



Formulación de iniciativas comunitarias y sensibilización en inglés para el turismo

Módulo de Aprendizaje
para el Emprendedor Turístico

#4



FORMULACIÓN DE INICIATIVAS COMUNITARIAS Y SENSIBILIZACIÓN EN INGLÉS PARA EL TURISMO

Ministerio de Comercio, Industria y Turismo – FONTUR.

José Manuel Restrepo Abondano - Ministro de Comercio Industria y turismo
Julián Guerrero Orozco - Viceministro de Turismo
Constanza Olaya Cantor - Directora de Calidad y Desarrollo Sostenible del Turismo
Raquel Garavito Chapaval – Presidenta de FONTUR
Helga Hernández Reyes - Vicepresidenta de Planeación y Proyectos FONTUR

British Council.

Soraya Colmenares - Directora
Laura Barragán Montaña – Directora de Educación y Sociedad
Diana Paola Basto Castro – Jefe de Educación Terciaria
Bárbara De Castro – Líder de Educación Terciaria
Daniela Manjarrés – Coordinadora Administrativa de Proyectos

Equipo Proyecto Eco Radio Meta.

Olga Lucia Riveros Gaona – Líder técnica de proyecto y redactora general
Jonny Chamorro – Gerente de proyecto
Diana Mora Castañeda – Redactora de contenidos de turismo y aviturismo
Josué Norberto Perdomo – Redactor de contenidos de emprendimiento
Claudia Rocío Rojas Tapia – Redactora del componente socioemocional
Edna Rocío Rojas – Instructora y redactora de contenidos de inglés
Constanza Rodríguez Zamora – Instructora y redactora de contenidos de inglés
Adriana Marcela Vergara Gejen – Instructora en Emprendimiento
Efraín Morales Rivera – Instructor en Emprendimiento
Nathalia Otero López – Instructora de Turismo
Wilson Ricardo Pinillos – Instructor de Turismo

Du Brands.

David Gonzalez Ariza - Diseñador gráfico

ISBN: 978 - 958 - 52671 - 2 - 1

Bogotá, D.C.

© 2020

RESUMEN

El diplomado “Formulación de Iniciativas Comunitarias y Sensibilización en inglés para el Turismo”, en este módulo IV, iniciará con emprendimiento. Pasaremos de “la idea de negocio”, trabajada en los módulos anteriores, al “**modelo de negocio**”. Además, se abordarán las condiciones normativas para la operación de la empresa y las prácticas de contratación del emprendedor: ¿cómo éstas deben garantizar equidad de género, desestructurar estereotipos marcados entre hombres y mujeres y eliminar brechas salariales?

Posteriormente, en turismo se profundizará en el diseño de actividades turísticas experienciales. Y, específicamente, sobre cómo conectar a los visitantes con el entorno, elaborando historias y definiendo elementos técnicos relacionados con seguridad, principios sostenibles y evaluación de la actividad.

Además, en este módulo, las habilidades socioemocionales aportarán elementos para tener en cuenta en la estructuración y la narración de historias alrededor de un destino y/o atractivo turístico. Se propondrán algunas estrategias para poner en práctica tanto en la etapa de construcción como en la de socialización de las historias.

Por último, el componente de inglés tiene como objetivo trabajar elementos de identificación y descripción de las principales características físicas de las aves. Lo anterior les permitirá a los beneficiarios adquirir los recursos léxicos para empezar un proceso básico de contar historias por medio de descripciones y observación de imágenes.

Conceptos clave: costos, gastos, proyección, empresa, jurídico, normativo, historias, personal calificado, comunicación asertiva, lenguaje apreciativo, lenguaje no sexista, sistemas de representación.

DESCRIPCIÓN:

Resultados de Aprendizaje:

- Estructurar la iniciativa empresarial teniendo en cuenta la proyección deseada, variables operativas y administrativas.
- Contar historias en la actividad turística teniendo en cuenta el perfil de los turistas, conexión de emociones y experiencias de viaje.
- Describir en inglés las principales características morfológicas de las aves del territorio.

Componente	Módulo
Emprendimiento	<ul style="list-style-type: none"> • Organización empresarial. • Aspectos jurídicos y normativos en turismo. • Estructura de costos y gastos. • Recursos humanos de género
Turismo	<ul style="list-style-type: none"> • Historias. • Contar historias. • Lenguaje apreciativo, inclusivo y no sexista. • Comunicación asertiva – escucha activa.
Inglés	<ul style="list-style-type: none"> • Tipos de aves y sus características. • Morfología básica de aves. • Aves de la región.

SESIÓN I. DE LA IDEA AL MODELO DE NEGOCIO

I. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL

demanda, competencia y portafolio de servicios).

En este módulo IV, pasaremos de la idea al modelo de negocio, y estructuraremos la iniciativa empresarial a partir de variables operativas y administrativas.

Inicialmente definiremos la Organización Empresarial como el grupo de personas que realizan un trabajo coordinado y concertado en pro de alcanzar unas metas trazadas, un rápido desarrollo de la idea de negocio y su consolidación.

Para (Rojo, 2015) “la organización es una función administrativa que consiste en identificar las tareas que debe realizar la empresa, en qué momento y dónde se debe hacer, cómo se deben realizar y quién las debe llevar a cabo. Para consolidar una adecuada organización se deben coordinar los recursos materiales, humanos y económicos necesarios”.

Es necesario comprender que las empresas no nacen por generación espontánea, es decir, por sí mismas; su estructuración y puesta en marcha debe ser producto de la claridad con la que sus propietarios o directivos la organicen. Si como emprendedores, vamos a pasar de la idea de negocio a la consolidación de éste, debemos conocer las tareas específicas de nuestra actividad comercial y la forma cómo cumplimos los objetivos trazados.

La consolidación y puesta en marcha de la idea de negocio debe ser el resultado de un trabajo en equipo y de un proceso de análisis y planificación. Este curso permitirá conocer la viabilidad del proyecto y la posible configuración de la empresa.

En este proceso se deben contemplar aspectos

como: i. El mercado al que vamos a enfocar la oferta de la empresa, es decir, el público al que se ofertan nuestros servicios o productos. ii. La evolución de nuestro negocio, que tiene que ver con los cambios que ha tenido la empresa con el propósito de permanecer en el mercado. iii. Identificar la competencia directa e indirecta, con el fin de realizar una comparación en cuanto a servicios y precios. iv. Generar una estrategia comercial, donde se contemplen ventas esperadas, recursos técnicos y económicos necesarios, entre otros aspectos que permitirán la viabilidad de tu proyecto.

Es posible crear empresas unipersonales o en socio con otras personas que tengan nuestros mismos sueños e intereses y que nos permitan desarrollar adecuadamente una idea de negocio. Dentro de las múltiples

6
M3
posibilidades que existen para asociarse y crear empresa, debemos analizar cuál es el tipo de organización más conveniente para el desarrollo de una idea determinada.

Por lo anterior, veamos algunas definiciones sobre lo que es una empresa.

El código de comercio colombiano en el Libro Primero, Título III "Del Registro Mercantil" Artículo 25, presenta el siguiente concepto: "Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio". (Presidencia de la República, 1971)

Así mismo, la (Real Academia de la Lengua Española, 2001), define empresa como: "Organización dedicada a actividades industriales, mercantiles o de prestación de servicios con fines lucrativos".

Por su parte Ronald Caude (como se citó en Münch y García 2009) la plantea como "...un conjunto de actividades humanas colectivas, organizadas con el fin de producir bienes o rendir beneficios". Recordemos que toda empresa se organiza para ser exitosa y obtener réditos o ganancias; nunca se crea con ánimo de pérdidas económicas.

En la siguiente tabla se presentan los tipos de organización o empresas societarias, bajo los cuales podemos concretar un emprendimiento o idea de negocio:

TIPO DE ORGANIZACIÓN	NO. SOCIOS	RESPONSABILIDAD	OTRAS CARACTERÍSTICAS
SOCIEDAD LIMITADA	Mínimo 2 Máximo 25	Limitada hasta el monto de sus aportes	No existe restricción en cuánto al porcentaje de participación que pueda tener cada socio. El capital se decide en cuotas de interés. El capital debe ser pagado al momento de la constitución. La junta de socios es el máximo órgano.
SOCIEDAD COLECTIVA	Mínimo 2	Los socios responden en forma solidaria e ilimitada por las obligaciones sociales.	Se disuelve por la muerte de alguno de sus socios. Se identifica: "Y compañía" o "e hijos".
SOCIEDAD ANÓNIMA	Mínimo 5; no existe un límite en cuanto a los máximos	Limitada hasta el monto de sus aportes	El nombre de la empresa será complementado con las palabras Sociedad Anónima o seguido de las letras S.A. El capital se dividirá en acciones de igual valor, que se representarán en títulos negociables. Ningún accionista puede tener más del 94,9% del capital social. La asamblea general de accionistas es el máximo órgano.
SOCIEDAD EN COMANDITA SIMPLE	Socios gestores, socios comanditarios	Socios Gestores o colectivos; Compromiso solidario e ilimitado. Socio comanditarios: Limitado hasta el monto de sus aportes	No hay restricción en cuanto a la participación que pueda tener cada socio. El capital formado por los aportes de los tipos de socios. La administración de la sociedad está a cargo de los socios colectivos.
EMPRESA UNIPERSONAL	Persona natural o jurídica. Constituida por una persona	Único responsable.	Constitución mediante documento privado. El capital debe pagarse totalmente en el momento de la constitución de la empresa y estará conformado por la totalidad de los bienes que el socio empresario destine para la sociedad.
SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA	Mínimo 1; no existe un límite en cuanto a los máximos	Se limita solo hasta el monto de los aportes de socios	Su duración es indefinida, se constituye por documento privado en cámara de comercio, el objeto social es indeterminado para realizar cualquier actividad lícita y existe libertad de organización.

Fuente: DANSOCIAL 2006 – ajustes autores

8 **M3** Adicionalmente, existen alternativas para establecer organizaciones empresariales catalogadas como de economía solidaria. Éstas son creadas y estructuradas a través de organizaciones asociadas, eficientes y profesionales, que trabajan por el bien de la comunidad y donde el lucro no es el fin, sino un medio para alcanzar el bienestar de los asociados.

Estas son algunas características que deben cumplir las empresas de economía solidaria de acuerdo con lo expresado en la ley 454 de 1998, "...por la cual se determina el marco conceptual que regula la economía solidaria".

- “Establecer un vínculo asociativo, fundado en los principios y fines establecidos en la mencionada ley.
- Tener incluido en sus estatutos o reglas básicas de funcionamiento la ausencia de lucro; ser una organización movida por la solidaridad y el servicio social comunitario.
- Garantizar la igualdad de derechos y obligaciones de sus miembros, sin consideraciones a sus aportes.
- Establecer en sus estatutos el monto de aportes mínimos no reductibles, debidamente pagados durante su existencia.
- Integrarse social y económicamente, sin perjuicio de sus vínculos con otras entidades sin ánimo de lucro que tengan por propósito o misión el desarrollo integral del ser humano” (Diario Oficial, 1998).

Veamos a continuación, algunos tipos de empresas de economía solidaria relacionadas con el turismo.

Tabla 2. Tipos de empresas solidarias

TIPO DE EMPRESA SOLIDARIA	DEFINICIÓN	ASOCIADOS	ACTIVIDAD	VIGILANCIA
COOPERATIVAS DE TRABAJO ASOCIADO	Empresas sin ánimo de lucro, en donde los asociados son dueños, trabajadores y administradores.	Personas naturales mayores de 14 años. Mínimo 10.	Producción de bienes y servicios, así como ejecución de obras por autogestión.	Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Ministerio del Trabajo. Supersolidaria. Y dependiendo de la actividad que desarrolle su objeto social.
EMPRESAS COMUNITARIAS	Por la cual un número plural de personas acuerdan aportar su trabajo y otros bienes, con el fin de desarrollar actividades productivas en pro del desarrollo comunitario y del sector agropecuario.	Personas naturales mayores de 16 años. Número indeterminado - plural.	Explotadora económica de predios rurales, transformación, comercio, mercado, producción agropecuaria, prestadora de servicios o productora de bienes.	Ministerio de Comercio Industria y Turismo. Ministerio del Trabajo. Ministerio de Agricultura. Supersolidaria.

PRECOOPERATIVAS	grupo de personas que se organiza para realizar actividades permitidas a las cooperativas y que, por carecer de capacidad económica, educativa, administrativa o técnica, no están en posibilidad inmediata de organizarse como cooperativa. Cuentan con el apoyo de una entidad promotora para actividades de promoción, asistencia técnica, administrativa y financiera.	Persona natural mayor de 14 años (o menor con representante legal) Personas jurídicas de derecho privado o público del sector cooperativo y sin ánimo de lucro. Mínimo 5	Todas las actividades de las cooperativas excepto ahorro y crédito.	Supersolidaria.
COOPERATIVAS	Empresa asociativa sin ánimo de lucro, en las cuales los trabajadores o los afiliados según sea el caso son simultáneamente los aportantes y los gestores de la empresa creada con el objeto de producir o distribuir conjunta y eficientemente bienes y servicios para satisfacer las necesidades de sus asociados y la comunidad.	Persona natural mayor de 14 años o menor con representante legal. Personas jurídicas de derecho privado o público del sector cooperativo y sin ánimo de lucro. Mínimo 20.	Todas las actividades económicas según el tipo de cooperativa.	Ministerio del Trabajo. Supersolidaria. Y dependiendo de la actividad que desarrolle su objeto social.

Fuente: DANSOCIAL 2006 – ajustes autores

Existen tres documentos indispensables para crear una empresa en Colombia:

- El RUT – Registro Único Tributario
- Matrícula en el Registro Mercantil.
- Matrícula en la oficina de Industria y Comercio del Municipio

10
M3 Cualquier empresa en el país debe realizar los trámites para expedir dichos documentos, con el propósito de legalizar su operación y cumplir con las normas establecidas para la oficialización de la empresa. A continuación, presentamos información útil para dicha gestión.

TRÁMITE	RUT
LUGAR DE EXPEDICIÓN	DIAN
VIGENCIA	Permanente
PLAZO	-----
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Recibir acompañamiento de la Cámara de Comercio durante el proceso de formalización con un amplio portafolio de oportunidades para seguir fortaleciendo nuestra empresa. • Tener la posibilidad de convertirnos en contratistas del Estado. • Recibir asesoría estatal en los pasos clave para ser proveedores exitosos y proveer nuestros servicios o productos a empresas más grandes. • Acceder a mejores oportunidades de financiación con entidades como Bancoldex. • Ser beneficiario o presentarse a los programas de fortalecimiento empresarial que tiene INNpulsá. • Hacer parte del programa Compre Colombiano y acceder a otros servicios que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo y Propaís tienen para los pequeños empresarios formales. • Obtener el descuento en el IVA que nuestra empresa factura.
CUANDO LO HACE	<ul style="list-style-type: none"> • En el correspondiente año gravable en que se realicemos la inscripción del registro mercantil y adquiramos la calidad de declarantes del impuesto sobre la renta y complementarios.

TRÁMITE	Matrícula en la oficina de Industria y Comercio del Municipio
LUGAR DE EXPEDICIÓN	Secretaría de Hacienda
VIGENCIA	Permanente
PLAZO	-----
BENEFICIOS	-----
CUANDO LO HACE	<ul style="list-style-type: none"> • Este trámite puede realizarse dentro de los dos (2) meses siguientes al inicio de las actividades que generan la obligación de declarar y pagar el impuesto de Industria y Comercio, avisos y tableros - ICA.

TRÁMITE	Matrícula mercantil
LUGAR DE EXPEDICIÓN	Cámara de comercio
VIGENCIA	Un año fiscal
PLAZO	La renovación se puede realizar hasta el 31 de marzo de cada año
BENEFICIOS	<ul style="list-style-type: none"> • Facilidad para contratar con otras personas. • Buena imagen y aceptación en el mercado. • Facilidad para acceder a los mercados Nacionales e Internacionales. • Es requisito para acceder a crédito. • Acceder a programas de capacitación y acompañamiento en el proceso de crecimiento y expansión de la empresa. • Obtención de beneficios tributarios y económicos. • Evitar sanciones legales
CUANDO LO HACE	<ul style="list-style-type: none"> • Al inicio de una nueva empresa o una sucursal y las acciones que la modifiquen. • Los libros contables, el registro de accionistas, las actas de asambleas, juntas de socios y juntas directivas. • Todo lo relacionado con reformas estatutarias que haga la empresa y la liquidación de la misma, nombramiento o cambios de representante legal. • Todos los demás actos que puedan afectar el registro mercantil.

En nuestro país el sector del turismo está reglamentado y los empresarios debemos cumplir algunos parámetros, adicionales a los ya vistos, que nos permitirán funcionar. A continuación los enumeramos en el siguiente cuadro.

REGISTRO NACIONAL DE TURISMO - RNT

Es un registro público, en el cual deben inscribirse todos los prestadores de servicios turísticos que efectúen sus operaciones en Colombia.

¿PARA QUÉ SE UTILIZA EL RNT?



¿CÓMO HACER LA INSCRIPCIÓN?

El prestador de servicios turísticos deberá efectuar la inscripción, actualización, suspensión o cancelación del registro a través de la plataforma electrónica habilitada por la Cámara de Comercio correspondiente a su domicilio. Desde el pasado 1 de febrero de 2019 entró en operación esta nueva plataforma tecnológica que permitirá actualizar el Registro Nacional de Turismo (RNT) expedido por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, y obtener los beneficios descritos en el Decreto 2063 de 2018.

Este Decreto simplifica el trámite de inscripción o actualización del RNT y elimina los costos asociados para el prestador de servicios turísticos. Es decir que el costo del Registro Nacional de Turismo será igual a cero.

PARA LA INSCRIPCIÓN:

Ingresar al portal, Registro Nacional de Turismo: <https://rnt.confecamaras.co/home>



¡TENGA EN CUENTA!

Las actividades y/o funciones que el prestador de servicios turísticos pretende inscribir en el Registro Nacional de Turismo deberán corresponder con la actividad comercial y/o el objeto social del Registro Mercantil, el cual, a su vez, deberá estar vigente al momento de solicitar la inscripción del RNT.

¿QUIÉNES SE DEBEN INSCRIBIR EN EL RNT?

En el Registro Nacional de Turismo deberán inscribirse los siguientes prestadores de servicios turísticos:

1. Los hoteles, centros vacacionales, campamentos, viviendas turísticas y otros tipos de hospedaje no permanente, a excepción de los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento por horas.
2. Las agencias de viajes y turismo, agencias mayoristas y las agencias operadoras.
3. Las oficinas de representaciones turísticas.
4. Los guías de turismo.
5. Los operadores profesionales de congresos, ferias y convenciones,
6. Los arrendadores de vehículos para turismo nacional e internacional.
7. Los usuarios industriales de servicios turísticos de las zonas francas.
8. Las empresas promotoras y comercializadoras de proyectos de tiempo compartido y multipropiedad.
9. Las compañías de intercambio vacacional.
10. Los establecimientos de gastronomía y bares, cuyos ingresos operacionales netos anuales sean superiores a los 500 salarios mínimos legales mensuales vigentes y que además se encuentren en los lugares que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine como sitio de interés turístico.
11. Las empresas captadoras de ahorro para viajes y de servicios turísticos pre pagados.
12. Los concesionarios de servicios turísticos en parques.
13. Las empresas de transporte terrestre automotor especial, las empresas operadoras de chivas y de otros vehículos automotores que presten servicio de transporte turístico.
14. Los parques temáticos.
15. Los demás actores que el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo determine.

Ahora que conocemos que el turismo es una fuente de empleo importante para nuestros territorios y que identificamos algunas condiciones normativas para la operación de nuestras empresas, es importante tener en cuenta que las prácticas de contratación generen equidad entre hombres y mujeres.

Hay investigaciones que sostienen que, en el sector turístico las mujeres acceden más a trabajos asociados al cuidado, y los hombres a trabajos relacionados con el liderazgo. De la misma manera, se han encontrado brechas salariales entre hombres y mujeres realizando las mismas actividades u ocupando los mismos cargos.

Según la OMT y la ONU Mujeres (2011) en el sector turístico las mujeres a menudo se concentran en empleos de bajo estatus, mal pagados y precarios. En este sentido, es

importante que en nuestras prácticas de contratación tengamos en cuenta que mujeres y hombres pueden realizar las mismas actividades en el sector de turismo. Y así mismo, debemos generar igualdad en las condiciones salariales; de esta manera, legitimamos los derechos de todas las personas que aportarán a la construcción y/o fortalecimiento de nuestra empresa.



ACTIVIDAD I. ESTRUCTURO MI ORGANIZACIÓN

INTRODUCCIÓN: De acuerdo con los conceptos abordados en el presente módulo y las definiciones de misión, visión y objetivos que encontrarás a continuación, te proponemos delinear la empresa que quieres crear, identificar el tipo de organización, así como la identidad que quieres darle. Para ello, debes diligenciar completamente el cuadro del Anexo 1.

OBJETIVO: diseñar la estructura, que, en tu concepto, se adecúa más a tu sueño e idea de empresa, con el propósito de comprender cómo deben ser la organización e identidad que permitan generar un proyecto exitoso.

CONCEPTOS:

MISIÓN: es una herramienta de orientación estratégica que define la empresa. La misión debe considerar la función empresarial, las fuerzas impulsoras y las ventajas competitivas de la organización. Para formular la misión podemos dar respuesta a las siguientes preguntas:

- ¿Qué funciones desempeña mi empresa?
- ¿Cómo las desempeña?
- ¿Qué hace mi empresa que es único y no lo hace nadie más en su campo de acción?
- ¿Cómo trabaja mi empresa?
- ¿Cuáles son sus diferenciales en cuanto a la forma de llegar a sus objetivos?
- ¿Para quién trabaja mi empresa?, ¿quiénes son mis clientes?
- ¿Por qué hace lo que hace?

Veamos el siguiente ejemplo de misión para que puedas construir una para tu empresa.

“Contribuir al progreso social, cultural y económico de la región donde tenga influencia; así como favorecer el fortalecimiento de la educación, el deporte, la recreación y esparcimiento de las personas que utilizan nuestros servicios, por medio de la realización de actividades de sensibilización ambiental y programas educativos orientados a un desarrollo sostenible”.

(Duque 2008)

VISIÓN:

es un parámetro que orienta la definición de objetivos de la empresa; muestra la proyección empresarial en escenarios futuros y la concepción de lo que se busca y espera de ella. Es la imagen del estado deseado que logra motivar a los miembros de la organización para convertirlo en realidad.

Ejemplo:

“Para el año 2025 ser el ente líder en la operación de actividades de guianza turística, educación y sensibilización ambiental y todas las actividades relacionadas con el turismo sostenible en la región del río Ariari”.

(Duque, 2008)

OBJETIVOS:

son acciones por emprender y que deben concretar todo lo que el empresario plasmó en la misión. Se deben definir un objetivo general y unos objetivos específicos. El objetivo general es el marco universal para el desarrollo de la empresa y los objetivos específicos son pautas más pequeñas que la empresa puede ir cumpliendo para lograr el objetivo general.

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD:

buscar la comprensión de los participantes sobre el proceso de la organización de una empresa, sus conceptos y los pasos a seguir para crearla exitosamente.



MATERIALES:

- Fotocopias
- Marcadores
- Cartulinas o papel kraft

PASO A PASO:

1. Lee los conceptos expresados en el módulo e introducción de la actividad.
2. Compara los conceptos y ejemplos con la tabla del anexo 1.
3. Diligencia el formato anexo 1 y plásmalo en la cartulina o papel kraft.

Cierre: Realiza una presentación sobre cómo será la organización de tu empresa. Para ello puedes organizar una exposición, dramatización, feria empresarial, u otra actividad.

ANEXO I

NOMBRE DE LA EMPRESA

TIPO DE ORGANIZACIÓN

MISIÓN

VISIÓN

OBJETIVO GENERAL

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

CLASIFIQUE SU EMPRESA EN EL RNT

¿DEBE REGISTRAR SU EMPRESA EN EL RNT?

NO SI ¿Por qué? _____

¿DEBE OBTENER RUT?

NO SI ¿Por qué? _____

CLASIFIQUE EL CIU DE SU EMPRESA. PARE ELLO UTILICE EL SIGUIENTE ENLACE:
ccv.org.co/site/fileadmin/user_upload/codigosciiu.pdf

ESTRUCTURA DE COSTOS Y GASTOS

Como primer abordaje podemos decir que los costos en sentido general son lo que se entrega con el fin de conseguir algo o lo que es necesario pagar para poder obtenerlo. Si lo miramos desde la contabilidad nos indica que es el desembolso económico que implica la oferta de un servicio o la elaboración de un producto.

Por tanto, un costo es el valor de la materia prima necesaria para obtener un bien o un servicio final; constituye una erogación o desembolso para la empresa y se genera en el proceso de transformar las materias primas en bienes o servicios aptos para colocarlos en el mercado.

Así mismo, un gasto es el valor de los desembolsos en que incurre la empresa para transformar la materia prima en bienes y/o servicios.

GASTO FINANCIERO

Para (Duque 2008) el gasto financiero "es originado por la utilización de recursos de crédito o fondos de financiación, por lo cual representan erogaciones o desembolsos para cubrir intereses, comisiones derivados de un crédito o contrato respectivo y debe ser cubierto durante un cierto periodo de tiempo".

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son originados por el control de las operaciones administrativas que no están directamente vinculados a una función elemental como la fabricación, la producción o las ventas, sino que son destinados a la contratación, los salarios de personal administrativo, alquileres, arriendos, seguros, impuestos y depreciación de activos, entre otros, que garantizan el funcionamiento o manejo administrativo de la empresa.

Los costos se dividen en costos fijos y costos variables. Es importante hacer esta diferenciación con el fin de establecer y reconocer su utilidad.

COSTOS FIJOS

Son aquellos que permanecen constantes independientemente de las fluctuaciones en los volúmenes de producción y ventas. Estos costos no dependen de la prestación del servicio o el número de visitas recibidas en el atractivo u hotel. Ejemplo: no porque se vendan 10 habitaciones en vez de 15, disminuye el salario del administrador o el valor del arriendo. Esto quiere decir, que son costos fijos.

COSTOS VARIABLES

Son aquellos que fluctúan en proporción al volumen total de la producción, de la venta de artículos o de la prestación de un servicio. Ejemplo: El costo de alimentos y bebidas varía de acuerdo con el número de turistas que consumen, es decir, a mayor número de turistas consumiendo alimentos y bebidas, menor será el costo o viceversa.



ACTIVIDAD 2. VALORO MIS SERVICIOS

INTRODUCCIÓN: Teniendo en cuenta lo tratado en este módulo, realizaremos un ejercicio con el fin de acercarnos a actividades administrativas y operativas de tu empresa y reconocer la importancia de los costos, para consolidar la idea de negocio.

OBJETIVO DE LA ACTIVIDAD: Realizar el cálculo de costos de los emprendimientos de los beneficiarios, para diferenciar desde la práctica, los precios de los servicios y productos y generar utilidad.



MATERIALES:

- Fotocopias
- Esferos
- Marcadores
- Hojas tamaño carta, cartulina o papel kraft

DESARROLLO: Realiza el siguiente ejercicio:

PRECIO DE LA ACTIVIDAD POR PAX (Valoro mis servicios)

COSTOS FIJOS:

ACTIVIDAD:

1. _____
2. _____
3. _____

COSTO:

1. \$ _____
2. \$ _____
3. \$ _____

COSTOS VARIABLES:

ACTIVIDAD:

1. _____
2. _____
3. _____

COSTO:

1. \$ _____
2. \$ _____
3. \$ _____

TENGA EN CUENTA:

- Alimentación en la actividad \$ _____
- Bebidas \$ _____
- 10% de servicio \$ _____
- Impuesto \$ _____
- Actividad Turística \$ _____
- TOTAL COSTO POR PERSONA \$ _____
(Costo fijo + Costo variable)
- % de utilidad esperado \$ _____

• **PRECIO DE VENTA AL PÚBLICO PPV** \$ _____

Ahora desarrolla el siguiente paso a paso:

1. Toma la actividad turística creada en este módulo
2. Calcula los diferentes costos según el cuadro y la actividad turística que vienes trabajando desde el módulo anterior. Los valores podrán ser reales o ficticios
3. No olvides calcular la utilidad
4. Por último, establece el precio de venta al público

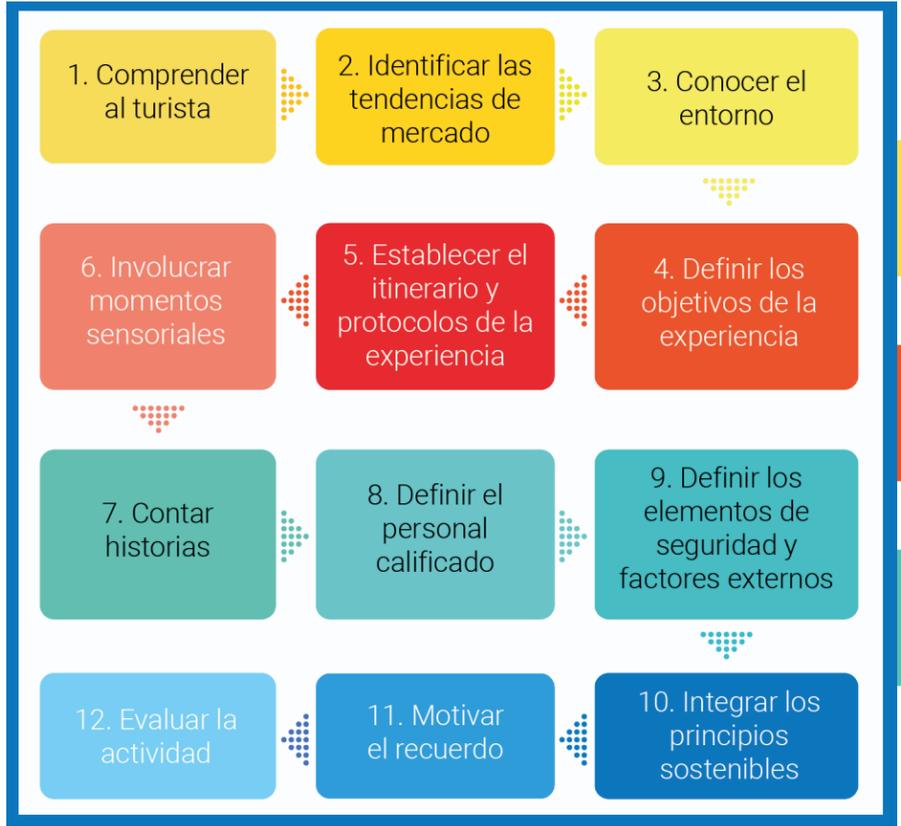
Cierre: Cada uno de los grupos organiza, con el docente, una feria empresarial para exponer su actividad turística y los cálculos de los costos y margen de utilidad realizados. Los presenta ante el resto de los participantes y recibe la retroalimentación pertinente.

SESIÓN 2. DISEÑANDO ACTIVIDADES TURÍSTICAS



En el módulo III iniciamos el diseño de la actividad turística experiencial y se abordaron los pasos del 1 al 6. A continuación, trabajaremos el diseño teniendo en cuenta los pasos del 7 al 12.

Pasos para el diseño de actividades turísticas experienciales:



Fuente: Elaboración propia. Tomando elementos de la Caja de Herramientas Experienciales del Turismo de Naturaleza (Arango, Castaño, & Cardona, 2016) y del Manual de Diseño de Experiencias Turísticas (SENARTUR, 2015)

Imaginemos que nos encontramos con el grupo de turistas para quienes diseñamos la actividad y que ellos se muestran interesados por la experiencia, seguramente algunos con deseos de aprender, otros de contemplar, entretenerse o involucrarse. Por otro lado, se encuentran ustedes con expectativas de compartir sus conocimientos sobre la región, los entornos naturales y la cultura.

Por lo tanto, en el desarrollo de actividades turísticas es necesario incluir momentos donde se puedan compartir historias, relatos, anécdotas, leyendas o conocimientos de la naturaleza o cultura para enriquecer la experiencia.

Contar historias como hemos llamado en este paso, se refiere a la propuesta de diseñar momentos para compartir con los turistas el conocimiento o experiencia de la región; para esto, es importante tener en cuenta el uso de técnicas de comunicación e interpretación que les permitan conectarse, emocionarse y crear vínculos.

“La interpretación es un proceso de comunicación que produce conexiones emocionales y cognitivas entre los intereses del público y los

significados inherentes al recurso” (NAI National Association for Interpretation, 2001). El uso de técnicas de interpretación contribuye a la comprensión y participación de los turistas en las actividades, y nos permite generar momentos memorables.

“Los intérpretes usan mensajes interpretativos para provocar y profundizar el aprecio y fortalecer actitudes positivas de una audiencia por un lugar, recurso, atractivo, objeto o idea” (Kolh, 2018).

Para contar historias en una actividad turística se tienen en cuenta los siguientes aspectos, que se relacionan directamente con el itinerario diseñado en el paso 5:

Recordar a la(s) persona(s) destinataria de la actividad: debemos conocer a quiénes les vamos a contar la historia. No es lo mismo contar una historia para un niño que para un adulto, por lo tanto, repasemos el perfil que se definió en el paso 1 (módulo III).

Definir ¿Qué pretendes conseguir con tu historia?: por ejemplo, conectar al visitante con la naturaleza o la cultura, o sensibilizar sobre la conservación, entre otros.

Definir el tema de la historia: es importante tener en cuenta que se debe relacionar al turista con el entorno natural y cultural; con los objetivos de la experiencia, itinerario y/o momentos sensoriales que se han establecido. Esto, con el fin de que exista una relación y se cree una conexión con el visitante.

Decidir donde contar la historia: en el diseño de la actividad, debemos contemplar los momentos y lugares ideales para contar la historia, con el objetivo de enriquecer la experiencia. Este paso puede modificar o adicionar el itinerario diseñado en el paso 5 (módulo III).

Preparar el tema de la historia: organicemos nuestros conocimientos sobre el entorno, pero además indagemos e investiguemos sobre aspectos relevantes que ayuden a enriquecer la historia. Por ejemplo, sobre aves, toninas, el río, la vegetación, la cultura, entre otros.

Redactar la historia: facilita la organización de mensajes o relatos. Podemos incluir anécdotas, leyendas o cuentos para el desarrollo de la actividad.

En el ejercicio de redacción ten en cuenta:

• **Inicio de la historia:**

Despertar el entusiasmo: de acuerdo con (Estevéz, 2005) es el primer contacto que marca la experiencia y consiste en generar expectativas sobre lo que hará el turista para que se sienta motivado en participar.

Enfocar la atención: consiste en destacar elementos de observación y descubrimiento de modo que el grupo esté involucrado en la actividad (Estevéz, 2005). Se puede tener en cuenta al inicio y durante el desarrollo de la experiencia ya que permite capturar la atención de los visitantes.

• **Desarrollo de la historia:** se relatan los sucesos o acontecimientos de la historia; por ejemplo, se puede profundizar en una especie o personaje histórico o actual. Es el momento de usar técnicas para fomentar la participación de los visitantes.

(Kolh, 2018) plantea que algunas técnicas que se pueden utilizar en la interpretación son:

- Juegos
- Anécdotas e historias personales
- Acertijos, rompecabezas
- Arte de naturaleza (dibujar a partir de objetos naturales del bosque)
- Experimentos
- Competencia
- Cinco sentidos (paso 6, módulo III)
- Dramatizaciones
- Imágenes guiadas (cuando los visitantes cierran los ojos y se cuenta una narrativa o descripción)
- Demostraciones
- Objetos ilustrativos
- Representaciones (danza, canciones, instrumentos musicales)

Los objetos ilustrativos: cajas, papel de color, poster con siluetas de aves u otros animales, imanes, revistas, manualidades, libros, fotografías, grabaciones de sonidos, mapas, canciones, títeres, ropa, muestras de alimentos, entre otros.

Cierre de la historia: las historias o relatos que se estén contando en el desarrollo de las actividades turísticas, también necesitan un desenlace; es decir que debemos concluir la narración para generar impacto, satisfacción o sorpresa.

Una estrategia de marketing experiencial utilizada en turismo es el **storytelling**:

(Núñez, 2014) define al storytelling como “el arte de contar una historia usando lenguaje sensorial presentado de tal forma que trasmite a los oyentes la capacidad de interiorizar, comprender y crear significado personal de ello”. Este arte mantiene la curiosidad y el interés de los visitantes y se pueden utilizar tanto lenguajes textuales como gráficos, visuales, auditivos, táctiles u olfativos.

¿Qué elementos debemos tener en cuenta en el storytelling?

También, este autor nos presenta:

- Efecto WOW: causar impacto y sorpresa en tu público.
- Efecto personal: conectar directamente con su corazón y buscar el lado emocional.
- Efecto relevancia: brindar algo que de verdad sea relevante; no lo típico.
- Efecto experiencia: dejar de vender mensajes y vender experiencias.
- Efecto memoria: que nadie se olvide de la historia que has contado.

Contar una historia permite generar en los turistas una conexión emocional con el atractivo turístico, motivarlos a crear sus propias experiencias y a conocer aspectos desconocidos del mismo o del destino. Debemos tener en cuenta que a la mayoría de las personas les gusta escuchar y ver una buena historia y que ésta hace parte de la creación de una experiencia.

ELEMENTOS PARA CONTAR HISTORIAS

Por ello, antes de iniciar una narrativa, debemos preguntarnos: ¿qué quiero que mi público recuerde, aprenda, sienta y se lleve? Teniendo en cuenta las respuestas que definamos, confiemos en nuestra creatividad y empecemos a construir historias considerando los siguientes elementos:

Escucha activa: es importante escuchar; no sólo lo que el turista está expresando directamente, sino también indagar por las emociones y sentimientos, que lo conectan con el destino turístico. Recordemos que la escucha implica mantener un interés genuino y atención plena en aquello que el hablante está diciendo y en cómo lo está haciendo; de esta manera podremos vincular a nuestra historia emociones, expresiones, palabras o ideas que la persona haya expresado.

Comunicación asertiva: implica que en la historia podamos comunicar mensajes e ideas con nuestras palabras y gestos transmitiendo claridad y contundencia, y propiciando un ambiente sano y positivo. Por eso, para lograr una comunicación asertiva, es necesario estar siempre atentos y conscientes a nuestra emocionalidad.

Lenguaje verbal: En el momento de construir una narrativa es necesario estar atentos a la proyección de la voz; para ello cuidemos:

- Tono y volumen: la graduación del volumen de la voz, depende del tamaño del público que esté escuchando. Lo que es importante es que no sea ni muy alto (al punto de gritar) ni muy bajo (que no se escuche) y que garanticemos que todos los turistas puedan oírnos.
- Velocidad: debemos encontrar una velocidad adecuada para las palabras. Cuando hablamos demasiado rápido parte del auditorio puede perder información; cuando hablamos muy lento parte del público puede perder interés.
- Ritmo y cadencia: articulado al tono y a la velocidad, es necesario hacer acentos y pausas en algunas palabras, para generar armonía en el discurso.

Lenguaje corporal: al cuerpo siempre comunica, por ello es importante este sea coherente con nuestra comunicación verbal. En este sentido, debemos tener en cuenta:

- Mirada: es importante que al contar la historia establezcamos contacto visual con la mayoría de turistas que estén escuchando.
- Gestos: muchas veces las posturas y los gestos del cuerpo transmiten más que las palabras. Al contar una historia busquemos una postura recta, con los brazos y las manos abiertas, y procurando sonreír esporádicamente. De esta manera generamos interés, confianza y empatía con los turistas.
- Respiración: el ritmo de la respiración transmite emociones a quienes te estén escuchando. Una respiración rápida produce intranquilidad; una respiración consciente y baja, genera confianza y tranquilidad.

Lenguaje apreciativo: la forma en que hablamos tiene una gran influencia en quienes nos escuchan y en nosotros mismos. El lenguaje apreciativo nos invita a centrar nuestra mirada y nuestras palabras en la potencia del destino turístico, de las distintas situaciones y en las capacidades de las personas.

Lenguaje no sexista: busca desafiar estereotipos y comportamientos culturales de género que propician inequidad o discriminaciones a razón del sexo. Por ello debemos omitir expresiones o burlas que tengan que ver con el cuerpo, la orientación sexual o prejuicios culturales relacionados con ser hombre o ser mujer, en el momento de crear y contar una historia.

Lenguaje apreciativo: los seres humanos recibimos la información del exterior a través de los sentidos y la codificamos a través de tres sistemas de representación (visual, auditivo y kinestésico). Algunas personas dependiendo del contexto, de su prioridad o de la situación emplean un canal más que otro; es así como existen personas más visuales, otras más auditivas y otras más kinestésicas.

Es importante que incorporemos en la historia herramientas que despierten los diferentes sistemas de representación, pues seguramente nuestro público será heterogéneo.

- Visual: son personas que interpretan el mundo a través de imágenes y son muy observadoras. Es importante que la historia vincule imágenes, y que en la narrativa invitemos a la audiencia a observar utilizando palabras como, miren, contemplen y observen.
- Auditivo: son personas que comprenden la información a través de sonidos y que escuchan atentamente. Para este tipo de público es necesario que la historia incorpore distintos sonidos y que empleemos frases como, te quiero decir, te voy a contar, escucha lo siguiente, etc.
- Kinestésico: son personas que interpretan la realidad a través de emociones, sensaciones y sentimientos; generalmente son personas intuitivas y muy corporales. Para estas personas podemos generar experiencias donde deban tocar y usar expresiones como, siente, da la sensación, esto es frío, entre otras.

8 DEFINIR EL PERSONAL CALIFICADO

Hay que tener en cuenta, que debemos conocer y seleccionar las personas que se requieren para realizar la actividad turística que se está diseñando. Estas personas deberán contar con el perfil técnico y experiencia para prestar el servicio turístico, ya que de estos dependerá la calidad y seguridad de los turistas.

Para ilustrar, presentamos ejemplos de acuerdo con el tipo de actividad turística:

ACTIVIDAD TURÍSTICA	PERSONAL CALIFICADO PARA LA ACTIVIDAD	HABILIDADES	CONOCIMIENTOS
RECORRIDOS DE CABALGATA	Guía de turismo especializado en cabalgata	<ul style="list-style-type: none"> Planificar, organizar, gestionar y controlar la actividad de cabalgata Verificar las condiciones físicas y técnicas Asegurar que la cabalgadura de los usuarios este completa Contar con experiencia acreditada mínima de ciento noventa y dos (192) horas Conducir los grupos teniendo en cuenta protocolos de seguridad 	<ul style="list-style-type: none"> Técnicas de manejo de grupos y logística Servicio al cliente Patrimonio natural y cultural Normas de seguridad Fisiología y comportamiento de équidos
ACTIVIDAD DE CANYONING	Guía de turismo especializado en la actividad de canyoning	<ul style="list-style-type: none"> Planificar, preparar, gestionar y controlar la actividad de canyoning Realizar el descenso por el cañón para un máximo de 10 usuarios Verificar las condiciones meteorológicas, atmosféricas y ambientales Instruir al usuario sobre técnicas y equipos 	<ul style="list-style-type: none"> Natación en aguas blancas, saltos y deslizamientos por toboganes Avance y cruce de ríos de aguas blancas
RECORRIDOS GUIADOS EN MUSEOS	Guía de turismo especializado en museos	<ul style="list-style-type: none"> Brindar información sobre las colecciones y exposiciones del museo Conocer y aplicar el guion museográfico del museo Utilizar medios didácticos y los elementos del patrimonio 	<ul style="list-style-type: none"> Conceptos generales de Arte, Historia, Ciencia, Tecnología, Etnografía y Antropología. Interpretación de guiones museográficos. Servicio al cliente Interpretación del patrimonio cultural colombiano.
TALLERES ARTESANALES	Artesanos	<ul style="list-style-type: none"> Ser creativo y organizado Describir la actividad que está realizando Promover actividades de aprendizaje e interacción 	<ul style="list-style-type: none"> Elaboración de artesanías Materiales utilizados Valores culturales Creencias tradicionales
OBSERVACIÓN	Guías de turismo de observación de aves	<ul style="list-style-type: none"> Identificar aves residentes y migratorias Manejo de grupos Registrar información de las aves Involucrar la comunidad local Aplicar buenas prácticas 	<ul style="list-style-type: none"> Materiales utilizados. Valores culturales Creencias tradicionales
AVISTAMIENTO DE TONINAS	Guías de turismo de avistamiento de toninas	<ul style="list-style-type: none"> Identificar a las toninas Brindar información Aplicar protocolos de seguridad Aplicar buenas prácticas Verificar las condiciones técnicas 	<ul style="list-style-type: none"> Especies Toninas, comportamiento, características Salvamento acuático Distribución y hábitat Buenas prácticas de avistamiento

Fuente: Elaboración propia. Información tomada de Normas Técnicas Sectoriales, Guías para su implementación y Guía de Observación Responsable de Toninas.

9 DEFINIR ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y FACTORES EXTERNOS

Este paso se relaciona con los medios que se requieren para proveer la seguridad al turista; por ejemplo, los equipos, materiales, información y protocolos. Mientras que los factores externos hacen referencia a riesgos relacionado con el clima, transporte o al entorno.

verificar que la actividad turística que estamos diseñando cuente con los elementos y condiciones de seguridad para la protección de los turistas, lo que ayudará a evitar que sufran

accidentes o, en caso de presentarse, atenderlos de manera adecuada.

A continuación, se presentarán algunos ejemplos de equipos y herramientas que se requieren dependiendo del tipo de actividad turística. Sin embargo, para el diseño de cada una de las actividades se debe ampliar la preparación de acuerdo con los requerimientos técnicos y normativos que apliquen para cada una:

ACTIVIDAD TURÍSTICA

EQUIPOS

DOCUMENTOS REFERENTES

RECORRIDOS DE CABALGATA

- Vestimenta
- Casco de equitación
- Chaleco
- Botiquín
- Equipo de comunicación
- Kit inmovilización

- Bitácora del recorrido
- Manual de operaciones
- Ficha técnica del équido
- Manejo de riesgos en cabalgata

ACTIVIDAD DE CANYONING

- Traje de neopreno
- Calzado
- Casco
- Guantes
- Mosquetón
- Arnés

- Bitácora del recorrido
- Plan de capacitación
- Manual de políticas de la empresa
- Manual de operaciones
- Evaluación de proveedores
- Registro de condiciones meteorológicas.

TALLERES ARTESANALES

- Objetos artesanales de tipo:
- Artesanía indígena
- Artesanía tradicional popular
- Artesanía contemporánea.
- Botiquín de primeros auxilios

- Manual de políticas de la empresa
- Manual de operaciones
- Protocolos de servicios

OBSERVACIÓN DE AVES

- Vestimenta
- Guías de campo
- Binoculares
- Cámaras fotográficas

- Protocolos de servicios
- Buenas prácticas de avistamiento
- Bitácora de campo

AVISTAMIENTO DE TONINAS

- Vestimenta
- Guías de campo
- Binoculares
- Cámaras fotográficas

- Licencias y permisos, revisiones técnicas y mecánicas de las embarcaciones
- Protocolos de servicios
- Buenas prácticas de avistamiento
- Bitácora de campo

Fuente: Elaboración propia. Información tomada de Normas Técnicas Sectoriales, Guías para su implementación y Guía de Observación Responsable de Toninas.

10 INTEGRAR PRINCIPIOS SOSTENIBLES

Las actividades turísticas diseñadas deberán contemplar los principios y buenas prácticas de sostenibilidad en relación con temas ambientales, socioculturales y económicos. Esto se ampliará en el módulo V.

11 MOTIVAR EL RECUERDO

En este paso es momento de pensar en incluir objetos que hagan recordar al visitante; incluso integrando a la comunidad. Por ejemplo, involucrar al turista para que adquiera una artesanía que haga que recuerde la visita a la región.

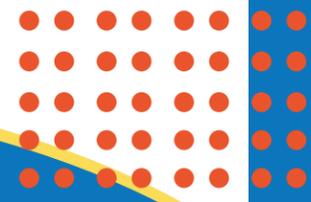
12 EVALUAR LA ACTIVIDAD

El diseño de las actividades turísticas experienciales constantemente debe ser evaluado y mejorado, con el fin de lograr y superar las expectativas de los visitantes, pero además se deben tener en cuenta aspectos normativos, operativos y técnicos tanto en la concepción como en el desarrollo. La evaluación de la actividad consiste en:

- Validar los componentes en el diseño de la actividad turística.
- Construir los instrumentos de evaluación de los visitantes.



ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE



“DISEÑANDO ACTIVIDADES TURÍSTICAS EXPERIENCIALES PARTE II”.

Introducción: se realizará la segunda parte del taller con el fin de elaborar los componentes (contar historias, perfil calificado, equipos, principios sostenibles, recuerdos y evaluación) requeridos para desarrollar la actividad turística experiencial que estás diseñando para tu empresa o idea de negocio.

Objetivo: diseñar actividades turísticas experienciales relacionada con la idea de negocio, emprendimiento o innovación de la empresa.

Materiales: plumones, marcadores, esferos, colores, cartulinas, objetos y alimentos para el ejercicio de sensaciones, cartilla.

Desarrollo:

- Escribe la actividad turística que estas diseñando:

- Ahora apliquemos los pasos vistos anteriormente:

7 CONTAR HISTORIAS

Redacta la historia que involucrarás en la actividad; ten en cuenta las características vistas. Lee nuevamente los elementos presentados en este capítulo:

Para organizar tus ideas:

Define ¿qué pretendes conseguir con tu historia?

Define el tema de la historia

Decide dónde contarás tu historia

Prepara el tema de tu historia: ¿Qué debes investigar?

Para redactar la historia:

Inicio:

Desarrollo:

Cierre:

8 DEFINIR EL PERSONAL CALIFICADO

ACTIVIDAD TURÍSTICA	PERSONAL CALIFICADO PARA LA ACTIVIDAD	HABILIDADES	CONOCIMIENTOS

9 DEFINIR LOS ELEMENTOS DE SEGURIDAD Y FACTORES EXTERNOS

Ahora define los equipos que requieres para tu actividad turística:

ACTIVIDAD TURÍSTICA	EQUIPOS	DOCUMENTOS REFERENTES

10 INTEGRAR LOS PRINCIPIOS SOSTENIBLES

Este paso se fortalecerá en el siguiente modulo V. Sin embargo, ten en cuenta qué acciones o prácticas involucrarías en la actividad que estás diseñando:

ÁMBITOS	ACCIONES O PRÁCTICAS
Ambiental	
Sociocultural	
Económico	

II MOTIVAR EL RECUERDO

Describe qué artesanía tendrías en cuenta para incluir en la actividad turística.

12 EVALUAR LA ACTIVIDAD

Con el fin de validar los componentes del diseño de la actividad turística, aplica la siguiente lista de chequeo:

ÍTEM	SI	NO
¿Comprendo las necesidades de los visitantes a quienes se dirige la actividad turística experiencial?.		
¿La actividad turística que diseñé tiene en cuenta las tendencias del mercado?		
¿Conozco los aspectos diferenciadores del entorno donde voy a realizar la actividad?		
¿He definido los objetivos de la experiencia?		
¿Tengo clara la estructura de la actividad?		
¿Las actividades y duración de las actividades son acordes con el itinerario y tipo de experiencia?		
¿Tengo en cuenta aspectos para el servicio al cliente?		
¿Involucro momentos sensoriales en las actividades?		
¿Involucro historias en el desarrollo de la actividad?		
¿Defino el perfil de las personas idóneas para realizar la actividad?		
¿Dispongo de los espacios adecuados para desarrollar la experiencia?		
¿Dispongo de los equipos, instrumentos o materiales necesarios para llevar a cabo la experiencia?		
¿Tengo en cuenta los principios sostenibles?		
¿Tengo en cuenta artesanías para motivar el recuerdo?		
¿Los tiempos definidos de la experiencia son acordes para la ejecución?		

También elabora una propuesta para que los visitantes puedan evaluar la experiencia:

Algunas preguntas que puedes utilizar:
 ¿Qué fue lo que más le gusto de la actividad?
 ¿Cómo se sintió en el desarrollo de la actividad?
 ¿Qué recuerda de la actividad?
 ¿Qué mejoraría de la actividad?



MODULE 4

ANIMAL GROUPS The most common ones

AMPHIBIANS

- live on land & in water.
- webbed feet.
- breathe with lungs & gills.
- cold-blooded.
- moist smooth skin, (no hair or fur)
- 4 legs (sometimes none)
- lay many eggs.

AMPHIBIANS

FISH

FISH

- breathe underwater using gills, not lungs.
- live in water
- have scales and fins. (no hair or fur)
- cold-blooded.
- lay MANY eggs.

REPTILES

- have scales, not fur.
- have dry skin.
- usually lay eggs, sometimes live young
- ear holes instead of ears.
- 4 legs or no legs
- cold-blooded.

REPTILES

MAMMALS

MAMMALS

- give birth to live young?
- have hair or fur
- mammal mothers nurse their young with milk.
- warm-blooded

Illustrations taken from http://www.sheppardsoftware.com/content/animals/kidscorner/classification/kc_class_again.htm

AND... BIRDS

Birds are vertebrates that have wings and feathers. Most of them can fly, using powerful muscles to flap their wings. However, a few bird species do not have strong enough wings to fly. Bird's bodies are covered with a light, tough layer of feathers and they have very light



PARTS OF THE BODY



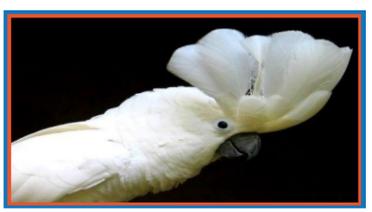
WATCH THIS INTERESTING VIDEO ABOUT BIRDS: https://www.youtube.com/watch?v=8vL_2rF8JHU TAKE NOTES OF SOME IMPORTANT FEATURES OF BIRDS. ENJOY!

(Observa este video interesante acerca de las aves y toma nota de algunas de sus características ¡disfrute!)

MATCH THE PARTS OF THE BODY WITH THE CORRECT WORDS (Une con una línea las partes del cuerpo con su respectiva palabra)



- CLAWS
- EGGS
- EYE
- CREST
- FEATHERS
- BEAK



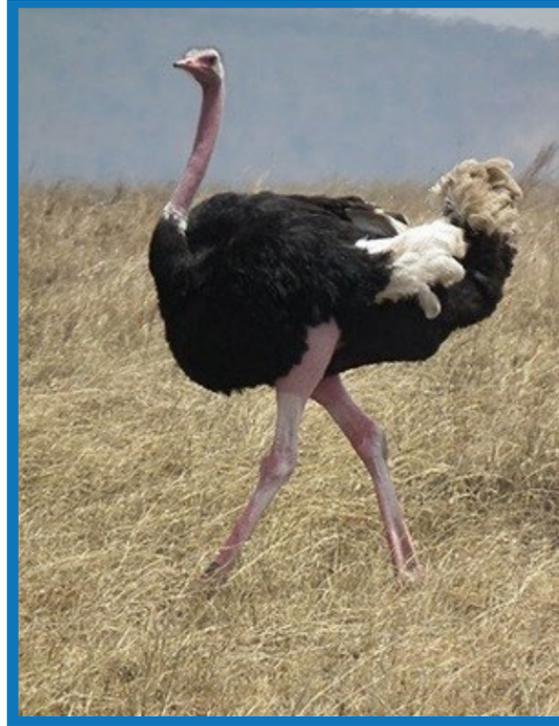
BIRD FAMILIES

SPANISH	ENGLISH	PRONUNCIATION
Águila	Eagle	
Atrapamoscas	Flycatcher	
Búho	Owl	
Chilacoa	Rail	
Colibrí	Hummingbird	
Cucarachero	Wren	
Garza	Heron and egret	
Golondrina	Swallow	
Loro	Parrot	
Paloma	Dove	
Pato	Duck	
Pava	Guan	
Reinita	Warbler	
Saltarín	Manakin	
Tangara	Tanager	
Trepatroncos	Woodcreeper	
Tucán	Toucan	
Turpial	Troupial	





This is the white-rimmed brush-finch (Atlapetes leucopis). The breast and belly are _____, the tail is _____ the eyes are _____, the crown is _____. It is _____



This is an ostrich (Struthio Camelus). It is black and white. It is **BIG**.



The body of this hummingbird is green and blue, the breast and belly are white. *It is very small.*



This is a Swallow Tanager (Tersina Viridis) The body is _____ the beak is _____ the breast and belly are _____. It is _____

REMEMBER



SMALL



MEDIUM.SIZE



BIG

LOOK AT THE BIRDS, IDENTIFY THEIR MAIN FEATURES AND WRITE THEM DOWN. (Observa las aves e identifica sus rasgos más característicos. Escribe sus observaciones)

WHISTLING HERON



**YELLOW
CROWNED
PARROT**



WIRE TAILED MANAKIN



BIBLIOGRAFÍA

Arango, L. E., Castaño, J. L., & Cardona, C. C. (2016). Caja de Herramientas Experienciales del Turismo de Naturaleza. Manizales.

Duque, R. y. (2008). Guía para la elaboración de un plan de negocios en ecoturismo. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Estevéz, T. (2005). Parques Nacionales Naturales de Colombia : De la A a la Z por los caminos de la interpretación.

Bogotá: Parques Nacionales Naturales de Colombia : Embajada de Holanda.

Kolh, J. (2018). Taller de Interpretación del Patrimonio Natural y Cultural. Otún, Quimbaya.

Münch, L. y. (2009). Fundamentos de administración. México: Trillas.

NAI National Association for Interpretation. (2001). AIP Asociación para la Interpretación del Patrimonio. Obtenido de <https://www.interpretaciondelpatrimonio.com/es/definiciones>

Núñez, V. (2014). ¿Qué es el storytelling? Obtenido de vilmanunez.com/que-es-storytelling/Rojo, M. E. (2015). Organización empresarial y de recursos humanos. Madrid: Elearnig S.L.

SENARTUR. (2015). Manual de Productos Turísticos. Chile.

Bisquerra. R. (2009). Psicopedagogía de las emociones. Madrid. Síntesis.

Cañada, M. E., & Moreno, A. D. (2018). Dimensiones de Género en el Trabajo Turístico. Barcelona

Goleman, D. (1999). La práctica de la inteligencia emocional. Editorial Kairós.

OMT Organización Mundial del Turismo & ONU Mujeres. (2011). Global Report of Women in Tourism. Madrid: OMT



El progreso
es de todos

Mincomercio



FONTUR
COLOMBIA



 **BRITISH
COUNCIL**

ISBN: 978-958-52671-2-1



9 789585 267121