticas

Revisar otras investigaciones que tengan relación con el tema de investigación.

Revise el libro de metodología de investigación

Establezca el marco metodológico

Actividad 2

Indague en investigaciones similares a la suya los costos en los que incurrirá el proyecto.

Estrategias didácticas

Averiguar en la web, diferentes investigaciones vinculadas a su tema de investigación e identifique los costos que se han incluido.

Identifique los costos de su investigación.

En la seguridad de que el recordar estos contenidos ha sido un placer en su estudio, es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 7, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 7

1. () El marco metodológico debe estar relacionado con los objetivos, marco teórico y evidencia empírica.
2. () El marco metodológico incluye el coste de la inversión tentativa a realizar.
3. () El marco metodológico incluye la bibliografía.
4. () La metodología de citación bibliográfica para la carrera de Turismo es la de Chicago.

[Ir al solucionario](#)

Muy bien, le invito a desarrollar del siguiente crucigrama en donde identificará los [Aspectos relevantes de un contexto](#)



Semana 8

Estimado estudiante, es momento de poner en ejecución todo lo repasado y aprendido en este bimestre, por ello, es momento de prepararse para rendir la evaluación bimestral. Para lo cual debe revisar los contenidos de las unidades 1, 2, 3, 4 y 5 en las guías didácticas, textos base de las diferentes materias y perfil del proyecto.

Le deseo ¡éxitos! en sus evaluaciones.



Segundo bimestre

Resultado de aprendizaje 1

- Demuestra el manejo integral de las competencias adquiridas a lo largo de su formación profesional asumiendo el compromiso ético.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje



Semana 9

Estimados estudiantes continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto, una vez que ha establecido la inversión y costos, es necesario realizar el estimado preliminar del perfil del proyecto, tanto para los de inversión como para los sociales.

Para ello es importante que asista al taller que se brindará sobre el proceso de estimaciones preliminares para perfil de proyectos de inversión y sociales, el mismo que se realizará en esta semana en la hora de tutorías y consultas.

Es necesario que revise los contenidos del capítulo 5, literal c de la guía didáctica y proceda al desarrollo de la estimación de preliminares, de acuerdo a cada proyecto.

Una vez culminada la estimación de preliminares, preséntela a su profesor para su revisión.



Semana 10

Continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto, en esta semana debe desarrollar:

5.1.5.1. Conclusiones

Una vez realizado el trabajo investigativo, es momento de analizar y emitir las conclusiones del mismo, para ello es importante revisar la problemática, marco teórico y objetivos.

5.1.5.2. Referencias bibliográficas

Aquí deben constar todas las fuentes secundarias que le sirvieron de consulta, para ello emplearemos una matriz bibliográfica, misma que se les facilitará en el EVA de la materia.

Es importante recordar que las referencias bibliográficas deben ser máximo diez años atrás en relación al presente año.

Para su citación debe ser con metodología APA, séptima edición.

Debe ser ubicada en orden alfabético.

Excelente, una vez que ha concluido la estimación de preliminares, conclusiones y referencias bibliográficas, preséntelas a su profesor del Prácticum 4.2 Examen complejo.

Ahora es preciso seguir abordando aspectos relacionados a la defensa oral del perfil del proyecto, para ello revisaremos la unidad 6.

Unidad 6. Actividades de aprendizaje, estratégicas síncronas y asíncronas

6.1. Actividades síncronas-Perfil del proyecto- defensa oral

Estimados estudiantes, en la presente semana realizaremos un taller sobre la sustentación oral del perfil del proyecto, de ahí la importancia de asistir a las tutorías, en especial a la de la semana diez.

A la par realizamos la culminación de perfil del proyecto, a fin de que se encuentre listo y poder entregarlo al tribunal para su revisión.

Con el fin de ir logrando mayor seguridad y adquisición de los contenidos, en pos de que esté listo para el examen oral, le invito a revisar minuciosamente la información del siguiente [enlace](#) denominado Formulación del proyecto.

6.1.1. Defensa oral

Estimados estudiantes, una de las partes de la fase final, es la defensa oral del perfil del proyecto, actividad que la realizará la semana 14, la que será evaluada sobre el 50% del total de la nota de segundo bimestre, para ello, debemos prepararnos y obtener un buen desempeño,

6.1.2. Lineamientos

¿Qué va a sustentar?, esta defensa la realizará sobre el perfil del proyecto ante el tribunal que calificó el Examen complejo-escrito.

Para desarrollar el Examen complejo oral, y, por tanto, su defensa, es necesario tener presente los siguientes aspectos:

6.1.3. Comunicación

Esta es la forma en que transmitirá sus ideas al tribunal examinador, en este sentido debe ser:

- Clara
- Emplear una gesticulación adecuada
- Correcta pronunciación.
- Entonación e intencionalidad adecuada.
- Emplear términos adecuados de acuerdo al campo profesional
- Expresar ideas claras, con lógica e hilaridad

Expresión oral

Es el momento más importante del EC-oral, puesto que se pone de manifiesto el cómo transmite su conocimiento sobre el contenido del perfil del proyecto, de ahí la importancia del mismo, en ocasiones; por nervios, falta de conocimiento del tema, inseguridad, ausencia de uso de términos de acuerdo a la profesión o carrera, suele cometerse los siguientes errores.

- Interrupciones momentáneas, repeticiones, incoherencias y divagaciones.
- Presencia de muletillas.
- Uso de locuciones (grupo de palabras), los refranes o frases hechas.

- Uso de expresiones interrogativas y exclamativas.
- Incorrecciones lingüísticas.
- Presencia de errores de concordancia.
- Presencia de frases sin terminar.
- Uso de metáforas coloquiales.
- Empleo de sufijos diminutivos o aumentativos.
- Presencia de intensificaciones.
- Uso de fórmulas de apretura o cierra de la conversación.
- Uso de fórmulas expresivas para mostrar conformidad, desacuerdo, enfado.

6.1.4. Proceso de la defensa del perfil del proyecto

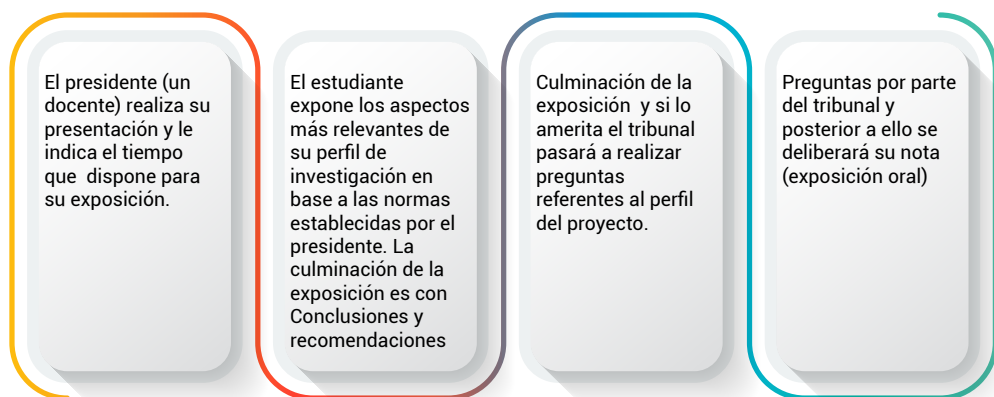
Para la realización del proceso de defensa, el estudiante con anticipación habrá preparado una presentación en power point u otro recurso, la que estará constituida por máximo 15 diapositivas, en donde constarán los aspectos más relevantes de su perfil de proyecto, mientras que en el área administrativa de la universidad le emitirán una convocatoria (día y hora) para su sustentación, en la que estarán presente usted y los miembros del tribunal (dos profesores de la carrera).

Para la defensa oral del EC, dispondrá de 20 minutos, en los cuales usted expresará los aspectos relevantes de su investigación.

El proceso es el siguiente:

Ilustración 12.

Proceso de defensa oral



Nota. La Autora (2022)

En síntesis, para la defensa o sustentación del perfil del proyecto, debe tener presente:

Estar listo y puntual para el día de la convocatoria.

Vestir de manera formal

Cuidar su presentación personal

Estar preparado para dar a conocer los resultados de su perfil de proyecto.

La presentación del power point, debe ser clara, en las diapositivas no debe existir mucha teoría y estar lista para empezar el proceso de sustentación.

Disponer de la cédula de identidad, el tribunal le solicitará, la cual constituye un documento habilitante para su exposición

Debe esperar hasta que el presidente del tribunal de inicio al proceso de defensa.

Empezar su presentación brindando un saludo a los miembros del tribunal y dando a conocer el tema de su perfil de proyecto

Diríjase al tribunal de manera formal, siéntase seguro y confiado de lo que va a exponer, recuerde que nadie mejor que usted conoce su perfil de proyecto y eso le debe brindar seguridad en todo el tiempo de exposición.

Cuando esté exponiendo recuerde los aspectos centrales de su perfil del proyecto

Tenga presente que las diapositivas son un gui3n para su exposici3n, por tanto, su mirada y atenci3n debe centrarse en el tribunal examinador.

Hable en voz alta y vocalice correctamente.

Si existen preguntas por parte del tribunal examinador, debe dar respuesta de manera clara y concisa.

6.1.5. R3brica de calificaci3n

Es importante que tenga presente la r3brica de calificaci3n para la exposici3n del perfil del proyecto, misma que ser3 comunicada mediante archivo en el EVA, as3 como su explicaci3n por el profesor de la materia.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participaci3n en la actividad que se describe a continuaci3n:



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Revisar el contenido de la unidad seis, y obtenga los aspectos m3s importantes.

Estrategia did3ctica

Lea detenidamente cada uno de los apartados de la unidad 6.

Subraye las ideas m3s importantes y extr3igalas en un cuaderno.

En la seguridad de que el recordar estos contenidos ha sido un placer en su estudio, es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluaci3n 5, as3 podr3 medir sus conocimientos sobre los temas estudiados.



Autoevaluación 8

1. () La defensa oral será evaluada sobre el 50% del total de la nota de segundo bimestre.
2. () La defensa la realizará sobre el perfil del proyecto, ante el tribunal que calificó el Examen complejo escrito.
3. () Para la defensa oral del EC, dispondrá de 50 minutos, en los cuales usted expresará los aspectos relevantes de su investigación.
4. () Para la calificación de la sustentación oral existe una rúbrica de calificación.
5. () Si existen preguntas por parte del tribunal examinador debe dar respuesta de manera clara y concisa.
6. () Deberá disponer de la cédula de identidad, el tribunal la solicitará, esta constituye un documento habilitante para su exposición.
7. () La culminación de la exposición es con las conclusiones y recomendaciones, luego pasará a una ronda de preguntas si el tribunal lo considera pertinente.
8. () Es el momento más importante del EC-oral, puesto que se pone de manifiesto el cómo transmite su conocimiento sobre el contenido del perfil del proyecto.
9. () La defensa la realizará sobre el perfil del proyecto, ante el tribunal que calificó el examen complejo escrito.
10. () Una de las partes de la fase final es la defensa oral del perfil del proyecto.

[Ir al solucionario](#)



6.2. Actividades asíncronas- Perfil del proyecto

Presentación del Perfil del proyecto

Estimado estudiante, en la presente semana debe realizar la presentación del perfil del proyecto al profesor del Prácticum 4.2 Examen complejo para su revisión y emisión de las observaciones correspondientes, en caso de que lo amerite.

Tener presente que, en la hora de tutoría y consultas, se realizará la revisión general del perfil del proyecto previa a su entrega.

Estimado/a estudiante, le animo a completar las actividades recomendadas descritas a continuación



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad1.

Elabore una caracterización de cada uno de los aspectos del perfil del proyecto.

Estrategias didácticas

Revise minuciosamente el perfil del proyecto.

Redacte en un documento las ideas principales.

Realice la caracterización.



6.3. Actividades síncronas-Examen complejo

Revise los lineamientos para la rendición del EC escrito. De manera que esté listo para participar en la vídeo-colaboración.

¡Muy bien!, una vez que tenemos claro los lineamientos para la evaluación escrita, a continuación, realizaremos una revisión de los campos conceptuales de la carrera de Turismo, para lo cual analizaremos el contenido y ejemplos de los contextos que se encuentran en primer bimestre.

De igual manera es importante revisar los contenidos de las materias: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos y Planificación de destinos turísticos.

Debemos tener presente, que nos aproximamos a la fecha en la que debe rendir su exposición oral, para lo cual debe repasar cada uno de los aspectos estudiados, en cuanto a la sustentación.

Para tener un mayor desempeño, le invito a que realice un ensayo de la exposición oral, de manera que tenga definido cada momento, tanto en su contenido y tiempo.

6.4. Actividades asíncronas-Examen complejo

Es necesario continuar participando de las tutorías de asesoría y consultas, se dará indicaciones sobre la rendición del examen escrito.

Al igual que la exposición oral, también debemos prepararnos para la evaluación escrita, por ello, es menester realizar una simulación del mismo, para ello abordaremos el campo conceptual Gestión del territorio y gestión turística, le ayudará a ubicarse en diferentes escenarios e identificar los diferentes niveles de ítems, facilitando de esta manera el brindar respuestas asertivas, para ello le invito a revisar los contextos que se encuentran en el EVA de la materia.

Realice las correcciones del perfil del proyecto sugeridas (si existiesen) por parte del docente del Prácticum 4.2 Examen Examen Complexivo, una vez realizada esta actividad, entregue el perfil del proyecto al profesor del Prácticum 4.2 Examen complejo para que sea entregado a los miembros del tribunal.

Recuerde la elaboración del power point, mismo que le servirá de guía para la sustentación del perfil del proyecto, el cual debe contener el tema, objetivos, antecedentes, metodología y conclusiones, máximo 15 diapositivas. Tener presente que la presentación de power point, debe estar constituido por imágenes, tablas, gráficos y en mínima proporción texto.

Estimado/a estudiante, sugiero las siguientes actividades de aprendizaje, para afianzar los contenidos abordados.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Realice un repaso de la exposición oral

Estrategias didácticas

Siéntese frente a un espejo y realice la exposición y a la vez grabe, mientras expone mire al espejo, imaginando que es el tribunal,

Escuche la grabación e identifique la coherencia de las ideas, claridad, pronunciación, ritmo de la exposición.

Actividad 2

Realizar el ensayo del examen complejo escrito

Estrategias didácticas

Revisar el contenido de la guía en el campo conceptual Gestión del territorio y gestión turística y analizar los diferentes escenarios que se encuentran los ejemplos de contextos.

Leer de manera comprensiva y analítica

De respuesta a los diferentes ítems.



Semana 13

Preparación para la sustentación del Examen complejo oral

Estimado estudiante, participe activamente de la tutoría de consultas y ponga atención a las instrucciones que le brindará el docente. Es importante que revise el recurso que le servirá de guía para la exposición oral, analizar todos los puntos que se encuentran en la guía para rendir la sustentación oral. Le deseo lo mejor, es necesario que esté tranquilo/a, en la seguridad de que está preparado/a para rendir el examen oral, se ha esforzado para ello, por tanto, todo va estar bien. Le envío un fuerte abrazo, y le deseo el mejor de los éxitos.

Estimado/a estudiante, le animo a completar las actividades recomendada descrita a continuación



Actividades de aprendizaje recomendadas

Rendir la evaluación oral

Estrategias didácticas

Revise que todo el material y recursos tecnológicos estén funcionando correctamente, que su internet esté estable, tener la cédula de identidad a la mano, revise el horario al cual ha sido convocado, descanse y rinda el examen oral.



Semana 14

Examen complejo oral

Estimado estudiante, rinda el examen oral.



Preparación para el examen complejo escrito

Participe de las tutorías de consultas, revise los contenidos de los campos conceptuales Gestión del territorio y gestión turística.

Revise los contenidos de los campos conceptuales Gestión del territorio y gestión turística: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos y Planificación de destinos turísticos.

Recuerde que está próximo a rendir el examen escrito, para ello se ha preparado, cuente con la seguridad de que le va a ir muy bien. Tenga presente que dispone de una hora para esta evaluación, por lo que le recomiendo que lea de manera comprensiva y analítica cada contexto y proceda a dar respuesta a cada ítem.

Continuemos con el aprendizaje mediante su participación en la actividad que se describe a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Revisar el contenido del campo conceptual Gestión del territorio y gestión turística con sus temáticas: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos, Planificación de destinos turísticos.

Estrategias didácticas

Identifique el contenido en las guías didácticas.

Revise el contenido de acuerdo al índice de esta materia.

Revise los contextos de cada materia que se encuentran en esta guía didáctica



Semana 16



Actividades finales del bimestre

Preparación para el examen complejo escrito

Estimado estudiante, ya nos encontramos en la semana 16, estamos preparados para este momento, recuerde todo lo que hemos estudiado y pre dispóngase a rendir la evaluación escrita. Recuerde que esta actividad se realizará en la semana 17.



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1

Descanse y dispóngase a rendir el examen escrito.

Permanecer tranquilo y relajado.

Le deseo éxitos.



4. Solucionario

Señores estudiantes, al final de cada unidad existe una autoevaluación, la cual debe desarrollar a fin de que verifique el estudio del contenido. A continuación, le invito a verificar las respuestas con el solucionario de cada unidad.

Autoevaluación 1		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La investigación de mercados es una disciplina, por ende, no necesariamente podrá alcanzar un carácter científico.
2	V	Entre la investigación científica y el conocimiento científico encontramos el método científico.
3	V	La investigación de mercados turísticos corresponde a un proceso sistemático.
4	F	La investigación relativa se relaciona con las decisiones del <i>marketing mix</i> .
5	V	La investigación de mercados turísticos necesita, para su práctica o desarrollo, de los sujetos directos e indirectos y por supuesto del investigador, quien tendrá la capacidad para que se genere la información.
6	V	López & López (2016), señala dos tipos de sujetos el activo y el pasivo; el primero, corresponde a las personas u organizaciones que están relacionados de forma directa con el proceso de la investigación de mercados, y el segundo, que pertenece a un grupo importante, como son los sujetos, de donde se obtiene la información.
7	V	La ética tiene responsabilidades para los investigadores y para los que solicitan se realice la investigación.
8	b	La cadena de valor puede generar ventajas competitivas que pueden ser, en algunos casos, únicas en mercados de servicios.
9	b	La necesidad de contar con información permitirá a las organizaciones plantear estrategias y tomar las decisiones correctas.
10	b	Las organizaciones, quienes por satisfacer las necesidades y brindar respuestas al mercado, realizan estudios o investigaciones de mercado.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 2		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	Las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC) se convierten en herramientas idóneas para la promoción y difusión de destinos turísticos.
2	V	El interés de los turistas 2.0 por convertirse en gestores de sus propios viajes, ha hecho que la industria se vea obligada a proporcionar herramientas que contribuyan y faciliten su organización y planificación.
3	V	En un mundo cambiante, donde el turista 2.0 es más exigente y demanda mayor control de sus actividades, el teléfono celular cumple un rol importante de acercamiento con los diferentes servicios y destinos que componen la industria turística.
4	F	La importancia de las tecnologías se establece en la serie de recursos que los turistas, destinos y empresas de la industria utilizan.
5	V	La tecnología se convierte en un aliado indispensable a la hora de viajar en un mundo cambiante, tecnológico y actualizado.
6	V	A partir del inicio de la era 2.0 y de las nuevas exigencias de un turista más moderno y tecnológico, los destinos turísticos y empresas de la industria están en la "obligación" de crear experiencias turísticas únicas y diferenciales que cumplan con las necesidades de sus clientes.
7	V	Las nuevas tecnologías de la información para la industria son importantes, por ello, se debe dar un seguimiento continuo para conocer si la herramienta utilizada es la correcta.
8	c	Gran parte del éxito de cualquier estrategia de redes sociales implica la monitorización.
9	b	AirDNA es una multiplataforma web que permite obtener datos sobre el alojamiento.
10	a	Una de las mejores estrategias para dar a conocer un producto y/o servicio de un destino es mediante páginas web.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 3		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La diferenciación es un aspecto poco relevante al plantear una idea de negocio.
2	V	Un plan de negocios es el resultado de un proceso de planeación.
3	F	Un plan de negocios parte del análisis del entorno de un mercado.
4	F	La evaluación de factibilidad de un proyecto es lo mismo que un modelo de negocio.
5	F	La investigación etnográfica de una población es un método de pronóstico causal usado para determinar la demanda.
6	V	La investigación de mercado es una metodología cualitativa.
7	V	Un tipo de muestreo se considera probabilístico cuando todos los participantes del universo no tienen las mismas probabilidades de ser escogidos.
8	a	En un proyecto turístico la cercanía con los proveedores es uno de los factores más importantes de la decisión de localización.
9	b	El método cualitativo por puntos consiste en definir los principales factores determinantes de una localización para asignarles valores ponderados.
10	b	El estudio organizacional no tiene gran repercusión en la rentabilidad del proyecto

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 4		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	a	Posee tres niveles, que son los siguientes: física, real y efectiva.
2	b	Los niveles de decisión y evaluación ambiental son tres, entre ellos está la evaluación de sustentabilidad ambiental.
3	c	Entre las cuestiones que se pueden resolver con los SIG están: localización y rutas.
4	a	Los modelos espaciales que se pueden mostrar a través de los SIG son ráster y vectorial.
5	b	El proceso de planificación estratégica incluye un paso en donde se define el modelo de gestión.
6	c	El estudio preliminar genera como insumo la formulación del perfil de proyecto de planificación turística y del equipo de trabajo.
7	a	En el diagnóstico, que es el resultado del proceso de análisis y síntesis, se identifican las principales oportunidades y las limitaciones del desarrollo.
8	b	Una de las consideraciones que se debe tomar en cuenta para armar el FODA, en lo que respecta a oportunidades, son las circunstancias externas favorables que se pueden aprovechar.
9	b	La identificación de atractivos turísticos, es una de las importantes consideraciones que debemos tener en cuenta para determinar la imagen deseada.
10	c	La formulación del plan incluye tres elementos: formulación filosófica, estratégica y de programas, y proyectos.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 5		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La citación correcta de las diferentes fuentes bibliográficas, se debe realizar bajo metodología APA séptima edición.
2	V	El documento del perfil del proyecto será sometido a la herramienta antiplagio "Ouriginal".
3	a	Uno de los aspectos del perfil del proyecto es el marco metodológico.
4	b	Para el desarrollo del perfil del proyecto contará con un ciclo académico.
5	c	El marco teórico se refiere a teorías relacionadas con la problemática.
6	b	Para el desarrollo de la evidencia empírica se puede consultar en fuentes bibliográficas.
7	c	El tema debe responder a un problema o necesidad en el ámbito turístico.
8	V	Las citas y referencias bibliográficas, forman parte de los aspectos que constan en la rúbrica de calificación del perfil del proyecto escrito.
9	V	Las rúbricas presentadas le guiarán en la correcta presentación de su perfil de proyecto.
10	F	Los formatos de letra serán en Arial N° 11, interlineado 1.15.

Ir a la
autoevaluación

Autoevaluación 6		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La evidencia empírica se deberá investigar en fuentes bibliográficas.
2	F	La evidencia empírica deberá investigarse en fuentes bibliográficas, artículos relacionados a su tema.
3	F	La evidencia empírica y el marco teórico son parte de los antecedentes.
4	V	Corresponde a la investigación de teorías relacionadas con la problemática.
5	V	Corresponde a la investigación de teorías relacionadas con la problemática, investigar mínimo quince autores.
6	V	Los antecedentes están constituidos por evidencia empírica y marco teórico.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 7		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	El marco metodológico debe estar relacionado con los objetivos, marco teórico y evidencia empírica.
2	V	El marco metodológico incluye el coste de la inversión tentativa a realizar.
3	F	El marco metodológico incluye la bibliografía.
4	F	La metodología de citación bibliográfica para la carrera de Turismo es la de Chicago.

[Ir a la autoevaluación](#)

Autoevaluación 8		
Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	La defensa oral será evaluada sobre el 50% del total de la nota del segundo bimestre.
2	V	La defensa la realizará sobre el perfil del proyecto, ante el tribunal que calificó el examen complejo escrito.
3	F	Para la defensa oral del EC, dispondrá de 20 minutos, en los cuales usted expresará los aspectos relevantes de su investigación.
4	V	Para la calificación de la sustentación oral existe una rúbrica de calificación.
5	V	Si existen preguntas por parte del tribunal examinador, debe dar respuesta de manera clara y concisa.
6	V	Debe disponer de la cédula de identidad, el tribunal la solicitará, esta constituye un documento habilitante para su exposición.
7	V	La culminación de la exposición es con las conclusiones y recomendaciones.
8	V	Es el momento más importante del EC-oral, puesto que se pone de manifiesto el cómo transmite su conocimiento sobre el contenido del perfil del proyecto.
9	V	La defensa la realizará sobre el perfil del proyecto, ante el tribunal que calificó el examen complejo escrito.
10	V	Una de las partes de la fase final es la defensa oral del perfil del proyecto.

[Ir a la autoevaluación](#)



5. Referencias bibliográficas

- Ludeña, A. (2021). Sistemas tecnológicos aplicados al turismo. Loja-Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Sánchez, R. (2021). Guía didáctica de Planificación de destinos turísticos. Loja- Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Suasnavas, G. (2021). Guía didáctica del Prácticum 4.1 Examen Complexivo. Loja-Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja.
- Vicerrectorado Académico, Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia. 2022. Lineamientos generales Examen Complexivo, Modalidad Presencial. Modalidad Abierta y a Distancia, UTPL
- Viñan, C. (2021). Guía didáctica de Análisis de mercados turísticos. Loja-Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Viñan, C. (2021). Guía didáctica de Formulación y evaluación de proyectos. Loja- Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja