



UTPL

La Universidad Católica de Loja

Vicerrectorado de Modalidad Abierta y a Distancia

Prácticum 4.2 Trabajo de Integración Curricular / Examen Complexivo: opción Examen Complexivo

Guía didáctica





Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Prácticum 4.2 Trabajo de Integración Curricular / Examen Complexivo: opción Examen Complexivo

Guía didáctica

Carrera	PAO Nivel
Turismo	VIII

Autores:

Armijos Maurad Ana Patricia

Reestructurada por:

Tania Jackeline Ochoa Ochoa



Prácticum 4.2 Trabajo de Integración Curricular / Examen Complexivo

Guía didáctica

Armijos Maurad Ana Patricia

Reestructurada por:

Tania Jackeline Ochoa Ochoa

Diagramación y diseño digital

Ediloja Cía. Ltda.

Marcelino Champagnat s/n y París

edilocialtda@ediloja.com.ec

www.ediloja.com.ec

ISBN digital - 978-9942-39-686-0

Año de edición: diciembre, 2024

Edición: primera edición reestructurada en diciembre 2024 (con un cambio del 35%)

Loja-Ecuador



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/>

Índice

1. Datos de información	7
1.1 Presentación de la asignatura.....	7
1.2 Competencias genéricas de la UTPL.....	7
1.3 Competencias del perfil profesional	7
1.4 Problemática que aborda la asignatura	8
2. Metodología de aprendizaje	9
3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje.....	10
Resultado de aprendizaje 1:	10
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	10
Semana 1	10
Unidad 1. Campo conceptual: gestión del territorio y gestión turística.....	10
1.1. Análisis de mercados turísticos.....	11
Actividades de aprendizaje recomendadas	17
Autoevaluación 1	18
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	20
Semana 2	20
Unidad 2. Campo conceptual: gestión del territorio y gestión turística.....	20
2.1. Sistemas tecnológicos aplicados al turismo	20
Actividades de aprendizaje recomendadas	27
Autoevaluación 2.....	28
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	30
Semana 3	30
Unidad 3. Campo conceptual: gestión del territorio y gestión turística.....	30
3.1. Formulación y evaluación de proyectos	30
3.2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de demanda, el entorno competitivo y su cuantificación	31
3.3. El estudio técnico: el diseño de productos turísticos, la localización y la ingeniería del proyecto	33



3.4. La presupuestación, el análisis de la rentabilidad, la sensibilización y el análisis de las inversiones de proyectos	34
3.5. Ejemplo de contexto	34
Actividades de aprendizaje recomendadas	36
Autoevaluación 3.....	37
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	39
Semana 4	39
Unidad 4. Campo conceptual: gestión del territorio y gestión turística.....	39
4.1. Planificación de destinos turísticos.....	39
Actividades de aprendizaje recomendadas	44
Autoevaluación 4.....	45
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	47
Semana 5	47
Unidad 5. ¿Cómo desarrollar un perfil de proyecto?	47
5.1. Perfil del proyecto	47
Actividades de aprendizaje recomendadas	50
Autoevaluación 5.....	51
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	52
Semana 6	52
Actividades de aprendizaje recomendadas	53
Autoevaluación 6.....	53
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	55
Semana 7	55
Actividades de aprendizaje recomendadas	56
Autoevaluación 7	57
Resultado de aprendizaje 1:	59
Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas.....	59
Semana 8	59
Resultado de aprendizaje 1:	59



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 60

Semana 9 60

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 60

Semana 10 60

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 60

Semana 11 60

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 61

Semana 12..... 61

 Actividad de aprendizaje recomendada 62

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 62

Semana 13..... 62

 Unidad 6. Actividades de aprendizaje, síncronas y asíncronas 62

 6.1. Actividades síncronas-perfil del proyecto-defensa oral..... 62

 Actividades de aprendizaje recomendadas 65

 Autoevaluación 8..... 66

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 67

Semana 14..... 67

 Actividades de aprendizaje recomendadas 67

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 68

Semana 15..... 68

 Actividad de aprendizaje recomendada 69

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas..... 69

Semana 16..... 69

 Actividades finales del bimestre 69

 Actividad de aprendizaje recomendada 70

4. Autoevaluaciones 71

5. Referencias bibliográficas 80





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 del perfil profesional

Aplica modelos estratégicos de planificación, gestión e innovación turística, para promover el desarrollo sostenible de los territorios, mediante el análisis de datos, problemas, tendencias e información del sector turístico, basándose en la preservación del patrimonio natural y cultural, la participación activa de la población, con equidad, respeto y ética al servicio colectivo.

1.4 Problemática que aborda la asignatura

El desarrollo turístico de un territorio en los ámbitos político, económico, social, cultural y ambiental requiere una planificación integral e inclusiva que responda a las necesidades y problemáticas específicas del territorio. Este enfoque debe centrarse en la gestión territorial y turística, considerando los desafíos asociados.

En este contexto, es fundamental que el profesional en Turismo posea actitudes, conocimientos y habilidades que le permitan abordar estos desafíos de manera creativa, crítica y ética. De esta forma, contribuirá eficazmente a una planificación y ordenamiento turístico territorial sostenible alineado con las prioridades del país.





2. Metodología de aprendizaje

En esta asignatura se empleará una metodología participativa para alcanzar los resultados de aprendizaje definidos en el perfil de egreso. Esta metodología se estructurará en dos aspectos:

- a. Examen oral: se llevará a cabo a través de la metodología de proyectos, en la que el estudiante desarrollará y presentará una propuesta de perfil de proyecto orientada a resolver problemas relevantes de la carrera. Este ejercicio permitirá evaluar integralmente las competencias adquiridas durante su formación académica, fomentando el análisis crítico y la aplicación práctica de los conocimientos.
- b. Examen escrito: se realizará mediante la evaluación de contextos relacionados con los núcleos problémicos de la carrera.





3. Orientaciones didácticas por resultados de aprendizaje

Resultado de aprendizaje 1:

Evalúa integralmente al futuro profesional, guardando correspondencia con los resultados de aprendizaje de la titulación, y que procure la demostración de las competencias adquiridas por el estudiante durante su formación.

El resultado de aprendizaje está planteado para fortalecer las competencias en gestión de territorio y gestión turística, preparando al estudiante para rendir de manera efectiva el examen complejo escrito, a través de las unidades: Análisis de mercados turísticos, Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, Formulación y evaluación de proyectos y Planificación de destinos turísticos. Además, se incluirá el examen oral, centrada en la presentación de una propuesta de un perfil de proyecto turístico, permitiendo integrar y demostrar las habilidades adquiridas durante la formación académica.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



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 complejo oral y 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, enlistamos 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 Análisis de Mercados Turísticos (2025), 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, la guía 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, iniciemos recordando que la investigación de mercados no es un evento nuevo, sino que desde el siglo XIX ya se efectuaban acciones vinculadas a esta actividad, en la siguiente infografía 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 didáctica Análisis de mercados turísticos (2025), el contenido de la unidad 1. Introducción a la investigación de mercados turísticos a fin de que siga preparándose para el desarrollo del Examen Complexivo.

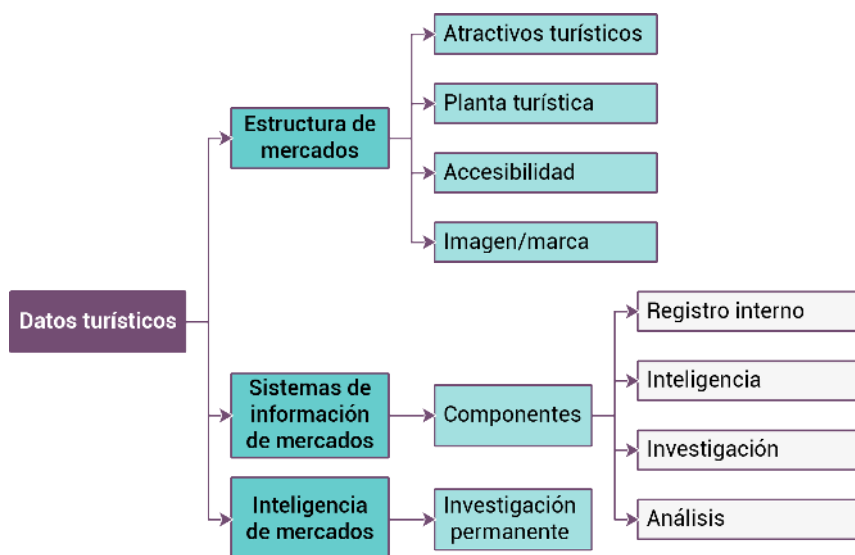


1.1.2. Datos turísticos, sistemas y fuentes

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 figura.

Figura 1

Datos turísticos y sistemas



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Análisis de mercados turísticos, [Imagen]*, por Viñán, C., 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0

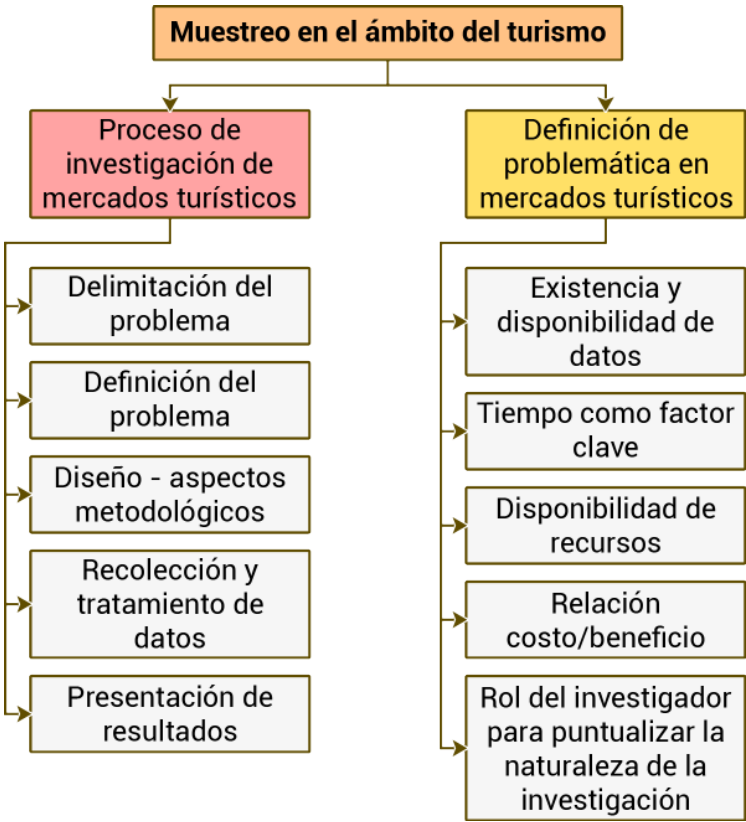
La figura destaca cómo los datos turísticos son fundamentales para entender y gestionar el sector. A través del análisis de mercados, sistemas de información e inteligencia, se identifica la oferta, la demanda y las condiciones que influyen en el turismo. Esto permite diseñar estrategias basadas en información precisa, optimizando recursos y mejorando la experiencia turística.

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 figura en qué consiste el mismo.



Figura 2
Muestreo en el ámbito turístico



Nota. Tomado de Manual de investigación de mercados, [Imagen], por López, J., & López, L., 2016, Ediciones Pirámide, Ed. CC BY 4.0.

En esta figura, el primer aspecto se enfoca en la identificación y análisis del problema, diseño metodológico, recolección de datos y presentación de resultados. El segundo se centra en los factores que afectan la investigación, como la disponibilidad de datos, recursos y tiempo, así como la evaluación de costos y beneficios, guiando así la toma de decisiones en el sector turístico.



Apreciado estudiante, le invito a revisar en la Guía Didáctica Análisis de Mercados Turísticos (2025), el contenido de la unidad 3. Muestreo en el ámbito turístico, proceso, técnicas y diseño de cuestionario, 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 figura revisemos los componentes de esta.

Figura 3

Diseño experimental



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Análisis de mercados turísticos*, [Imagen], por Viñan, C., 2025, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0

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, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo. A continuación, revisemos un contexto a manera de ejemplo.

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 neutrales 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 obtienen 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 el 31 de enero de 2022. Scielo.

Sobre la base del fragmento Evaluación de destinos turísticos mediante la tecnología de la ciencia de datos, responda las preguntas del juego de opción múltiple.

[Análisis de mercados turísticos](#)

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



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice una síntesis de todo el contenido de la guía de Análisis de mercados turísticos.

Estrategias didácticas:

- Subraye los aspectos más importantes del contenido.
 - Redacte en un documento las ideas principales.
2. Investigue [Aproximación psicosocial a la motivación turística, variables implicadas en la elección de Madrid como destino](#), e identifique las variables de motivación empleadas.



Estrategias didácticas:

- Busque un tema relacionado con el diseño de la investigación de mercados.
- Lea minuciosamente e, identifique el modelo de esta investigación.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. 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](#)





Semana 2

Continuamos con la retroalimentación, en esta semana corresponde recapitular la materia de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo, por ello, revisemos 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 al segundo bimestre de la 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 TIC se han convertido en aliadas estratégicas para el desarrollo del turismo.



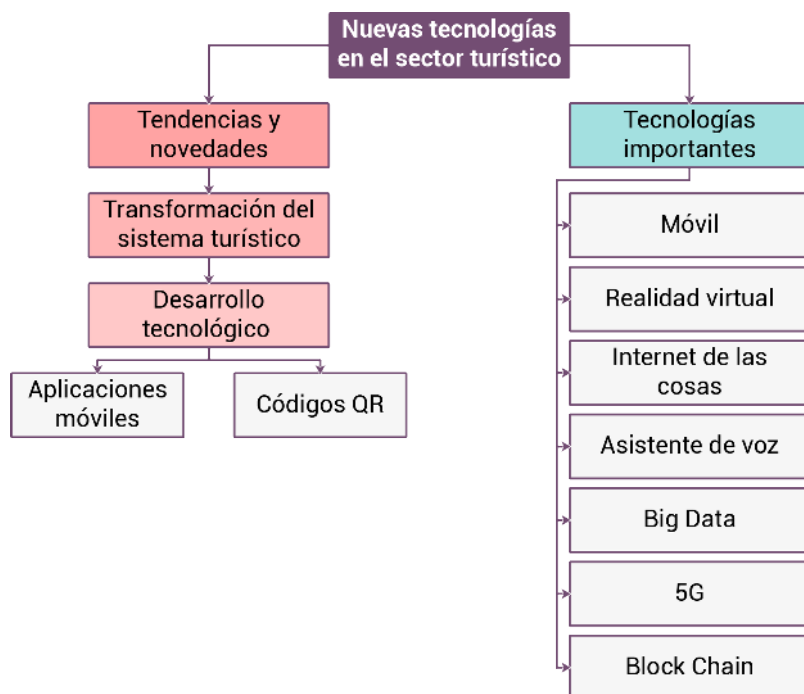
Para ampliar su conocimiento, le invito a realizar la lectura de artículo sobre "[Impacto del Internet en el sector turístico](#)".

A continuación, revisemos la siguiente figura en la que podrá identificar tendencias, dispositivos, desarrollo y aplicaciones.



Figura 4

Las nuevas tecnologías en el sector turístico



Nota. Tomado de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo (p. 54), [Imagen], por Ludeña, A., 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0

Como se puede observar en la figura, es importante destacar que las nuevas tecnologías en el sector turístico están transformando rápidamente la forma en que los destinos turísticos, empresas y viajeros interactúan. Entre las tendencias más destacadas se encuentran la digitalización de servicios turísticos, la integración de aplicaciones móviles para facilitar reservas y experiencias personalizadas, y el uso de códigos QR para mejorar la interacción con los turistas. Estas tecnologías optimizan la accesibilidad, la promoción de destinos y la personalización de los servicios.

Por otro lado, las tecnologías importantes incluyen el uso de dispositivos móviles que permiten la conectividad en todo momento, la realidad virtual que ofrece experiencias inmersivas, y el Internet de las cosas (IoT), que conecta dispositivos para facilitar una gestión más eficiente. Otras tecnologías clave

como el Big Data, los asistentes de voz y la Block Chain están revolucionando el análisis de datos turísticos, mejorando la velocidad de las comunicaciones y garantizando la seguridad en las transacciones. Estas innovaciones no solo aumentan la eficiencia, sino que también mejoran la experiencia del viajero, haciendo del turismo un sector más dinámico e interactivo.

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica el contenido de la unidad 5. Las nuevas tecnologías en el sector turístico, 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 figura la composición de analítica web.



Figura 5
Analítica web



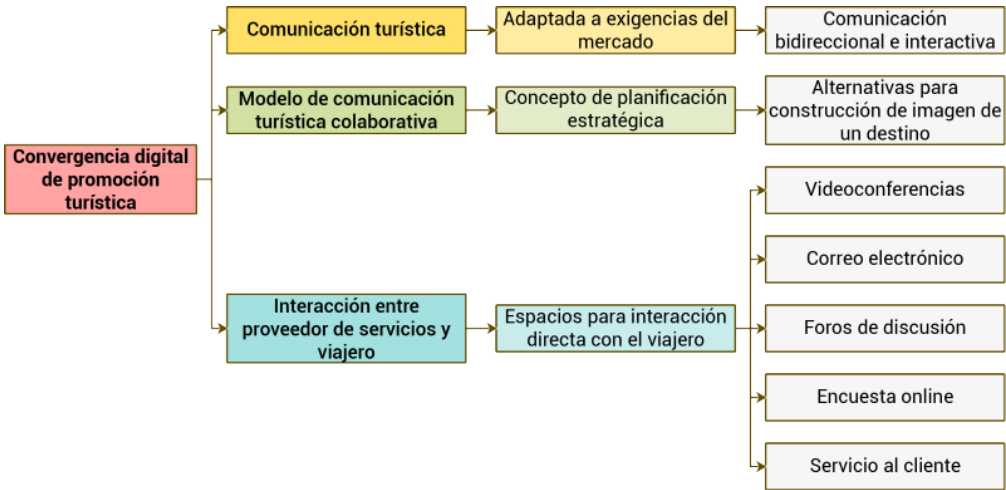
Nota. Tomado de *Sistemas tecnológicos aplicados al turismo*, [Imagen], por Ludeña, A., 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja.CC BY 4.0

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica el contenido de la unidad 6. Analítica web-Análisis de páginas web de destinos turísticos, 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 figura analicemos este sistema.

Figura 6
Convergencia digital



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Sistemas tecnológicos aplicados al turismo*, [Imagen], por Ludeña, A., 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica, el contenido de la unidad 7. Convergencia digital de la promoción turística, 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 han provocado la necesidad del uso de la web y portales especializados, cuyo fin es la promoción de los servicios. En la siguiente tabla se aprecian algunas herramientas.

Tabla 1.
Promoción digital de servicios turísticos

Promoción digital	Servicios turísticos
-------------------	----------------------

Posicionamiento SEO	▪ Contribuir a la presencia de un sitio web en buscadores
---------------------	---

Promoción digital

Servicios turísticos

- Palabras clave en buscadores

Posicionamiento SEM

- Publicidad del sitio web por medios de pago
- Control de costos y tiempo de campaña
- Determina efectividad de campaña

Portales especializados

- Promoción de productos y destinos
- Requiere análisis de seguridad, confiabilidad y calidad
- Plataformas para acceso a servicios: booking, trivago, etc

Nota. Adaptado de *Guía didáctica de sistemas tecnológicos aplicados al turismo*, por Ludeña (2021).

Es importante recordar que la promoción digital de servicios turísticos incluye estrategias que permiten a las empresas del sector turístico aumentar su visibilidad y atraer a más clientes a través de internet. Para lograr esto, son el posicionamiento SEO, el posicionamiento SEM y el uso de portales especializados. A través del SEO, las empresas logran aparecer en los primeros lugares de los resultados de búsqueda cuando los usuarios buscan términos relacionados con sus productos o servicios.

Mientras que el SEM es una estrategia que implica la publicidad de pago en los motores de búsqueda para aumentar la visibilidad del sitio web rápidamente. De esta forma, las empresas turísticas pueden aparecer en los anuncios patrocinados cuando los usuarios realizan la búsqueda.

Los portales especializados son sitios web específicos para el sector turístico donde los usuarios buscan y reservan los servicios.



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. 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 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 se 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.

Sobre la base del fragmento Redes sociales como medio de promoción turística en los países iberoamericanos, responda las preguntas del siguiente juego de opción múltiple.

[Sistemas tecnológicos aplicados al turismo](#)

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



Actividades de aprendizaje recomendadas

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



Estrategias didácticas:

- Busque un tema relacionado con la promoción digital de servicios turísticos.
- Lea minuciosamente e, identifique los aspectos que forman parte de la promoción.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. 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 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. a. Restaurantes.
 - b. b. Alojamientos.
 - c. 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.



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 3

En esta tercera semana, analizaremos los contenidos de la materia Formulación y evaluación de proyectos, le invito a revisar en la guía didáctica cada uno de los capítulos, al mismo tiempo que abordaremos 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 y gestión del sector turístico. Recuerde tener a la mano la guía didáctica de la materia Formulación y evaluación de proyectos.

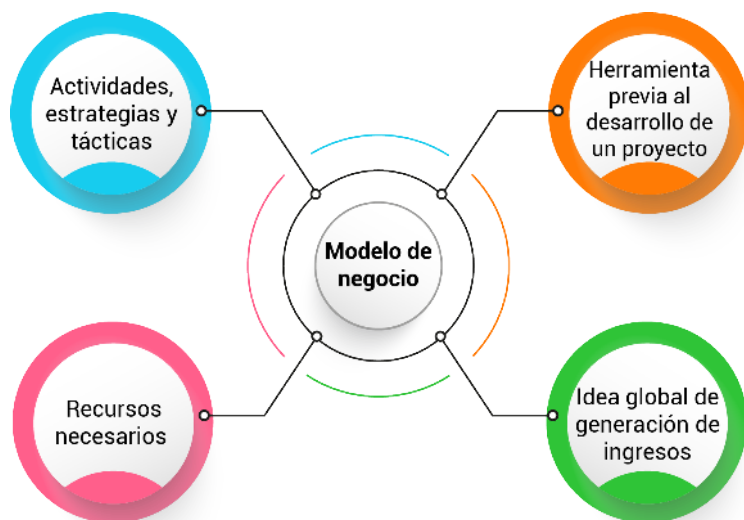
3.1.1. Aspectos generales y marco referencial para la formulación de proyectos turísticos

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, de un modelo de negocio, del cual puede revisar su estructura en la siguiente figura.



Figura 7

Modelo de negocio



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Formulación de evaluación de proyectos*, [Imagen], por Calle, 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

En esta figura se indica que el modelo de negocio para un proyecto turístico integra varias actividades que ayudan a definir el rumbo y su viabilidad, por lo que antes de desarrollar cualquier iniciativa, es importante realizar un análisis exhaustivo del entorno y los recursos que serán necesarios.

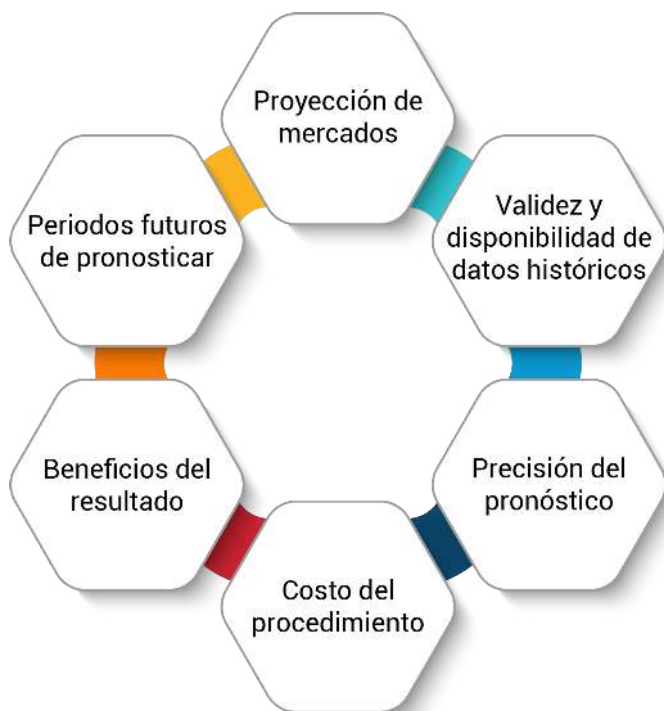
3.2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de demanda, el entorno competitivo y su cuantificación

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 *Formulación y evaluación de proyectos* para revisar este contenido.



Figura 8

Composición de la preinversión



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Formulación de evaluación de proyectos*, [Imagen], por Calle, 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

Recuerde que, la preinversión busca asegurar que los proyectos sean viables, rentables y sostenibles a largo plazo, proporcionando las bases necesarias para su ejecución.

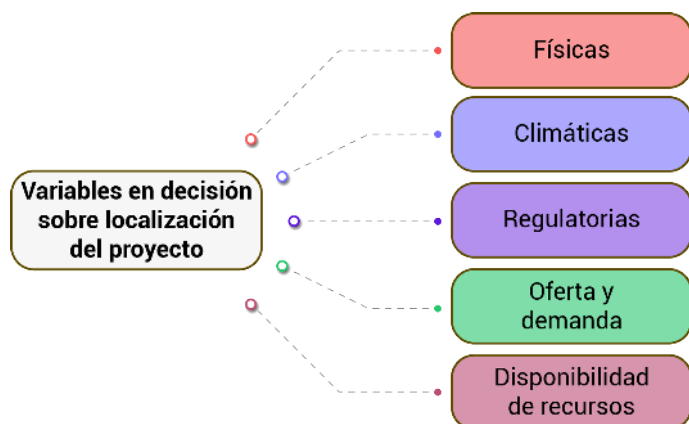
Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica el contenido de la unidad 2. El proceso de preinversión, análisis de prefactibilidad, análisis de la demanda, el entorno competitivo y su cuantificación, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo.

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.

Figura 9

Variables de decisión sobre la localización de un proyecto



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Formulación de evaluación de proyectos*, [Imagen], por Calle, 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica *Formulación y evaluación de proyectos turísticos* (2014), el contenido de la unidad 3, con el propósito de que continúe 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 figura se analiza su composición.

Figura 10

El presupuesto



Nota. Tomado de *Guía didáctica de Formulación de evaluación de proyectos*, [Imagen], por Calle, 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

En definitiva, el presupuesto no sólo es una estimación de los costos, sino también un plan financiero que ayuda a guiar todas las actividades del proyecto y a controlar los recursos durante su ciclo de vida.

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, para que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo. Así mismo, revise el siguiente ejemplo de contexto.

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 las 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.

Básicamente, 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 necesario 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 que 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 juego de opción múltiple, que es un ejemplo de contexto de Formulación y evaluación de proyectos.

[Formulación y evaluación de proyectos](#)

Ahora ha llegado el momento de iniciar con la definición del perfil del proyecto, sobre el cual planteará la propuesta que posteriormente será sustentada ante un tribunal de grado.

Tenga en cuenta que la elección del tema debe ser relevante y responder a las problemáticas o necesidades del campo del turismo. Este constituye el primer paso en la formulación de su propuesta. En este sentido, considere la posibilidad de abordar temas actuales o poco explorados que puedan aportar un enfoque innovador y significativo al sector.

Y para finalizar esta unidad, le sugiero las siguientes actividades de aprendizaje, para afianzar los contenidos abordados.



Actividades de aprendizaje recomendadas

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.

2. Investigue la [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.

Estrategia didáctica:

- Lea minuciosamente e identifique la composición de la metodología.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. 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](#)





Semana 4

Estimado estudiante, con esta unidad culminamos la revisión de los contenidos, es importante que semana a semana vaya recordando los temas de manera que se facilite su comprensión y globalidad. Continuemos con algunos apartados de 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 Planificación de destinos turísticos (2025), de Planificación de destinos turísticos, para realizar el estudio.

Para realizar la planificación en turismo se deben tener presentes 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 infografía.

[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 en la siguiente infografía.



Elementos del proceso metodológico para la planificación turística

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica Planificación de destinos turísticos (2025), el contenido de la unidad 3. Proceso metodológico para la planificación de destinos, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del Examen Complexivo.

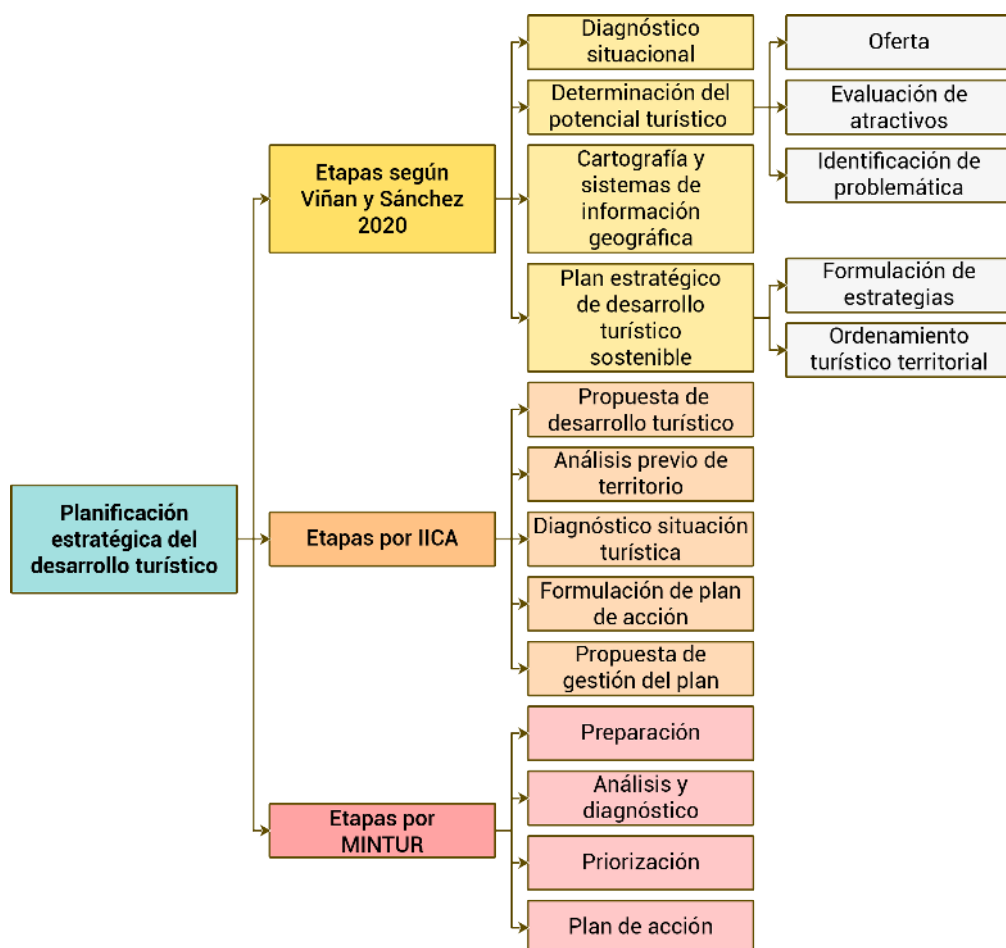
4.1.2. Planificación estratégica del desarrollo turístico

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



Figura 11

Planificación estratégica del desarrollo turístico



Nota. Tomado de Guía didáctica de Planificación de destinos turísticos, [Imagen], por Sánchez, R., 2021, Editorial Universidad Técnica Particular de Loja. CC BY 4.0.

En síntesis, esta figura muestra que la planificación estratégica de desarrollo turístico es el proceso mediante el cual se diseñan y estructuran las acciones a seguir para promover, gestionar y desarrollar un destino turístico de manera eficiente, sostenible y competitivo. Este tipo de planificación busca maximizar los beneficios del turismo tanto para los turistas como para las comunidades locales, asegurando que los recursos naturales y culturales se gestionen de manera responsable.

Apreciado estudiante, le invito a revisar en la guía didáctica el contenido de la unidad 4. Planificación estratégica del desarrollo turístico, a fin de que siga preparándose para el desarrollo del examen complejo. Ahora le animo a revisar el siguiente contexto.

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 deben ser eficaces. 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 y 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 juego de opción múltiple, que es un ejemplo de contexto de Planificación de destinos turísticos.

[Planificación de destinos turísticos](#)



Ahora bien, para continuar con la elaboración del perfil del proyecto, inicie con el apartado de caracterización general. La información detallada de este tema será explicada por su docente, para lo cual le animo a participar de la clase síncrona.



Asimismo, para finalizar esta unidad, le animo a completar las actividades recomendadas descritas a continuación:



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Investigue en el 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 Internet.
- Elija el artículo que contenga estudio de impacto ambiental. Realice la actividad.

2. Estudie los temas que se indican en esta guía didáctica de Planificación de destinos turísticos (2025).

Estrategia didácticas:

- Revise el contenido en la guía didáctica Planificación de destinos turísticos (2025).
- Identifique las ideas más importantes.
- Desarrolle las autoevaluaciones.
- Estudie los apartados indicados en el índice.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. 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](#)





Semana 5



Unidad 5. ¿Cómo desarrollar un perfil de proyecto?

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

Le recuerdo que su planteamiento y su sustentación, corresponden al Examen Complexivo oral.

5.1. Perfil del proyecto

Como ya se había indicado anteriormente, en esta asignatura deberá presentar un perfil de un proyecto por escrito; por tanto, le invito a revisar información sobre el [perfil del proyecto](#).

5.1.1. Lineamientos

Tenga 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. Puede 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 Trabajo de Integración Curricular/Examen Complexivo: Opción Examen Complexivo y, de acuerdo con el 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 Trabajo de Integración Curricular/Examen Complexivo: Opción Examen Complexivo.
6. Asignación de tribunal, por parte del equipo de calidad, para la sustentación oral (proceso administrativo).
7. Preparación del material de apoyo para la sustentación oral del perfil del proyecto.
8. Exposición oral del perfil del proyecto ante el tribunal.

5.1.2. Estructura

Es importante destacar que un perfil de proyecto se define como la síntesis de un proyecto, en la que se detalla su propósito y pertinencia. Este documento incluye una estimación preliminar de las actividades requeridas y los costos operativos necesarios para su ejecución.

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

1. Portada.
2. Título.
3. Caracterización general.
4. Problemática.
5. Justificación.
6. Objetivos.
7. Descripción del proyecto.
8. Proyectos relacionados y/o complementarios.
9. Autogestión y sostenibilidad.
10. Conclusiones.



Una vez que conoce el esquema del perfil del proyecto, le invito a participar en una sopa de letras que le permitirá recordar los elementos que deberá integrar su propuesta.

[Estructura del perfil del 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 Trabajo de Integración Curricular/ Examen Complexivo: Opción 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 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 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 a [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 a [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 continuar desarrollando la problemática de la propuesta.

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 con la estructura de perfil del proyecto.

Y para aquellos estudiantes que tienen tema nuevo, es importante recordar que este debe responder a un problema u oportunidad en el ámbito turístico. Le invito a realizar una investigación previa del tema; los demás aspectos se resolverán en la clase síncrona.

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



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Realice un esquema sobre los componentes del perfil de proyecto.

Estrategia didáctica:

- Lea minuciosamente esta unidad, subraye lo más importante.

2. Desarrolle la problemática del perfil del proyecto.

Estrategia didáctica:

- Identifique una necesidad u oportunidad en el sector turístico.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. 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. () Para la elaboración del perfil del proyecto se puede considerar el tema planteado en la asignatura propuesta de investigación.
2. () El documento del perfil del proyecto será sometido a la herramienta "Original".
3. Uno de los aspectos del perfil del proyecto es: _____.
 - a. El título.
 - 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. La problemática se refiere a: _____.
 - a. Identificar el propósito del proyecto.
 - b. La caracterización.
 - c. Identificar las oportunidades y necesidades.
 - d. Justificar el tema.
6. Para el desarrollo de la caracterización general 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. () La asignación del tribunal es parte del proceso para rendir el examen complejo.

9. () Las rúbricas 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](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 6

Continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto, ahora nos corresponde redactar la justificación del proyecto.

El apartado de la justificación es una sección relevante en el desarrollo del perfil de un proyecto, ya que permite explicar la relevancia y el impacto que este tendrá en su contexto específico.

Tenga presente que, una justificación bien elaborada establece las razones por las cuales el proyecto es necesario y valioso, destacando su contribución a la solución de una problemática o al aprovechamiento de una oportunidad.



Recuerde que en esta semana debe seguir avanzando con la elaboración del perfil del proyecto.



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



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Analice ejemplos de justificaciones de proyectos exitosos en el ámbito del turismo.

Estrategia didáctica:

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

2. Redacte la primera versión de la justificación para su proyecto.

Estrategia didáctica:

- Argumente las razones que posibilitan el desarrollo del perfil del proyecto.

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. Es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 6, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados e impartidos en la clase síncrona.



Autoevaluación 6

Responda V o F según corresponda

1. () Una justificación bien fundamentada incrementa las posibilidades de obtener aprobación para el proyecto.
2. () Una justificación bien elaborada destaca cómo el proyecto contribuye a solucionar un problema o aprovechar una oportunidad.



3. () La justificación de un proyecto necesita estar relacionada con la problemática que busca resolver.
4. () La justificación del proyecto es una sección opcional que se incluye solo en algunos perfiles de proyectos.
5. () El impacto del proyecto en su contexto específico no es relevante para la justificación del proyecto.

Escoja la opción correcta entre las siguientes opciones.

6. ¿Cuál de los siguientes elementos pertenece a la estructura básica de una justificación?
 - a. Identificación del problema o necesidad.
 - b. Presupuesto detallado de todas las actividades.
 - c. Impacto esperado.
7. ¿Qué debe destacarse en la justificación para argumentar la importancia del proyecto?
 - a. La experiencia personal del autor en proyectos similares.
 - b. Los beneficios sociales, económicos y ambientales que genera.
 - c. Las dificultades que se esperan durante la ejecución.
8. ¿Cuál es el principal objetivo de la justificación de un proyecto?
 - a. Proveer un resumen del presupuesto del proyecto.
 - b. Detallar las actividades específicas del proyecto.
 - c. Explicar la relevancia e impacto del proyecto en su contexto.
 - d. Indicar los recursos humanos necesarios para el proyecto.
9. ¿Cuál de las siguientes afirmaciones representa mejor una justificación bien redactada?
 - a. "El proyecto tiene un presupuesto de \$5,000 y se realizará en seis meses."



- b. "El proyecto es necesario porque aborda una problemática específica que afecta a la comunidad y propone una solución efectiva."
- c. "El proyecto se enfoca en la contratación de personal especializado."
- d. "El proyecto incluye la compra de equipos tecnológicos avanzados."

10. Según el texto, una justificación del proyecto debe incluir:

- a. Las razones por las que el proyecto es necesario y valioso.
- b. La lista de materiales que se usarán en el proyecto.
- c. El cronograma detallado de actividades.
- d. Las firmas de los responsables del proyecto.

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 7

Lo estamos haciendo muy bien, sigamos con el desarrollo, ahora es preciso identificar los objetivos del perfil del proyecto, revisemos este apartado.

Objetivos

El planteamiento de los objetivos es un aspecto muy importante en el planteamiento del perfil de un proyecto, ya que estos definen con claridad los logros que se esperan alcanzar.

Por tanto, los objetivos brindan dirección al proyecto y permiten establecer un marco para medir su éxito. Un buen planteamiento de objetivos debe reunir las características de ser medibles y alcanzables.





Recuerde que en esta semana debe seguir avanzando con el desarrollo del perfil del proyecto.



De igual manera, es importante que tenga en cuenta las siguientes actividades de esta asignatura durante todo el ciclo académico.

Tabla 2

Actividades a tener en consideración

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

Nota. Armijos, A., (2022).

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



Actividades de aprendizaje recomendadas

1. Elabore los objetivos del perfil del proyecto.

Estrategias didácticas:

- Identifique el propósito principal del proyecto.
- Asegúrese de que cada objetivo sea medible y alcanzable.

2. Indague en investigaciones similares a la suya los objetivos definidos en el proyecto.

Estrategia didáctica:

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

Nota. Por favor, complete las actividades en un cuaderno o documento Word.

3. Muy bien, le invito a desarrollar la siguiente sopa de letras en donde identificará los aspectos relevantes de un contexto.

[Aspectos relevantes de un contexto](#)

4. Es momento de poner en evidencia su aprendizaje, le invito a desarrollar la autoevaluación 7, así podrá medir sus conocimientos sobre los temas estudiados e impartidos en la clase síncrona.



[Autoevaluación 7](#)

Responda V o F según corresponda

1. () Los objetivos generales son amplios y describen la finalidad principal del proyecto.
2. () Los objetivos específicos deben ser globales y abarcar todos los aspectos del proyecto.
3. () Los objetivos necesitan estar relacionados con la problemática identificada en el proyecto.
4. () El alcance de los objetivos específicos da como resultado el cumplimiento del objetivo general.
5. () Los objetivos de un proyecto no deben ser medibles ni alcanzab

Escoja la opción correcta entre las siguientes opciones.

6. ¿Cuál es el propósito principal de plantear objetivos en un proyecto?
 - a. Establecer el presupuesto necesario para el proyecto.



- b. Definir con claridad los logros esperados del proyecto.
- c. Describir las actividades realizadas en el ciclo académico.
- d. Garantizar la aprobación del proyecto por las autoridades.

7. ¿Qué característica es esencial en un buen objetivo de proyecto?

- a. Que sea general y abstracto.
- b. Que sea medible y alcanzable.
- c. Que sea extenso y detallado.
- d. Que sea subjetivo y motivacional.

8. ¿Cuál es una actividad que se realiza durante las semanas 1-8 del ciclo académico?

- a. Examen complejo escrito.
- b. Evaluación presencial.
- c. Actividades ACD; AA y APE.
- d. Examen complejo oral.

9. ¿En qué semana está programada la evaluación presencial?

- a. Semana 14.
- b. Semana 8.
- c. Semana 17.
- d. Semana 1.

10. Según el texto, ¿cuál es el propósito de establecer un marco para los objetivos?

- a. Facilitar la evaluación del éxito del proyecto.
- b. Reducir el tiempo de ejecución del proyecto.
- c. Evitar la necesidad de revisiones periódicas.
- d. Proporcionar una guía para la elaboración del cronograma.

[Ir al solucionario](#)



Resultado de aprendizaje 1:

Evalúa integralmente al futuro profesional, guardando correspondencia con los resultados de aprendizaje de la titulación, y que procure la demostración de las competencias adquiridas por el estudiante durante su formación.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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 materias que se abordaron durante las primeras semanas de estudio.

Asimismo, le invito a participar de la clase síncrona para que reciba las indicaciones sobre la descripción del proyecto.

Le deseo ¡Éxitos! En sus evaluaciones.

Resultado de aprendizaje 1:

Evalúa integralmente al futuro profesional, guardando correspondencia con los resultados de aprendizaje de la titulación, y que procure la demostración de las competencias adquiridas por el estudiante durante su formación.

El resultado de aprendizaje está orientado a fortalecer las competencias necesarias para la preparación y sustentación del examen complejo, logrando resultados efectivos tanto en la parte oral como escrita, facilitando la evidencia de las competencias desarrolladas por el estudiante durante su formación académica.



Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas

Recuerde revisar de manera paralela los contenidos con las actividades de aprendizaje recomendadas y actividades de aprendizaje evaluadas.



Semana 9

Estimados estudiantes, continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto; por tanto, es necesario avanzar con el análisis sobre los proyectos relacionados y/o complementarios afines al tema de su propuesta.

Para ello, es importante que asista a la clase síncrona y pueda recibir el asesoramiento de la manera como cumplir con este apartado.

Una vez culminado este aspecto, preséntelo a su docente tutor para su revisión y retroalimentación.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 10

Continuamos con el desarrollo del perfil del proyecto y en esta semana el enfoque estará en desarrollar el apartado de autogestión y sostenibilidad, elementos importantes para garantizar la viabilidad y perdurabilidad del proyecto en el tiempo.

Se sugiere asistir a la clase síncrona para recibir los lineamientos necesarios, despejar dudas y profundizar en estrategias que permitan incorporar estos conceptos de manera efectiva en el perfil del proyecto.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 11

Conclusiones



Una vez realizada la propuesta del proyecto, es momento de analizar y emitir las conclusiones, para ello es importante revisar la problemática, justificación y objetivos planteados.

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 fundamental recordar que las referencias bibliográficas deben ser máximo diez años atrás, con relación al presente año.

Para su citación debe ser con metodología APA, séptima edición. Debe ser ubicada en orden alfabético.

Excelente, una vez que todos los apartados anteriormente indicados, preséntelos a su docente tutor del Prácticum 4.2 Trabajo de Integración Curricular/Examen Complexivo: Opción Examen Complexivo para que revise la retroalimentación respectiva.

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

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 12

Actividades síncronas- perfil del proyecto

Presentación del perfil del proyecto

Estimado estudiante, esta semana deberá presentar el perfil de su proyecto ante los integrantes del tribunal de grado. Este proceso le brindará la oportunidad de socializar su propuesta, así como de recibir observaciones y recomendaciones pertinentes para su mejora, en caso de ser necesario.



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



Actividad de aprendizaje recomendada

Actividad 1.

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

Estrategias didácticas:

- Revise minuciosamente el perfil del proyecto
- Identifique las ideas principales.
- Realice el material de los apartados correspondientes.

Nota. Por favor, complete las actividades en un documento Word.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 13

Unidad 6. Actividades de aprendizaje, síncronas y asíncronas

6.1. Actividades síncronas-perfil del proyecto-defensa oral

Estimados estudiantes, en la presente semana realizaremos una explicación sobre la sustentación oral del perfil del proyecto, de ahí la importancia de asistir a las clases síncronas.

Con el objetivo de fortalecer su seguridad y consolidar los contenidos para el examen oral, le sugiero revisar la información sobre [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 en la semana 14, la que será evaluada sobre el 35 % 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 designado.

Para desarrollar el Examen complejo oral, y, por tanto, su defensa, es necesario tener presentes 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 con el 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 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 que los podrá visualizar en la siguiente infografía.



Errores comunes al rendir el examen oral

6.1.4. Proceso de la defensa del perfil del proyecto

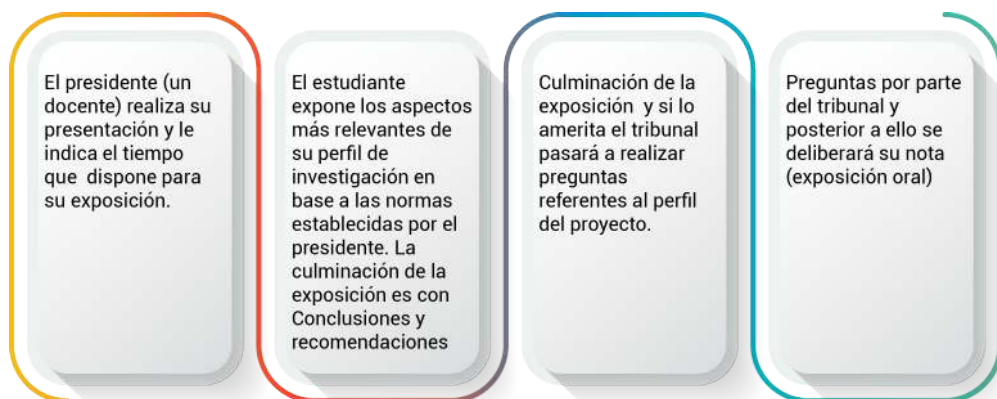
Para la defensa del proyecto, el estudiante deberá preparar con anticipación una presentación en PowerPoint u otro recurso visual, que consistirá en un máximo de 15 diapositivas. En esta presentación, se abordarán todos los aspectos de su perfil de proyecto. Además, desde el Centro de Evaluaciones de la institución se enviará una convocatoria con la fecha y hora de la sustentación, en la cual estarán presentes tanto el estudiante como los integrantes del tribunal, integrados por dos profesores de la carrera.

Para la defensa oral del EC, dispondrá de 30 minutos, en los cuales usted expresará los aspectos relevantes de su propuesta.

El proceso es el siguiente:

Figura 12

Proceso de defensa oral



Nota. Armijos, A., 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 debe ser clara y concisa, evitando que el recurso visual contenga demasiada teoría.
- Debe tener a la mano su cédula de identidad ya que el tribunal se la solicitará, siendo un documento habilitante para su exposición.
- 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 guion para su exposición, por tanto, su mirada y atención 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. Rúbrica de calificación

Es importante que tenga presente la rúbrica de calificación para la exposición del perfil del proyecto, misma que será socializada por el profesor de la asignatura.

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



Actividades de aprendizaje recomendadas

Actividad 1.

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

Estrategias didácticas:

- Lea detenidamente cada uno de los apartados de la unidad 6.
- Subraye las ideas más relevantes y extráigalas en un cuaderno.

Nota. Por favor, complete las actividades en un documento Word.

Actividad 2.

Con la certeza de que recordar estos contenidos ha sido una experiencia enriquecedora en su estudio, es momento de evidenciar su aprendizaje. Le invito a desarrollar la siguiente autoevaluación, así podrá 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, 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 algunos elementos del perfil del proyecto.
10. Es obligatorio que el estudiante prepare una presentación en PowerPoint u otro recurso visual con un máximo de 15 diapositivas para la defensa del perfil del proyecto.

[Ir al solucionario](#)

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 14

Examen complejo oral

Estimado estudiante, ha llegado el momento para sustentar su proyecto ante el tribunal de grado, un paso importante en su formación académica. Durante esta exposición, podrá presentar su propuesta, destacando su pertinencia. Es el momento para demostrar no solo el dominio del contenido, sino también la capacidad de argumentar y defender su trabajo.

Estoy segura de que, con su preparación y confianza, logrará el éxito que se merece. ¡Adelante, este es un paso hacia la culminación de su formación!

Estimado/a estudiante, le sugiero las siguientes actividades de aprendizaje, para lograr una preparación efectiva.



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.

Rendir la evaluación oral.

Estrategia didáctica:

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

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



Semana 15

Actividades asíncronas-examen complejo

Una vez que tengamos claro sobre los lineamientos para la evaluación escrita, realizaremos una revisión de los campos conceptuales de la carrera de Turismo. En esta fase, analizaremos el contenido y los ejemplos correspondientes a los contextos de algunas asignaturas, para fortalecer su comprensión y aplicación en el examen. Este proceso de comprobación es fundamental para asegurar que las respuestas a las preguntas sean coherentes.

Es necesario continuar participando en la clase síncrona para que reciba la asesoría 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, esto le ayudará a ubicarse en diferentes escenarios e identificar los diferentes niveles de ítems, facilitando de esta manera respuestas asertivas.

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



Actividad de aprendizaje recomendada

Actividad 1.

Realizar un 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 en los que se encuentran los ejemplos de contextos.
- Leer de manera comprensiva y analítica.
- De respuesta a los diferentes ítems.

Nota. por favor, complete la actividad en un documento Word.

Contenidos, recursos y actividades de aprendizaje recomendadas



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 dispóngase a rendir la evaluación escrita. Recuerde que esta actividad se realizará en la semana 17.

Estimado/a estudiante, le sugiero la siguiente actividad de aprendizaje, para lograr una preparación efectiva.



Actividad de aprendizaje recomendada

Actividad 1.

- Dispóngase a rendir el examen escrito.
- Permanecer tranquilo y relajado.
- Le deseo éxitos.





4. Autoevaluaciones

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	Este aspecto si es posible.
2	F	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 título.
4	b	Para el desarrollo del perfil del proyecto contará con un ciclo académico.
5	c	La problemática se refiere a identificar las necesidades u oportunidades del proyecto.
6	b	Para el desarrollo de la caracterización general se puede consultar en fuentes bibliográficas.
7	c	El tema debe responder a un problema o necesidad en el ámbito turístico.
8	V	Para rendir el examen complejo se requiere la designación del tribunal de grado.
9	V	Las rúbricas presentadas le guiarán en la correcta presentación de su perfil de proyecto.
10	V	No existe un formato establecido.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 6

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	Una justificación bien fundamentada incrementa las posibilidades de obtener aprobación para el proyecto.
2	V	La justificación debe resaltar de manera clara la conexión entre el problema identificado y la solución que el proyecto propone.
3	V	La justificación es un componente esencial en cualquier perfil de proyecto, ya que define su importancia y pertinencia.
4	V	La justificación de un proyecto necesita estar relacionada con la problemática.
5	V	La relevancia del proyecto en su contexto es fundamental para demostrar su valor y la necesidad de su implementación.
6	a	La identificación del problema o necesidad es parte importante para la redacción de la justificación.
7	b	Los beneficios sociales, económicos y ambientales deben destacarse en la justificación.
8	c	El objetivo de la justificación es demostrar la pertinencia del proyecto y cómo responde a necesidades concretas.
9	b	Una justificación clara debe explicar el problema y cómo el proyecto proporciona una solución adecuada y concreta.
10	a	La justificación debe exponer el valor intrínseco del proyecto, así como su importancia para el ámbito en el que se desarrollará.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 7

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	V	Los objetivos generales son amplios y describen la finalidad principal del proyecto.
2	F	Los objetivos específicos deben ser globales y abarcar todos los aspectos del proyecto.
3	V	Los objetivos deben relacionarse con la problemática del proyecto
4	V	El alcance de los objetivos específicos integra el objetivo global de un proyecto.
5	F	Los objetivos deben ser medibles y alcanzables para que se pueda evaluar el progreso y el éxito del proyecto.
6	b	Los objetivos actúan como una guía que orienta las acciones y los resultados que se esperan alcanzar.
7	b	Los objetivos deben ser concretos y factibles, permitiendo así su evaluación objetiva durante y después de la ejecución.
8	c	Estas actividades iniciales son fundamentales para establecer las bases del aprendizaje y el desarrollo del proyecto.
9	b	La evaluación presencial en esta etapa permite medir el progreso inicial y ajustar cualquier aspecto del proyecto.
10	a	Un marco bien definido para los objetivos permite medir los logros y determinar si se alcanzaron los resultados esperados.

[Ir a la autoevaluación](#)



Autoevaluación 8

Pregunta	Respuesta	Retroalimentación
1	F	La defensa oral será evaluada sobre el 35% del total de la nota del segundo bimestre.
2	F	El tribunal de grado es exclusivo para la defensa oral.
3	F	Para la defensa oral del EC, dispondrá de 30 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 la ronda de preguntas.
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	F	La defensa la realizará sobre todos los elementos del perfil del proyecto.
10	V	El uso de recursos visuales bien estructurados facilita la comprensión del contenido y mejora el impacto de la presentación.

[Ir a la autoevaluación](#)





5. Referencias bibliográficas

- Ludeña, A. (2025). Sistemas tecnológicos aplicados al turismo. Loja-Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Sánchez, R. (2025). Guía didáctica de Planificación de destinos turísticos. Loja- Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Suasnavas, G. (2021). Guía didáctica del Prácticum 4.1 Trabajo de Integración Curricular/Examen Complexivo. Opción 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. (2025). Guía didáctica de Análisis de mercados turísticos. Loja- Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja
- Viñan, C. (2025). Guía didáctica de Formulación y evaluación de proyectos. Loja- Ecuador: Editorial Universidad Técnica Particular de Loja

