

GUÍA PARA ESTUDIANTES

RECOMENDACIONES

La presente ficha guiará las actividades de aprendizaje que realizarás durante un mes desde la **semana 20 hasta la semana 23 del año lectivo 2020-2021**, por lo que **representa 40 horas pedagógicas al mes**. Comprendemos lo difícil que es afrontar la pandemia, el encierro y el miedo al contagio, pero es igualmente una gran oportunidad para pasar tiempo en familia y aprender.

Esta ficha no sustituye a tu docente, te permitirá desarrollar competencias durante el año escolar.

¿Cómo se organiza la Ficha?

La ficha pedagógica está diseñada por **Módulos Formativos**, en cada uno verás los contenidos y actividades que deberás realizar en cada semana, para ello encontrarás una **Matriz de Planificación** por cada Módulo Formativo, en la cual se encuentran actividades semanales que deberás realizar y que serán evaluadas por tu docente.

Luego encontrarás una sección de **Aprendizaje Práctico**, en la cual están los elementos que de ahora en adelante necesitarás para desarrollar un proyecto. Hemos dejado esta sección para la última semana del mes, para que te dediques solamente a ello, por eso no encontrarás otros contenidos o actividades para la semana 23 excepto el proyecto, la idea es que te enfoques en ello.

La ficha te sugiere una organización, por ello tiene divisiones por semana, es importante que le des valor a planificar en tu tiempo y decidir cuándo puedes hacer cada actividad, lo más importante es que las hagas todas.

¿Qué te recomendamos para abordar la ficha?

1. Revisa la ficha completamente para que te familiarices con ella y comprendas cuántas actividades en el mes tendrás que realizar.
2. Lee, revisa y analiza los contenidos que te presentamos. Si tienes internet, podrás ahondar la información, investigar puede ser una actividad muy interesante y divertida.
3. Escribe en algún cuaderno u hoja diferentes preguntas de reflexión que te presentemos y otras que te hagas, así como las respuestas, ello te ayudará con las actividades de aprendizaje y ayudará a tu docente a retroalimentar los contenidos y tus aprendizajes.
4. La información que te ofrecemos es suficiente para que puedas realizar las actividades de aprendizaje, pero siempre puedes ir más allá.
5. Realiza todas las actividades que te solicitamos utilizando herramientas informáticas, como documentos en Word, Excel o PowerPoint; pero también puedes realizarlas a mano en hojas sueltas.
6. Deberás acumular las actividades de aprendizaje en un **Portafolio Estudiantil**, el cual podrás llevar tanto de forma digital como física. Tu docente deberá ofrecerte la opción de llevar tus actividades en físico para que pueda evaluarte.
7. Si tienes la posibilidad, conversa con otros compañeros y compañeras de clase sobre los contenidos y las actividades, estudiar en equipo siempre es mejor. Involucra también a tu familia y déjales saber cómo te has sentido en el proceso de enseñanza-aprendizaje.
8. No dejes de cuidarte, es importante que te #QuedesEnCasa todo el tiempo que sea necesario. Te acompañaremos en esta nueva forma de aprender, porque también se puede #AprenderEnCasa.

MÓDULO FORMATIVO: SISTEMA Y NORMATIVA TURÍSTICA

Objetivo: Analizar la organización y características del sistema turístico, su desarrollo histórico y la normativa que lo rige a nivel nacional y mundial.

SEMANA 20	
TEMA: Inventario turístico	CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Diferenciar las metodologías y técnicas aplicadas en la elaboración de inventarios turísticos.
CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>Formarse para ser un Técnico/a en Ventas e información Turística es fascinante, por eso cada vez que sigas profundizando en diferentes conocimientos, destrezas, habilidades y competencias será esencial que recuerdes siempre qué está sucediendo con el sector de las ventas e información turística en tu barrio, cantón, provincia y país.</p> <p>Ahora bien, en las siguientes semanas vamos a reflexionar sobre metodologías y técnicas aplicadas en la elaboración de inventarios turísticos. Para esto será importante que puedas reconocer varios conceptos claves: (a) inventarios, (b) metodologías, (c) técnicas. Te invitamos a que puedas buscar en un libro, en la red o en un diccionario qué significa estas palabras; inclusive puedes preguntarles a</p>	<p>Describe un lugar que hayas visitado y enlista el o los recursos turísticos que hayas encontrado.</p> <p>Solo si tienes la oportunidad de acceder a internet realiza la siguiente actividad: Revisa en la página Web oficial del Ministerio</p>

profes de otras asignaturas para que puedas conocer cómo los definen. Una vez que hayas encontrado la definición compártelas con tus compañeros de clase de manera creativa o toma nota en tu cuaderno o diario que has venido utilizando.

Siguiendo con nuestro aprendizaje, sin duda alguna en algún momento tus padres o tú mismo habrás enlistado todas las cosas que poseen en el hogar o posees en tu cuarto. Esta idea nos hace recordar que es importante tener claridad de aquellas con las que se cuentan para aprovecharlas de mejor manera y efectivamente llevar un control sobre ella. Este ejercicio práctico que a lo mejor hemos realizado nos introduce a un tema clave en el campo de las ventas e información turística que es el inventario turístico.

Antes de seguir: ¿Qué se te viene a tu mente cuando te mencionan “inventario turístico”? ¿Cuáles son sus características? ¿Cuáles son sus objetivos?

El inventario constituye un registro y un estado integrado de todos los elementos turísticos que por sus cualidades naturales, culturales y humanas pueden constituir un recurso para el turista, por lo que representa un instrumento valioso para la planificación turística, toda vez que sirve como punto de partida para realizar evaluaciones y establecer las prioridades necesarias para el desarrollo turístico nacional.

Todo inventario deberá presentar dos características fundamentales:

de Turismo
<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur> el inventario de atractivos turísticos; identifica y selecciona los atractivos turísticos que pertenezca a tu provincia.

- Debe constituir un reflejo fiel de la realidad de los recursos turísticos, indicando la información técnica y la situación en que se encuentran, porque a partir de este instrumento se puede propiciar el acondicionamiento necesario que permita el desarrollo turístico, conllevando a producir ciertos beneficios para el espacio geográfico estudiado.
- Debe de ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización periódica de todas las variaciones que se experimentan en los recursos turísticos, y su situación nueva; así como la incorporación de los mismos.

OBJETIVOS DEL INVENTARIO TURÍSTICO

Objetivo General.

Conocer de manera real, sistemática y ordenada los recursos turísticos del país, a fin de que sirva de base para el desarrollo de políticas y planes sectoriales.

Objetivos específicos.

- Contar con una herramienta de trabajo indispensable para la elaboración de planes y programas de desarrollo turístico, a fin de que motiven la inversión pública y privada.
- Satisfacer las demandas de información requeridas tanto del Sector Público, Sector Privado y usuarios en general, con el propósito de lograr el mejor aprovechamiento de la base de datos.
- Propiciar el desarrollo de productos turísticos y la integración de los mismos, en base a la información del Inventario.

Es importante y necesario definir el ámbito territorial, el mismo que nos indicará el área de estudio.

Estas pueden ser:

1. A nivel LOCAL, se refiere a que el estudio considera a una parte de un territorio municipal, comunal o de una ciudad específica.
2. A nivel REGIONAL, este contempla como ámbito geográfico para estudiar, a una región determinada.
3. A nivel NACIONAL, cuando el estudio abarca todo territorio del país.

Después de haber leído los párrafos anteriores, antes de avanzar, te pedimos que puedas escribir o realizar algunas preguntas para que se las compartas a tu profesor o profesora. Además, solo si tienes oportunidad de acceder a internet te invitamos a que explore la información que está en el siguiente enlace: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur> (Servicios Turísticos del Ecuador).

Avanzando en el proceso formativo, es necesario definir qué vamos a comprender por recurso turístico.

Los recursos turísticos son “todos los bienes y servicios que, por intermedio de la actividad del hombre y de los medios con que cuenta, hacen posible la actividad turística y satisfacen las necesidades de la demanda”.

RECURSOS TURÍSTICOS = Patrimonio turístico + Aportación humana = Patrimonio utilizable.

Por ejemplo, si visitas Salinas, cantón ubicado en la provincia de Santa Elena, y te diriges hacia la Reserva Puntilla encontrarás el sector denominado “La Chocolatera”. ¿Puedes identificar el recurso turístico? ¿Cuál es o cuáles son?

En este caso, es necesario decirte que el destino turístico es la Reserva Puntilla, y dentro de esta se puede encontrar varios recursos turísticos como ventas de artesanías (servicios) y La Chocolatera.

Al finalizar esta semana, solo si tienes la posibilidad de acceder a internet te invitamos a ver el siguiente video de la última campaña promovida por el Ministerio de Turismo denominada “Te Prometo Ecuador” <https://www.youtube.com/watch?v=gxDLSNrvl6A>. Identifica y enlista al menos tres recursos turísticos que aparecen en el video. Toma nota en tu cuaderno o diario turístico o compártelos con tus compañeros y profesor.

SEMANA 21

TEMA: Metodologías y técnicas

CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Diferenciar las metodologías y técnicas aplicadas en la elaboración de inventarios turísticos.

CONTENIDOS

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

La semana pasada revisamos el tema relacionado con los inventarios turísticos, en este identificamos varios recursos turísticos del país y de tu provincia. Además, pudiste investigar sobre la definición de metodologías y técnicas. Comparte con tus compañeros y profesor las ideas claves de las definiciones. O envíelas a tus compañeros por cualquier medio electrónico que esté a tu alcance (Whatsapp, e-mail, mensaje de texto, etc.).

Una vez que has activado tus saberes previos, es necesario ahora abordar las metodologías y técnicas que te permitirán elaborar un inventario turístico.

Iniciemos diciendo que la metodología es el conjunto de pasos y acciones a seguir que están orientadas a resolver un determinado problema (Hueso & Cascant, 2012). Mientras que la técnica es el conjunto de instrumentos y herramientas utilizados para obtener y recolectar información.

Metodologías para la elaboración de un inventario turístico.

Para profundizar este tema tomamos como referencia el Manual de Atractivos Turísticos (MINISTERIO DE TURISMO, 2018), donde se expone la guía para el levantamiento de atractivos turísticos del Ecuador que se desarrolla en dos etapas, en este año vamos a comprender solamente la ETAPA I.

ETAPA I: ELABORACIÓN DEL INVENTARIO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.

Esta etapa comprende tres fases:

Identifica los principales componentes similares que se utilizan en la elaboración de inventarios turísticos entre las metodologías analizadas.

- Fase I: Levantamiento y registro de los atractivos turísticos en el sistema dispuesto por la autoridad nacional de turismo.
- Fase II: Ponderación y jerarquización de los atractivos turísticos levantados y registrados que concluye en una ficha de inventario valorada.
- Fase III: sistematización geográfica de las fichas

Fase I: **LEVANTAMIENTO Y REGISTRO DE ATRACTIVOS TURÍSTICOS.**

Esta fase comprende la identificación, clasificación y levantamiento en territorio de objetos, lugares, acontecimientos, fenómenos y otros elementos de interés turístico que deben ser registrados en una ficha automatizada. Incluye la recopilación y verificación de datos secundarios.

La Fase I se realizará en tres pasos:

a. Identificación y Clasificación de atractivos turísticos

Se deberá identificar los atractivos que estén registrados en la base de datos de cada uno de los Gobiernos Autónomos Descentralizados (GADs) municipales y metropolitanos y añadir otros que estén generando visitación.

b. Levantamiento de Información Primaria

Para el levantamiento de información primaria se ha diseñado una Ficha donde se ha establecido condiciones mínimas que debe tener un atractivo. Esta información se recopilará en territorio y deberá

ser complementada con entrevistas a responsables de instituciones, comunidades locales e informantes clave.

c. Verificación con Información Secundaria

Entre la información secundaria a revisar y verificar se tiene: características climatológicas, planta turística, declaratorias, amenazas naturales, políticas, regulaciones y medios de promoción del atractivo. De encontrarse inconsistencias en la información registrada se debe realizar la respectiva inspección de campo o de fuentes secundarias y proceder con las correcciones correspondientes.

¿Qué preguntas te surgen una vez abordada la primera fase? ¿Resalta alguna idea que te llamó la atención? Las respuestas a estas preguntas escríbelas en tu cuaderno o diario o aquellas ideas compártelas con tus compañeros de clases.

FASE II: PONDERACIÓN Y JERARQUIZACIÓN

En esta fase se analizarán los aspectos propuestos en la ficha para el levantamiento y jerarquización de atractivos turísticos en función de un conjunto de criterios diseñados para determinar las condiciones que presente el atractivo levantado y su valoración con base a una jerarquía.

a. Definición de criterio de evaluación

Para evaluar al atractivo turístico se ha definido un conjunto de criterios relacionados con los atributos mínimos que deben tener un atractivo para desarrollarse en producto turístico. Estos criterios tienen sustento en los Índices de Competitividad Turística publicado por el Foro Económico Mundial.

Criterios relacionados con el Índice de Competitividad Turística:

1. Accesibilidad y conectividad
2. Planta turística / Servicios
3. Estado de conservación e integración atractivo / entorno
4. Higiene y seguridad turística
5. Políticas y regulaciones
6. Actividades que se practican (Opciones recreacionales)

Criterios relacionados con la demanda:

7. Difusión
 8. Registro de visitante y afluencia
 9. Recurso humano
- b. Ponderación de Criterios

Con la finalidad de automatizar los resultados de la aplicación de los criterios se ha procedido a asignar un factor de ponderación. El factor de ponderación de cada criterio responde a la capacidad institucional, según competencias, de incidir sobre la mejora o manejo de los mismos.

c. Jerarquización de Atractivos Turísticos

Para los niveles de jerarquía se ha considerado los siguientes aspectos:

1. Las jerarquías pueden asignarse tanto a los atractivos en oferta real, como a los que no están en operación. El primer caso, corresponde a aquellos atractivos que están recibiendo flujos de turismo cuantificables como demanda efectiva. En el segundo caso, se trata de atractivos con atributos constatables y demanda potencial pero que debido a la carencia de infraestructuras o facilidades, no han sido puestos en valor para el turismo.
2. Para la jerarquización la demanda ha sido considerada en su forma más genérica, como receptora, interna y local teniendo en cuenta el tipo de visitantes (nacional y extranjero).
3. Aquellos atractivos que no alcancen la calificación mínima serán considerados como “recurso turístico”.

¿Qué preguntas te surgen una vez abordada la segunda fase? ¿Resalta alguna idea que te llamó la atención? Las respuestas a estas preguntas escríbelas en tu cuaderno o diario o aquellas ideas compártelas con tus compañeros de clases.

FASE III: SISTEMATIZACIÓN GEOGRÁFICA DE LAS FICHAS

Al concluir la fase II correspondiente a la ponderación y jerarquización se procede con la sistematización geográfica de las fichas, misma que consta de cuatro pasos.

- a. Selección de atributos
- b. Conversión de base de datos a base de datos geográfica
- c. Catalogación de los atractivos según Catálogo Nacional
- d. Generación del mapa de atractivos turísticos

Con una base de datos geográfica estructurada en el Sistema de Información Geográfica (SIG) para planificación turística es posible la generación de mapas y reportes como, por ejemplo:

- Número total de atractivos turísticos existentes por nivel político administrativo (zonal, provincial, cantonal, parroquial).
- Número de Atractivos Turísticos por jerarquía.
- Atractivos Turísticos por clasificación.
- Atractivos Turísticos más visitados, demanda turística local, nacional, extranjera.
- Entre otros.

Reconocemos que ha sido un poco largo profundizar científicamente sobre las metodologías y técnicas para elaborar inventarios turísticos, pero es clave que empieces a dominar estos aspectos como futuro Técnico en Ventas e Información Turística.

<p>Solo si tienes posibilidad de acceder a internet te invitamos a revisar el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=7yz69o2TceM donde podrás contrastar y profundizar las diferentes metodología y técnicas que se utilizan en países de la Región, para la elaboración de inventarios turísticos.</p>		
SEMANA 22		
TEMA: Atractivos turísticos	CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Distinguir las categorías, tipos y subtipos de atractivos turísticos.	
CONTENIDOS		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>Bienvenida y bienvenido a la semana 22 de nuestro proceso formativo. Quiséramos empezar desafiándote para que puedas recodar los conceptos fundamentales de la semana 20 y las metodologías estudiadas en la semana 21. Para esto revisa tu cuaderno o diario turístico.</p> <p>Una vez que has realizado una retroalimentación personal, te invitamos a estudiar la clasificación, tipos y subtipos de los atractivos turísticos. Te recordamos que los atractivos turísticos son los recursos naturales, culturales, folclore, realizaciones técnicas, científicas o artísticas contemporáneas y</p>		<p>Elabora un inventario de atractivos turísticos del Ecuador, para lo cual debes identificar cinco atractivos turísticos y clasificarlos tomando en cuenta su categoría, tipo y subtipo.</p>

acontecimientos programados que poseen una determinada zona o área, con un potencial que podría captar el interés de los visitantes.

Las categorías de los atractivos turísticos son:

1. Sitios Naturales; esta categoría agrupa a diversas áreas naturales que, por sus atributos propios, son considerados parte importante del potencial turístico.
2. Manifestaciones Culturales; se consideran las diferentes expresiones culturales del país, región o pueblo, desde épocas ancestrales (desarrollo progresivo de un determinado lugar) tales como lugares arqueológicos, sitios históricos, entre otros.
3. Folclore, es el conjunto de tradiciones, costumbres, leyendas, poemas, artes, gastronomía, etc., del país, región y/o pueblo determinado.
4. Realizaciones Técnicas, Científicas y Artísticas Contemporáneas; comprenden aquellas obras actuales pero que muestran el proceso de cultura, civilización y tecnología, con características relevantes para el interés turístico.
5. Acontecimientos Programados; categoría que agrupa a todos los eventos organizados, actuales o tradicionales, que atraen a los turistas como espectadores o actores.

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, realiza la siguiente actividad: Revisa el video sobre los “Pueblos Mágicos” del Ecuador en el siguiente enlace

<https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/pueblos-magicos>.

Selecciona uno de los pueblos mágicos con el que desearías trabajar, investiga sus categorías, tipos y llena la ficha. No te olvides de bajar la ficha en la sección de descarga del sitio web.

Varias de estas categorías generalmente son utilizadas a nivel mundial, de ahí que cada país puede definir sus categorías en función de los atributos con los que cuenta un elemento y motivan la visita turística dependiendo de su naturaleza.

Por tanto, te invitamos a que indagues cuáles son las categorías de los atractivos turísticos de nuestro país. ¡No te olvides de revisar el “Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos”! Este se encuentra en el siguiente enlace <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-TRACTIVOS-TURISTICOS.pdf> (Manual de atractivos turísticos). Esta actividad realízala solo si puedes acceder a internet.

Es necesario contar con datos adicionales que nos permitan tener elementos de juicio suficiente para complementar la información de los recursos turísticos. Dichos datos pueden ser extraídos de:

- Fototeca y/o Videoteca; donde se ordenan y clasifican las fotografías, videos, CDs, y/o slides de los recursos turísticos inventariados.
- Internet; a partir de las páginas Webs, con información sobre recursos turísticos.
- Planoteca; comprende los planos mapas de ubicación, de acceso, turísticos, políticos y otros.

MÓDULO FORMATIVO: ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA-CONTABLE

Objetivo: Reconocer las particularidades e importancia del proceso administrativo y contable de las agencias de viajes, como complemento para el desempeño laboral.

SEMANA 20	
<p>TEMA: Documentos administrativos y mercantiles de las empresas turísticas y las Agencias de Viajes.</p>	<p>CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Reconocer los tipos y aplicaciones de los documentos mercantiles utilizados en la administración de una empresa turística.</p>
CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>Durante las semanas del 20 hasta la 22 del módulo 2 “Organización administrativa-contable” vamos a comprender los conceptos básicos de la administración utilizados en las empresas del sector turístico.</p> <p>Para iniciar la semana 20, recuerda la importancia de la administración en el funcionamiento de una empresa turística. Enuncia dos características y las fases del proceso administrativo de las agencias de viajes. Toma nota en tu cuaderno o diario turístico o compártelas a través de unas diapositivas a tus compañeros y docente en tu colegio.</p>	<p>Elabora un glosario de al menos cinco términos relacionados con la contabilidad aplicada al sector turístico.</p>

Estos saberes previos que has recordado te ayudarán a dominar los conceptos básicos sobre la contabilidad.

Contabilidad en el turismo.

La contabilidad en el turismo, y específicamente en una Agencia de Viajes, es fundamental para cubrir las necesidades de obtener información estratégica y funcional, partiendo de los costos, controles y análisis económico-financieros.

La definición clásica nos dice que la **contabilidad es el sistema de información que permite describir y comprender la actividad económica de la empresa de manera resumida, para la toma de decisiones.**

Podemos decir entonces, que la contabilidad en una agencia de viajes es la herramienta de gestión y control ideal para un gerente o dueño, ya que se ocupa de recoger, registrar, clasificar, resumir y analizar información expresada en términos monetarios, sobre todas las operaciones turísticas que brinda la agencia de viajes, con el fin de interpretar los resultados económicos y financieros para facilitar la correcta toma de decisiones de la gerencia o los dueños.

De esta manera sabremos si la agencia de viajes, sea grande o pequeña, es rentable o no, es decir, genera ganancias o pérdidas según el capital inicial y los distintos ingresos y egresos que se fueron presentando a través de un ejercicio económico.

Los ingresos se irán generando por las ventas y los gastos por las erogaciones que hagamos (sean de administración, financieros o comercialización). A su vez, es muy importante tener presente el registro correcto de las cuentas patrimoniales.

Los libros contables deben ser utilizados en la agencia de viajes, para asentar los movimientos económicos y financieros, siendo los obligatorios el Libro Diario y el Libro de Inventario y Balances. Cada registro debe asentarse de manera diaria y cronológica para que sea real. A través de ellos se puede medir y controlar los aumentos, disminuciones y saldos de los elementos del Patrimonio.

Antes de seguir dándote elementos para comprender los conceptos básicos de la contabilidad, solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, te invitamos a revisar el siguiente enlace donde encontrarás un video <https://www.youtube.com/watch?v=u0SG9pNBXQk> que te permitirá profundizar más sobre la contabilidad aplicadas a las empresas turísticas.

Asimismo, es necesario que sepas que cada año hay que realizar el balance general mostrando el Estado de Situación Patrimonial, el Estado de Resultados, el Estado de Evolución del Patrimonio Neto y el Estado de Origen y Aplicación de Fondos; realizando previamente una auditoría que permita controlar las operaciones de la agencia de viajes y verificar el correcto cumplimiento de las obligaciones fiscales.

A su vez, según el tipo de sociedad que tenga la agencia de Viajes, se deben llevar los libros de Registro de Accionistas, Actas de Directorio, Registro de Depósito de Acciones, Asistencia a Asambleas y Actas de Asambleas.

Finalmente, una agencia debe contar con un contador que entienda de la problemática del turismo y le ayude en este aspecto de su empresa.

A continuación, detallamos los siguientes conceptos esenciales para entender la contabilidad en una Agencia de Viajes:

- **ACTIVO:** es un recurso económico propiedad de la agencia de viajes, del cual se espera que rinda beneficios en el futuro.
- **PASIVO:** representa lo que el negocio debe a otras personas o entidades conocidas como acreedores.
- **CAPITAL:** es el aporte de los dueños conocidos como accionistas o socios.

Solo si tienes posibilidad de acceder a internet, te invitamos a revisar uno de los siguientes blogs donde se abordan conceptos y ejercicios sobre la contabilidad y la contabilidad aplicada al sector turístico.

- <http://elcontador.net/> (Encontrarás temas relacionados con la contabilidad).
- <http://elprofedeconta.blogspot.com> (Encontrarás temas relacionados con la contabilidad).

- <http://web.sigmma.net/nota/253/conceptos-bsicos-de-contabilidad-para-agencia-de-viajes.html> (Encontrarás temas relacionados con la contabilidad aplicados a agencias de viajes).

No te olvides de tomar notas en tu cuaderno o diario turístico para que posteriormente puedas compartir con tus compañeros o profesor.

SEMANA 21

TEMA: Documentos administrativos y mercantiles de las empresas turísticas y las Agencias de Viajes.

CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Reconocer los tipos y aplicaciones de los documentos mercantiles utilizados en la administración de una empresa turística.

CONTENIDOS

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En la semana 21 trabajamos sobre aquellos elementos básicos de la contabilidad aplicados en el sector turístico, en el marco de los documentos mercantiles. En esta semana profundizaremos sobre los tipos y aplicaciones de los documentos mercantiles.

Antes de abordar la introducción y los tipos de los documentos mercantiles. Te invitamos a realizar lo siguiente:

Realiza un video o una presentación donde expliques los principales documentos mercantiles que se utilizan en el sector turístico e identifica al

1. Solicita a tus padres o familiares, o reúne todos aquellos documentos mercantiles, de cualquier servicio adquirido, que encuentres en tu hogar.
2. De aquellos documentos recolectados, en el numeral 1, clasifica estos según la información que se revisaste de los enlaces.
3. Solo si tienes posibilidad de acceder a internet, revisa uno de los siguientes enlaces https://www.ecured.cu/Documento_mercantil (Documento Mercantil); <https://www.gestiopolis.com/que-son-documentos-comerciales/> (Documentos Mercantiles).

menos una empresa turística que exista en tu provincia.

Una vez que has revisado esta información previa, ahora abordaremos los documentos mercantiles más comunes de las empresas turísticas y las agencias de viajes.

Documentos contables

Tienen el mismo formato que los empleados en cualquier otra empresa:

- Facturas de IVA emitido: IVA de la comisión en las gestiones de intermediación.
- Recibo para cambio de divisas: en aquellas agencias en las que se cambian monedas.
- Recibos de cobros/bonos en efectivos: con original y dos copias, para la caja y expediente.
- Hojas de entrega de prestación de servicios: los suelen usar para las ventas realizadas a aquellas empresas que nos piden facturación quincenal o mensual.
- Facturas numeradas/ notas de abono numeradas.

- Diarios de caja y banco.
- Libros contables.
- Balances.

Documentos de control

Surgen debido a la gran cantidad de documentos que genera una agencia de viajes en la gestión, interna como externa.

- Registro de expedientes.
- Registro de facturas.
- Registro de existencias de billetajes en general (avión, tren, etc.).
- Registro de salidas y llegadas de clientes.

Solo si tienes posibilidad de acceder a internet, te invitamos a que veas el siguiente video <https://www.youtube.com/watch?v=catKZNmiuBw>, a partir de esto simula que estás brindando un servicio, que puede ser un paquete turístico, desde una agencia de viajes y realiza la facturación por la adquisición que hizo el cliente.

SEMANA 22	
<p>TEMA: Documentos administrativos y mercantiles de las empresas turísticas y las Agencias de Viajes.</p>	<p>CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Reconocer los tipos y aplicaciones de los documentos mercantiles utilizados en la administración de una empresa turística.</p>
CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>En la semana 22, te invitamos a conocer los usos o aplicación de los documentos mercantiles. No te olvides de revisar las notas de tu cuaderno o diario turístico de las semanas anteriores estas te van a seguir ayudando en la comprensión integral de todos los temas, ¿qué es lo más importante que recuerdas?,</p> <p>A continuación, conocerás los documentos que más utilizan las empresas turísticas para prestar sus servicios:</p> <p>a. Hoja de reserva</p> <p>Se utiliza para recoger los primeros datos de una petición de viajes. Debe contener:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Datos personales: nombre, dirección, teléfono. 2. Destino o producto por el cual se interesa. 	<p>Elabora un cuadro de doble entrada sobre los tipos y aplicaciones de los documentos mercantiles que se utilizan en la administración de una empresa turística.</p>

3. Número de personas que van a viajar.
4. Datos especiales de los viajeros que puedan afectar al precio del viaje (edad, residencia, etc.).
5. Todos los datos relativos al servicio que se solicita: fecha de salida y regreso, medio de transporte que se va a utilizar, categoría y tipo de hotel.

b. Expediente de servicio

En él se especifican todos los **datos relativos a la venta**, desde la persona que la efectúa, hasta el pago a proveedores, sin olvidar la descripción de los servicios contratados. Sus características son las siguientes:

1. Formato: no existen normas establecidas al modelo Del expediente, los usos más comunes son los del tipo A – 4, carpeta y sobre.
2. El contenido: generalmente es común, se detallan todos los datos necesarios para el control de la venta.
3. La numeración: llevan impreso una numeración, también llamada referencia, Este número de referencia se anota en toda la documentación relativa al servicio detallado en el expediente y suele servir para el posterior archivo del mismo.
4. La apertura de un expediente suele llevar implícito el cobro de un depósito al cliente, o lo que es lo mismo, el comienzo de una venta.

Las normas para rellenar expedientes son las siguientes:

1. Datos del cliente: nombre completo, dirección y teléfono, éstos apuntes pueden servir tanto para las aperturas de la ficha del cliente, como para localizar al mismo en caso de algún cambio en los servicios solicitados (cambio de hora de vuelo o cancelación del mismo)
2. Detalles de la reserva: hay que hacer constar el servicio solicitado con sus características (categoría, situación, itinerario) y precio.
3. Valoración del servicio: tiene que indicar el precio bruto y/o el beneficio.
4. Fechas y forma de cobro y pago.
5. Datos adicionales: bonificaciones a clientes, gastos por cobro con tarjeta de crédito y otros.

c. Fichas del cliente

Existen dos tipos:

1. **Ficha de cliente particular.** Los datos pueden provenir de la hoja de reserva o del expediente de servicios y suelen ser:
 - a. Nombre, dirección y teléfono del cliente.
 - b. Número del documento nacional de identidad.
 - c. Profesión y categoría profesional.
 - d. Fecha de nacimiento, nacionalidad y estado civil.
 - e. Aficiones y motivos del viaje.

- f. Viajes ya realizados.
- g. Persona/s con las que suele viajar.
- h. Época en la que habitualmente viaja.
- i. Nivel presupuestario para su viaje.
- j. Observaciones: si es un cliente muy exigente, si es cliente habitual de la agencia, si le gusta hospedarse en hoteles de cuatro estrellas, la forma en que suele pagar, etc.

2. **Ficha de cliente-empresa:** recoge todos los datos relativos a aquellas empresas a la que la agencia presta sus servicios:

1. Denominación y/o razón social de la empresa.
2. Domicilio social, teléfono, fax.
3. Actividad a la que se dedica.
4. Datos fiscales.
5. Datos contables: forma de pagos (tarjetas de crédito, bancos, efectivo, pagare, telones), fechas de pago y facturación, requisitos de facturación.
6. Nombres de las personas que viajan por cuenta de la empresa y categoría profesional.
7. Normativa empresarial.
8. Preferencias de estas personas a la hora de viajar.
9. Documentación personal de los viajeros (documentos nacionales de identidad y nacionalidad).
10. Persona encargada de la petición de servicios a la agencia de viajes.

11. Persona encargada en el área contable.
12. Producción y rentabilidad de la empresa.

Te invitamos a diseñar una ficha que utilizarías para el registro de un cliente particular. Una vez elaborada, compártela con tu profesor a través de cualquier medio electrónico o guardála en tu portafolio estudiantil.

MÓDULO FORMATIVO: INGLÉS APLICADO AL TURISMO

Objetivo: Utilizar el idioma inglés en procesos básicos de comunicación con clientes y usuarios, durante el desarrollo de actividades de venta, información y mediación de grupos en el ámbito turístico.

SEMANA 20	
TEMA: Terminología específica aplicada al mundo del turismo	CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Interpretar información escrita en idioma inglés, concerniente a todos los tópicos relacionados al mundo del turismo.
CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Welcome to week 20, in the past weeks we have explored the usual structures of oral communication, now we will know more about those terminologies applied to tourism:

1. A la carte – referring to meals, an indication that each dish is priced separately; also that a choice of meals may be available, such as on a tour.
2. A la Carte Bar – Also known as a “Cash Bar,” a bar located within one’s hotel room that is pre-stocked with an assortment of snacks and beverages.
3. Accessible Tourism – Travel that ensures that there is high availability in destinations, accommodations, attractions, products, and services to all people.
4. Accessible Travel – Travel that ensures that there is high availability in destinations, accommodations, attractions, products, and services to all people.
5. Actual Time of Arrival – Literally, the actual time of arrival. As opposed to the ETA (Estimated Time of Arrival).
6. Add-on – an option, usually at extra cost, added to travel arrangements.
7. Adjoining rooms – Two hotel or accommodation rooms that have a door connecting them from the inside, allowing the guests to combine the two rooms into one larger room.
8. Adoption Rate – the percentage of tickets issued through an online booking system compared to the traditional booking channel of agent-assisted reservations.
9. Advance Purchase Fare – airfare that requires the traveler to purchase the ticket a minimum number of days prior to departure.

Make a list of five phrases that you can use in the tourist area.

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet. Watch the following videos

<https://www.youtube.com/watch?v=61tCz9ja3Bk>

<https://www.youtube.com/watch?v=tSW-xqinrKk>.

10. Advance Purchase Requirement – APR, or Advance Purchase Requirement, is the requirement that a ticket must be purchased a minimum number of days before the flight departs.
11. Adventure tour – A tour designed around an adventurous activity such as rafting, hiking, or mountain climbing.
12. Adventure travel – adventure travel is category of travel involving exploration or travel with perceived (and possibly actual) risk, and potentially requiring specialized skills and physical exertion.
13. Adventure Traveler – Adventure travelers travel to destinations with the specific purpose of active physical participation and exploration of new experiences.
14. Affinity Card – These are credit or debit cards issued by a banking institution in partnership and co-branded with a particular frequent traveler program.
15. Affinity group – A group of people that share a common hobby, interest, or activity, or that are united through regular participation in shared outings.
16. After-departure charge – Charges that do not appear on the guest’s bill at checkout such as telephone or dining charges.
17. Agent – A person who has the power to act as the representative for another person. Most frequently in travel, a specific kind of agent such as a travel agent.
18. AIO variables – Activities, interests, and opinions-used to measure and categorize customer lifestyles.
19. Air mile – a distance of approx. 6076 feet.

20. Air Traffic Control – Usually refers to the control tower at the airport, but may also be a control center somewhere else in charge of controlling a large area of sky.
21. Air/sea – a term referring to tickets, trips, fares, etc. that include both air and land-based travel arrangements, such as a cruise package with air included.
22. Aircraft – Generally speaking, any machine capable of flight. However, in the travel industry, these often mean airplanes.
23. Airline Alliance – These are agreements of cooperation between groups of airlines. Alliances offer airlines more flexibility and larger networks.
24. Airline fare – Price charged for an airline ticket. Several types of fares exist and can change with market conditions.
25. Airlines Reporting Corporation (ARC) – An organization that provides a method of approving authorized agency locations for the sale of transportation and cost-effective procedures for processing records and funds of such sales to carrier customers.
26. Airport access fee – a fee paid by the car rental companies to the airport authority, for the use of shuttle vehicles, etc. – usually passed on to the consumer.

SEMANA 21	
TEMA: Terminología específica aplicada al mundo del turismo	CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Interpretar información escrita en idioma inglés, concerniente a todos los tópicos relacionados al mundo del turismo.
CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>This week we will review the terms related to travel agencies in the customer service department.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. B&B – A bed and breakfast home or guest house that a proprietor has converted into accommodation(s) for the public. Each room becomes a separate unit for rent and typically breakfast and/or other meals are served as part of the fare. 2. Babymoon – A relaxing and romantic vacation or getaway taken by parents-to-be before their baby is born. 3. Back to back – A term used to describe tours operating on a consistent, continuing basis. For instance, a motor coach arriving in a city from a cross-country tour may conclude the first tour upon arrival, then transport a second group back along the same route to the origination city of the first tour. 4. Bed and breakfast (B&B) – Overnight accommodations usually in a private home or boarding house, often with a full American-style or Continental breakfast included in one rate. 	<p>Create and write a short dialogue with the most important phrases.</p> <p>Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet realiza la siguiente actividad:</p> <p>Watch the video below, https://www.youtube.com/watch?v=Vp9ooECnzQ0. Identify the most used phrases in customer service.</p>

5. Bellboy – Also called “Bellboy” or “Bellman,” a person that is hired by the hotel to assist guests, such as with luggage, running errands, etc.
6. Biking Trips and tours – Bicycle trips and touring means self-contained cycling trips or pleasure, adventure and autonomy rather than sport, commuting or exercise. Touring can range from single to multi-day trips, getaways or vacations.
7. Blackout dates – Specific dates in which special fares or promotions do not apply. Typically exist around holidays or special events.
8. Block – A number of rooms, seats, or space reserved in advance, usually by wholesalers, tour operators, or receptive operators who intend to sell them as components of tour packages.
9. Blocked space – seats, rooms, and/or cabins held on airlines, in hotels, or aboard ships. Usually held speculatively and made available at reduced rates.
10. Boarding pass – a receipt with a seat number, now issued only at check-in at the airport. A ticket is not valid unless a boarding pass has been issued. A Boarding Pass is not a ticket, but allows you to board a plane or ship or other mode of transportation.
11. Booking form – A document which purchasers of tours must complete to give the operator full particulars about who is buying the tour. It states exactly what is being purchased (including options) and must be signed as acknowledgment that the liability clause has been read and understood.
12. Boutique Hotel – A boutique hotel is a type of hotel, usually smaller and more intimate than a chain hotel, which conforms to a niche.

13. Breakage – Expenses budgeted for a tour but not used or expended, thus resulting in additional profit to the tour operator. Examples include meals budgeted but not consumed, currency fluctuations in favor of the tour operator, or the tour selling to much larger numbers of passengers than expected.
14. Break-even point (BEP) – The point at which revenues and expenses are the same. For example, the BEP is the number of products (or seats, cabins, tickets, etc.) that must be sold for a company to break even. The BEP is calculated as fixed costs divided by the selling price less variable costs. See reasonable number.
15. Break-even pricing – Pricing a product based on a forecast of the break-even point and the cost of achieving the break-even point.
16. Bucket list destinations – Bucket list travel is a list of destinations a person wants to travel to and experience before reaching a certain age or dying.
17. Bulk contract – An agreement whereby an airline sells large blocks of seats at a discount for resale by a third party.
18. Business class – While amenities vary based on the airline, business class generally falls between first class and coach.
19. Cabin – the passenger area on an aircraft; the stateroom aboard a cruise ship.
20. Cabin Crew – The collective group of flight attendants and the purser as a whole. The cabin crew is responsible primarily for handling the duties within the cabin.
21. Cabin steward – the person responsible for maintaining/cleaning the cabins aboard ship.

<p>22. Cancellation penalty – the monetary penalty due when travel plans are cancelled, usually after final payment has been made.</p> <p>23. Cape – A small version of a peninsula, usually long and narrow, that juts far out into a body of water.</p> <p>24. Captain – (Aircraft-The captain is the pilot in command (PIC), which is the person in the cockpit sitting on the left with 4 stripes on their shoulder.</p> <p>25. Carrier – generic term for any company that transports passengers and/or freight.</p>		
SEMANA 22		
TEMA: Terminología específica aplicada al mundo del turismo	CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Interpretar información escrita en idioma inglés, concerniente a todos los tópicos relacionados al mundo del turismo.	
CONTENIDOS		ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>So far we have explored the basic terms in the tourist area, we learned the most used phrases in travel agencies in the customer service department. This week we will review the terminology applied to the world of tourism in travel agencies, operations department, logistics and sales management.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Contract – A legally enforceable agreement between two or more parties. 2. Control Tower – Often referred to as simply the tower, the people in the Control Tower oversee aircraft movements at the airport, including ground traffic. 		<p>Identify the 5 most used words in the area of hotel services. From the words build a sentence affirmative, negative, questions and answers with each word identified.</p>

3. Convenience sample – A collection of research subjects who are the easiest for the researcher to select.
4. Convention and Visitors Bureau (CVB) – A nonprofit DMO that operates at the county and city level. A CVB typically encourages groups to hold meetings, conventions, and trade shows in its city.
5. Corporate agency – A travel agency that usually caters to medium-large sized businesses.
6. Corporate Travel – Corporate Travel is travel arranged by a business for business purposes. A division or department of a travel agency devoted to such travel.
7. Cruise Tour – A land and sea vacation, which combines a cruise with a multi-night land tour to inland destinations that the ship can't reach.
8. Cruise – A cruise is a voyage on a ship or boat taken for pleasure or as a vacation and usually docking at several port destinations.
9. Cuisine – a style of cooking characterized by distinctive ingredients, techniques and dishes associated with a specific culture or geographic region.
10. Culinary Tourism – Culinary tourism is defined as the pursuit of unique and memorable eating and drinking experiences. By combining travel with these edible experiences, culinary tourism offers both locals and tourists alike an authentic taste of a specific culture or geographic region.
11. Cultural Tourism – Cultural tourism is the category or tourism concerned with a country or region's culture, specifically the lifestyle of the people in those geographical areas, the history

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, realiza la siguiente actividad: check out the following video <https://www.youtube.com/watch?v=pNs7uOvAL5k>.

of those people, their art, architecture, religion(s), and other elements that helped shape their way of life.

12. Cultural Travel – This is travel with regard to a region’s culture and history.
13. Culture – Similar shared traits or characteristics unique to an ethnic group, region, or nation.
14. Custom tour – A travel package created specifically for a preformed group or niche market.
15. Customer – The buyer of a product or service. See consumer.
16. Customized tours – a customized tour is a tour category where an independent travel plan is designed and arranged just for the traveler’s needs, goals and desires. This type of travel includes private airport/hotel transfers, hotels, internal airfare, trains, cruises, performances, events, activities and privately guided tours.
17. Database – A computerized, organized collection of individual customer information.
18. Day rate – Also called a day room. A reduced rate granted for the use of a guest room during the daytime, not overnight occupancy. Usually provided on a tour when a very late-night departure is scheduled.
19. Day tour – An escorted or unescorted tour that lasts less than 24 hours and usually departs and returns on the same day. See sightseeing tour.
20. Demographics – Population measures, such as age, gender, income, education, race/ethnicity, religion, marital status, household size, and occupation.

21. Denied-boarding compensation – that payment and/or voucher given those bumped from a flight; may be somewhat negotiable – always ask! See “bumping”.
22. Departure point – The location or destination from which a tour officially begins.
23. Departure tax – Fee collected from a traveler by the host country at the time of departure.
24. Deplane -To disembark, or get off, a plane.
25. Deposit policy – A specified amount or a percentage of the total bill due on a specified date prior to arrival.
26. Deposit – An advance payment required to obtain and confirm space.
27. Descriptive research – a form of marketing research that is used to provide detailed answers about customer markets.
28. Destination alliance – A DMO that operates as a for-profit association of select suppliers who form a paid-membership network to promote their services to travelers.
29. Destination management company (DMC) – A for-profit company that operates similar to a CVB by providing planning and execution services for the convention and meeting market.
30. Destination marketing organization (DMO) – An organization that promotes a location (city, region, state province, country) as a travel destination.
31. Destination Weddings – a destination wedding a category of travel where couples celebrate their marriage at a destination of their choosing away from home.
32. Destination – The geographic place to which a traveler is going.

<p>33. Dine-around-plan – A meal plan, usually prepaid, that allows one to dine at various restaurants in an area.</p> <p>34. Direct Flight – A flight that goes from a traveler’s origin to their final destination with one or more intermediate stops. No change in aircraft occurs. (I.e. San Francisco to New York with a stop in Chicago)</p> <p>35. Disaster Tourism – Travel when tourists go to an area that may be or may have been affected by natural disasters, civil strife, or warfare.</p>	
--	--

MÓDULO FORMATIVO: LAS TICS EN LA GESTIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Objetivo: Ejecutar los procedimientos de manejo de sistemas globales de distribución y otros programas aplicados en la gestión de las agencias de viajes.

SEMANA 20	
<p>TEMA: Uso de las tecnologías en el sector turismo.</p>	<p>CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Identificar las aplicaciones de las TIC en la gestión de las agencias de viajes y otras empresas turísticas.</p>

CONTENIDOS	ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE
<p>Empezamos nuestro módulo relacionado con el fascinante mundo de las Tecnologías de la Información y Comunicación en la gestión de las agencias de viajes. Un Técnico en Ventas e Información Turística debe dominar varias habilidades digitales, lo que te permitirá tener mejores oportunidades para el desenvolvimiento en el mundo sociolaboral.</p> <p>Describe ¿qué conoces sobre las TIC en el área de ventas e información turística? Cuéntanos ¿Cómo crees que las TICs pueden mejorar la calidad de los servicios en el área de ventas e información turística?</p> <p>No te olvides de tomar nota en tu cuaderno o diario turístico. Comparte estas ideas con tus compañeros de clase a través de un correo electrónico, de al menos tres compañeros.</p> <p>Durante esta semana exploraremos las ventajas de utilizar las TICs en el sector turístico, así como el uso de varios objetos tecnológicos.</p> <p>Las TICS's y las ventajas en el Sector Turístico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilita la distribución de información y productos turísticos por Internet. • Mejora toda comunicación basada en la promoción, publicidad, comercialización y contratación de servicios turísticos. 	<p>Prepara un ensayo de al menos 500 palabras donde expreses ideas sobre cómo te imaginas el turismo del futuro.</p> <p>Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet revisa el siguiente video https://www.youtube.com/watch?v=Hx14xCEfsk8,</p>

- Ha creado la necesidad de contar con mecanismos de difusión, promoción, comercialización y desarrollo para todo tipo de cliente, a través de medios de comunicación.
- Ofrece productos y servicios turísticos directamente a un gran número de consumidores a un costo relativamente bajo y mantener relaciones con ellos, así como con otros productores y distribuidores.
- El turismo depende extraordinariamente de las Tic, pues antes de realizar un viaje, los turistas demandan información para planear y elegir entre múltiples opciones, y también observar la necesidad creciente de información durante y después del viaje.
- Las organizaciones han adquirido las Tic para implementar y actualizar continuamente tecnologías en sus instalaciones con el fin de mantener una ventaja competitiva mediante la innovación de sus productos y de esta manera poder competir en el mercado
- También ha cambiado la forma en que los consumidores planifican y compran sus vacaciones, ahora el turista puede conocer de información sobre vuelos, hoteles, restaurantes, paquetes turísticos, métodos de pago etc., desde la comodidad de su casa o trabajo y sin tener que salir para hacer todo eso.

Antes de seguir con las principales TICs que se utilizan en el sector del turismo, te pedimos que puedas escoger una de las ventajas antes descritas y amplíes la justificación de dicha ventaja. Te invitamos que se la envíes al menos a un compañero o compañera de tu curso o tu profesor.

Las principales TIC que se utilizan en el turismo son:

1. Portal turístico: Un sistema de Internet que concentra y organiza recursos informativos relativos a esta actividad; eventualmente ofrece la posibilidad de reservar y/o comprar productos y servicios. Presentan generalmente más información que la de los sitios de Internet de compañías particulares. Son una aplicación del concepto negocio a consumidor.
2. Wireless Application System: Corresponde al conjunto de dispositivos inalámbricos y aplicaciones para el despliegue de contenidos. Están orientados a darle independencia al consumidor sin necesidad de recurrir a las herramientas tradicionales de su oficina u hogar. Entre sus aplicaciones encontramos la posibilidad que ofrece a un turista para realizar reservaciones o cambios en su itinerario de vuelos, o bien tener acceso a información del destino al que se dirige.
3. Computadoras de Bolsillo y Telefonía Celular: Los equipos de cómputo continúan disminuyendo de tamaño y transfiriendo sus capacidades a otros aparatos existentes, tal es el caso de las computadoras de bolsillo y los teléfonos celulares. Estas herramientas continúan desarrollando aplicaciones y mejoras a su sistema operativo con el fin de permitir el acceso móvil de estos aparatos a redes de comunicación como Internet que puedan proveer información instantánea.
4. Web TV: Consiste en un dispositivo que se conecta a un televisor convencional y en la mayoría de los casos cuenta con un teclado inalámbrico. Se conecta al teléfono o a alguna otra salida a red de comunicaciones, permitiendo el acceso a Internet por medio de la televisión. Una aplicación recurrente de esta tecnología se presenta en el hotelería, ya que forma parte de los servicios que se ofrecen en las habitaciones y le permiten al viajero tener acceso a Internet sin

necesidad de una computadora, ni tener que desplazarse al centro de negocios o a algún kiosco.

5. Televisión Interactiva (iDTV): Es la suma de Internet y las transmisiones de televisión. Este sistema al igual que Web TV consta de un aparato que se conecta al televisor y a una salida a Internet, ya sea por teléfono u otro medio de conexión, pero a diferencia de

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, te invitamos a leer la siguiente información que está recogida en el siguiente enlace <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html> (La tecnología revoluciona el sector turístico). Toma nota de lo que más te impresionó de la lectura en tu cuaderno o diario turístico.

SEMANA 21

TEMA: Uso de las tecnologías en el sector turismo.

CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Identificar las aplicaciones de las TIC en la gestión de las agencias de viajes y otras empresas turísticas.

CONTENIDOS

ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

La semana anterior trabajaste sobre la aplicación de las TICs en el sector turístico. ¿Has escuchado sobre el síndrome del eterno viajero? ¿Qué ideas se te vienen a la mente cuando escuchas “el síndrome del eterno viajero”?

Imagina que tienes una agencia de viajes, qué canales de promoción utilizarías y por qué

Solo si tienes posibilidad de acceder a internet, te invitamos a revisar el siguiente video <https://www.youtube.com/watch?v=MqEV5YoMM44> y enlista la clasificación de los diversos canales de promoción turística que ahí se explicitan.

Entre los canales de promoción turística encontramos los elementos en la RED

- Webs y Blogs

Es imprescindible que cualquier negocio del sector turístico tenga una presencia Web que nos asegure visibilidad en la Red. Las claves son un diseño atractivo acompañado de una generación de contenidos con regularidad que resulten atractivos. A continuación, daremos una serie de recomendaciones sobre las cuestiones que debe reunir una página Web del sector turístico:

- Contacto: el teléfono y una dirección de email para podernos localizar en caso de que sea necesario un trato directo.
- Idiomas: la página debe estar traducida al menos al inglés.
- Capacidad para realizar una reserva online sin intermediación directa. Integración en el portal Web de los distintivos de las Redes Sociales en las que estamos presentes.
- Detallar información sobre la zona, consiguiendo aportar atractivo para el visitante y lograr captar su atención.
- Presentación de servicios añadidos a nuestro negocio como, por ejemplo, rutas guiadas, visitas a bodegas, etc.

para dar a conocer los servicios de tu empresa.

- Posibilidad de suscripción a una Newsletter que nos brindará la oportunidad de enviar información renovada de nuestros servicios y ofertas vía email.
- Mapa personalizado con la localización y elementos promocionales.

Contrasta la información presentada en párrafos anteriores y la lista de clasificación que elaboraste a partir de la observación del video y cuéntanos qué canales hacen falta profundizar.

Siguiendo con la reflexión, no te olvides que los blogs son muy recomendables debido a su sencillez y capacidad para generar una interacción continua con el usuario y entre los clientes. Tenemos que ser conscientes de la dificultad que puede entrañar la creación regular de contenidos, por eso es adecuado que identifiquemos blogs especializados y participemos en ellos bien generando comentarios o como redactores. Otra de las opciones es integrar el blog dentro de nuestra Web.

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, te invitamos a observar el siguiente video denominado “El síndrome del eterno viajero”, su enlace es https://www.youtube.com/watch?v=7dKGcg_jBhw&feature=emb_logo.

Si tuvieras la oportunidad de viajar ¿qué países escogerías? De los países escogidos, cómo te imaginas que promocionan el turismo.

SEMANA 22

<p>TEMA: Uso de las tecnologías en el sector turismo.</p>	<p>CONTENIDO PROCEDIMENTAL: Identificar las aplicaciones de las TIC en la gestión de las agencias de viajes y otras empresas turísticas.</p>	
<p>CONTENIDOS</p>		<p>ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE</p>
<p>En esta última semana seguiremos conociendo la utilidad de las TICs en el sector del turismo. ¿Tienes alguna cuenta en redes sociales? ¿Qué red social utilizas?</p> <p>Te invitamos a revisar la red social Facebook e identificar alguna cuenta de una empresa de servicios turísticos. ¿Qué recomendarías a la empresa para mejorar en la promoción de sus servicios?</p> <p>Una vez que has realizado la activación de saberes previos, nos sumergiremos en las modalidades de ventas de los servicios de agencias de viajes a través plataformas.</p> <p>Uso de las tecnologías en el sector turismo</p> <p>Redes Sociales</p> <p>Las Redes Sociales son plataformas de interacción social donde los usuarios intercambian información de interés mutuo. En palabras sencillas, podríamos decir que son un grupo de “amigos” compartiendo comentarios sobre temas comunes.</p>		<p>De manera creativa, promociona un servicio turístico de tu localidad, de tal manera que promuevas el trabajo de los emprendedores de tu comunidad.</p> <p>Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet haz la actividad anterior pero publícala en la Red Social de tu preferencia .</p>

En la actualidad se están convirtiendo en un fenómeno de masas en el que cada vez se expresan más opiniones. Es muy provechoso para las empresas estar presente en ellas, aunque solo sea como estrategia de “escucha”. Dentro de la clasificación de todas las Redes Sociales podemos distinguir entre:

- Generalistas: Redes tipo Facebook, Instagram, MySpace, Twitter, son útiles, sobre todo, para conseguir y mantener contactos sociales —de amistad o sentimentales—, en las que el objetivo principal del usuario es compartir sus gustos, preferencias y estilo de vida con otras personas.
- Profesionales: son Redes en las que los internautas buscan establecer contacto de tipo laboral, académico o comercial. También son denominadas networking profesional. Entre ellas destacamos Xing, LinkedIn o Computer love.
- Temáticas: en estas los usuarios se inscriben para compartir intereses específicos: música, gustos culinarios, arte, etc. Son Redes de este tipo Flickr, Panoramio, YouTube, etc.

Plataformas de Reserva

En el mundo hotelero también tenemos la posibilidad de tener presencia en portales de reservas en los que el usuario además de poder realizar una reserva hotelera puede dar su opinión sobre su estancia para que otros viajeros puedan verla, y guiarse en su elección los principales portales son www.tripadvisor.com y www.booking.com.

Solo si tienes la posibilidad de acceder a internet, te invitamos a leer el siguiente documento que describe de manera más detalla los principales medios de promoción turística. <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2013/11/16/innovacion-en-la-promocion-turistica-en-medios-y-redes-sociales-2/>. Destaca las mejores ideas relacionadas con la utilización de las redes en el sector turístico. Anota tu construcción en tu cuaderno o diario turístico.

Si tienes la oportunidad, genera un cartel con una frase que resuma la idea clave de la utilización de las TICs en el sector turístico.

APRENDIZAJE PRÁCTICO

En esta sección realizaremos un Proyecto práctico durante el quimestre, por lo que iremos incorporando información que te permita desarrollarlo en la medida en que avancemos en las Fichas Pedagógicas. Te orientaremos en el proceso, pero tú serás el protagonista fundamental del mismo; además, te diremos cómo tu profesor o profesora evaluará de forma continua y acumulativa cada etapa del mismo. Para realizar este proceso usaremos una metodología denominada Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP)

Tus docentes y demás compañeros y compañeras son fundamentales; un proyecto no debe realizarse solo, pero en estas circunstancias de emergencia sanitaria debemos cuidarnos, así que deberás desarrollar gran parte del proceso de forma individual, pero ello no significa que no compartas inquietudes y avances tanto con docentes como con compañeros y compañeras.

Queda en tus manos, junto con el o la docente en la medida en que puedas comunicarte con él o ella, la decisión de qué proyecto desarrollarás. Te daremos un marco general relacionado con tu Figura Profesional (FIP) y deberás pensar en un problema y su posible solución, ésta debe ser algo que puedas desarrollar tú porque será tu proyecto, el cual deberá ser aceptado por tu docente.

¿Qué es el Aprendizaje Basado en Proyectos?

El Aprendizaje Basado en Proyectos (ABP) es un modelo de aprendizaje en el cual ustedes como estudiantes tienen el protagonismo en su proceso de formación, por lo que deben trabajar de manera activa en la identificación, diseño, planificación, implementación y evaluación de un proyecto que pueda ser aplicado fuera del aula de clase, específicamente en el área técnica de tu formación.

¿Por qué elaborar un proyecto?

Un proyecto te permite comprender de forma compleja los procesos de la planificación y te permite proponer la resolución de una situación o problema de tu contexto, relacionando la teoría que has aprendido, tanto en la FIP como en las asignaturas del tronco común, con actividades prácticas que te permitan afianzar conocimientos de forma significativa y permanente

¿Qué es un proyecto?

Un proyecto es una propuesta planificada, en la cual se desarrollan un conjunto de actividades a realizar de forma articulada, con el fin de resolver un problema o situación, también para producir un bien o de dar un servicio, que responda a las necesidades del entorno.

Un proyecto debe contemplar las limitaciones que existan para su desarrollo, como los materiales que requieres, el presupuesto que se debe invertir y el tiempo que tienes para ejecutarlo. Es decir, debes tomar en consideración si tienes los materiales que necesitarás, de no tenerlos, cuánto cuesta obtenerlos y si cuentas con los recursos y si tienes el tiempo suficiente para lograr los objetivos que te traces.

La idea de esta sección es que puedas desarrollar un proyecto con lo que tienes en casa o muy cerca de ella, que no requiera romper ninguna medida de bioseguridad y que no necesite ninguna inversión presupuestaria, a menos que sea absolutamente necesario y esté en tus manos poder hacerlo.

¿Cuáles son las fases del ABP?

Un proyecto tiene seis (6) fases fundamentales:



Te iremos explicando cada fase en la medida en que avancemos en las Fichas Pedagógicas del quimestre, para que puedas desarrollar tu proyecto. En la presente Ficha Pedagógica abordaremos solamente parte de la primera fase, **Presentación del Problema o Punto de Partida**, en la cual se realiza:

1. Presentación de la pregunta inicial
2. Búsqueda de información sobre el problema
3. Definición del reto y del producto final a desarrollar

4. Objetivos: general y específicos

¿Cómo comenzar?

Como dijimos, en esta primera ficha comenzaremos con parte de la fase de **Presentación del Problema** o **Punto de Partida**, específicamente con la presentación de la pregunta inicial y la búsqueda de información sobre el problema identificado. Para definir tu proyecto es necesario partir de un problema y para ello es indispensable que conozcas tu entorno, patrimonio cultural, físico, ambiental, económico, etc. Es importante que tus aprendizajes estén contextualizados, ello te motivará a comprender la aplicación de los conocimientos.

Revisemos las competencias que debes tener al finalizar tu formación en el Bachillerato Técnico de Ventas e Información Turística:

Unidad de Competencia 1	Vender paquetes y servicios turísticos.
Unidad de Competencia 2	Gestionar servicios de información turística.
Unidad de Competencia 3	Realizar actividades de asistencia y mediación de grupos.

Cada una de estas competencias responden a una necesidad dentro del área de la ventas e información turística en el Ecuador y toman en consideración una serie de elementos que pueden ser susceptibles de convertirse en un proyecto. Por ejemplo, las competencias en general hablan de generación de paquetes y servicios turísticos, la coordinación de los trámites de ventas de los productos y servicios turísticos, recopilación de información turística, socialización de los servicios, sobre cada tema puedes pensar en un problema relacionado con tu Figura

Profesional, tal vez: la escasa producción de inventarios turísticos locales. También puedes pensar en una situación relacionada con el servicio, por ejemplo: el servicio de actividades de asistencia y mediación de grupos es deficiente. Los siguientes enlaces pueden ayudarte a identificar algún problema interesante, solo si tienes la posibilidad de acceder a internet revísalos:

- <https://www.laviajeraempedernida.com/retos-sector-en-el-dia-mundial-del-turismo-pandemia/>
- <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>

Es importante que comprendas que un problema es una situación o hecho real comprobable que afecta negativamente a un contexto o población en un espacio y temporalidad determinada, que se debe solucionar o aclarar para mejorar las condiciones de dicha población. En este sentido, un proyecto plantea una solución a un problema concreto identificado.

Identifica un problema específico de tu comunidad y que se relacione con tu Figura Profesional, hazle preguntas, qué lo origina, cuáles son sus consecuencias, qué posibles soluciones tiene, una de esas soluciones puede ser tu proyecto. Para ello, debes investigar sobre tu problema y discutir con tu docente, para definir un problema que cumpla con las siguientes premisas:

1. Problema auténtico o genuino para desarrollar los proyectos
2. Vinculado a tu Figura profesional
3. Que permita trabajar los contenidos que has estado aprendiendo y los que aún te falta trabajar en este curso
4. Que pueda tener soluciones diversas, quizás tus compañeros o compañeras puedan trabajar el mismo problema desde un ángulo diferente.

El resultado final del proyecto es un producto, que sea útil y relevante en el mundo real; es decir, que no sea solamente el resultado de una actividad académica. Al final, puedes tener un producto escrito (una noticia, un informe...), un artefacto (una maqueta...), un producto digital (un vídeo, un podcast...), un servicio (el estudiante da una clase a otro alumnado más pequeño...), etc.

Una vez que has investigado sobre tu problema, y lo tienes bien identificado, estás en capacidad de responder lo siguiente de forma esquemática para que tu docente pueda evaluar y corregir, además de acompañarte en el proceso:

1. ¿Cuál es el problema que he definido? Descríbelo brevemente
2. ¿Qué origina ese problema? Y ¿Qué consecuencias tiene?
3. ¿Qué posibles soluciones tiene ese problema?
4. ¿Qué otras cosas crees que es importante investigar para definir una solución con la cual trabajar en un proyecto?

Habla con tu docente, es fundamental para darle forma a tu propuesta.

En la próxima Ficha Pedagógica definiremos el proyecto en sí y comenzaremos a planificar. Como hemos señalado, te acompañaremos en todo el proceso. **¡Éxitos!**

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Algo que recordar. (07 de enero de 2014). *El síndrome del eterno viajero*. [Archivo de Vídeo]. Youtube.
https://www.youtube.com/watch?v=7dKGcg_jBhw&feature=emb_logo
- Arenas, N. (s/f). Desafíos del sector turismo: retos ante la nueva realidad. *Blog La Viajera Empedernida*.
<https://www.laviajeraempedernida.com/retos-sector-en-el-dia-mundial-del-turismo-pandemia/>
- BOOKING. (01 de 10 de 2020). Booking. Obtenido de Booking:
https://www.booking.com/index.es.html?label=gen173nr-1BCAEoggl46AdIM1gEaEGIAQGYAQq4AQfIAQ3YQAQHoAQGIAGGoAgO4AtDThvwFwAIB0gIkMGZiYWExZTctOGQ3YS00NmU1LWEwNGUtZjRlZWl3OTU0MDk52AIF4AIB;sid=4756d0f02cd5e1e89e06c44a39b21b39;keep_landing=1&sb_price_type=total&
- Dayanita. (24 de septiembre de 2017). *Documentos mercantiles*. [Archivo de Vídeo]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=catKZNmiuBw>
- Deloitte España. (16 de enero de 2018). *El turismo del futuro – Deloitte España*. [Archivo de Vídeo]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=Hx14xCEfsk8>
- Educación a Distancia. (17 de marzo de 2017). *Formulación del Inventario de Recurso Turístico*. [Archivo de Vídeo]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=7yz69o2TceM>
- El Contador. (25 de julio de 2017). ¿Qué es la contabilidad y por qué es importante. *Blog de contabilidad y finanzas*. <http://elcontador.net>
- EcuRed. (25 de septiembre de 2020). Documento mercantil. Obtenido de Ecured: https://www.ecured.cu/Documento_mercantil
- Escuela de idiomas de kendra -Kendra's Language School. (20 de febrero de 2019). [Archivo de Vídeo]. Youtube.
<https://www.youtube.com/watch?v=tSW-xqinrKk>

- Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. (13 de marzo de 2019). *Contabilidad para Empresas Turísticas*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=u0SG9pNBXQk>
- GESTIOPOLIS. (26 de 09 de 2020). Documentos comerciales. Qué son, tipos, características y ejemplos. Obtenido de Gestipolis: <https://www.gestiopolis.com/que-son-documentos-comerciales/>
- TRIPADVISOR. (01 de 10 de 2020). Tripadvisor. Obtenido de Tripadvisor: <https://www.tripadvisor.com>
- M. O. (04 de marzo de 2014). Principios y normativa contable. *Contabilidad básica*. <http://elprofedeconta.blogspot.com/p/principios-y-normativa-conbtable.html>
- Matos, R. (16 de noviembre de 2013). Innovación en la promoción turística en medios y redes sociales. *Blog del Executive MBA Empresas sector Turístico*. <https://www.eoi.es/blogs/embatur/2013/11/16/innovacion-en-la-promocion-turistica-en-medios-y-redes-sociales-2/>
- MasterD. (16 de marzo de 2012). *Inglés turístico: Cómo realizar reservas / MasterD*. Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=pNs7uOvAL5k>
- MINISTERIO DE TURISMO. (2018). Manual de atractivos turísticos. Recuperado de: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/MANUAL-ATRATIVOS-TURISTICOS.pdf> SIGMMA (19 de febrero de 2018). Conceptos básicos de Contabilidad para Agencia de Viajes.
- MINISTERIO DE TURISMO. (15 de 09 de 2020). Ecuador. Obtenido de Servicios Turismo:
 - <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/30-servicios-mintur>
- PROMPERÚ Oficial. (19 de noviembre de 2019). *Canales de venta digitales para el sector turístico*.
- [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=MqEV5YoMM44>
- Ramos, X. (10 de mayo de 2020). Coronavirus frenó al turismo cuyos ingresos caerán un 70 % en Ecuador durante el 2020. *El Universo*. <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/05/10/nota/7836018/turismo-galapagos-ecuador-covid-19>

- SENA. (14 de marzo de 2013). *Vocabulario en inglés de uso frecuente en la atención al cliente*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=Vp9ooECnzQ0SIGMMA>. <http://web.sigmma.net/nota/253/conceptos-bsicos-de-contabilidad-para-agencia-de-viajes.html>
- USAccent. (16 de noviembre de 2018). *Inglés Básico-Clase 10: Turismo: Oraciones Típicas y Ejercicios*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=61tCz9ja3Bk>
- Vidal, B. (05 de diciembre de 2019). Turismo y tecnología: cómo la tecnología revoluciona al sector turístico. *We are marketing. Global Growth Agents*. <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>
- Visit Ecuador and its Galapagos Islands. (21 de mayo de 2020). *Te prometo Ecuador*. [Archivo de Vídeo]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=gxDLSNrvl6A>