1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Guianza Turística.
- **Código del Programa de Formación:** 634122.
- **Nombre del Proyecto:** Diseño y operación integral de actividades guiadas en escenarios de patrimonio cultural y natural.
- **Fase del Proyecto:** Fase Control.
- **Actividad de Proyecto 10:** Diseñar y aplicar herramientas de control y evaluación para actividades realizadas.
- **Competencia:**

  260201003: Controlar el desarrollo de los programas de acuerdo a los objetivos propuestos.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201003-02: Verificar el cumplimiento del desarrollo del programa de acuerdo con normas, protocolos y metas establecidas.

  260201003-04: Elaborar informe del desarrollo del programa turístico para el mejoramiento continuo de la actividad según políticas de la organización.

- **Competencia:**

  260201020: Prestar el servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201020-09: Realizar la evaluación de la actividad de acuerdo con la política de la organización.

- **Duración de la Guía:** 131 horas (16 días).

Este es un programa de formación en modalidad a distancia, en el que se trabajará un **30 %** presencial y un **70 %** virtual. Esto significa que para cada guía de proyecto, además del acompañamiento sincrónico en la plataforma, deberá presentarse al centro de

formación que le corresponda para realizar actividades de carácter presencial con los instructores. Para obtener información sobre los encuentros presenciales que se realizarán debe comunicarse con las diferentes sedes o centros de formación asignados en el país, los cuales le informarán sobre las fechas determinadas para estos encuentros.

Para el desarrollo de las actividades virtuales, contará en la plataforma con el acompañamiento directo (sesiones colaborativas) e indirecto del instructor o los instructores, por lo que deberá establecer un tiempo de dedicación para el estudio, la lectura y la construcción de las evidencias propuestas para esta actividad de proyecto, así podrá garantizar el logro de los objetivos de formación.

En el caso de esta guía de proyecto se tiene estimado trabajar aproximadamente (25 horas) presenciales, las cuales serán programadas en el centro de formación para lograr los resultados de aprendizaje asociados a esta **Actividad de proyecto 10: Diseñar y aplicar herramientas de control y evaluación para actividades realizadas**.

Para las actividades presenciales podrá contar con el acompañamiento del instructor o instructores, lo que permitirá ampliar información relacionada con los diferentes temas abordados en los materiales de formación, en las evidencias de aprendizaje, y asimismo se realizará trabajo de campo para el desarrollo de los desempeños asociados a las competencias.

2. PRESENTACIÓN

En esta actividad de proyecto se abordarán temas que permitirán desarrollar competencias evaluativas para el control sobre los servicios prestados, verificando que lo planificado en el objetivo propuesto para cada una de las actividades haya sido alcanzado de manera satisfactoria. El diseño, la gestión y la aplicación de herramientas de control requiere de un respaldo basado en elementos con valor agregado; el estudio, análisis y el mejoramiento continuo de cada actividad permitirá abordar desempeños relacionados con procesos estadísticos arrojados por el sector, aportando conclusiones y propuestas novedosas, direccionadas hacia la prestación de servicios con sentido de calidad y excelencia.

El manejo del informe final del servicio es un aporte significativo que apoya el ingreso de datos para su posterior reflexión en el análisis estadístico, con el fin de redefinir estrategias y ajustes de planeación para la ejecución de nuevas actividades y el control de lo ya establecido de acuerdo a los parámetros de calidad definidos por la entidad prestadora del servicio.

Con el logro de las competencias presentadas para esta actividad de proyecto, se espera contar con un guía de turismo capaz de ejercer control y de actuar con suficiencia al evaluar cada una de las actividades guiadas por él en escenarios culturales y naturales.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Control / Actividad de proyecto 10: Diseñar y aplicar herramientas de control y evaluación para actividades realizadas. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En esta guía adquirirá de manera activa, participativa y colaborativa los conocimientos requeridos para diseñar y aplicar herramientas de control y de evaluación para las actividades realizadas, logrando alcanzar los siguientes resultados de aprendizaje:

260201003-02: Verificar el cumplimiento del desarrollo del programa de acuerdo con normas, protocolos y metas establecidas.

260201003-04: Elaborar informe del desarrollo del programa turístico para el mejoramiento continuo de la actividad según políticas de la organización.

260201020-09: Realizar la evaluación de la actividad de acuerdo con la política de la organización.

Para lograr dichos resultados, se propone la realización de las siguientes actividades de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje presencial: Retroalimentar al aprendiz sobre las actividades realizadas en el alistamiento y ejecución del guionaje.

- Taller de la presencialidad.

Actividad de aprendizaje 26: Verificar la calidad de los recursos utilizados en el servicio contratado.

Actividad de aprendizaje 27: Elaborar informe general de procesos con base en análisis estadísticos de los servicios, donde usted entregará una evidencia:

- **Evidencia 1:** Informe “Presentar el informe final del recorrido”.

Actividad de aprendizaje presencial: Retroalimentar al aprendiz sobre las actividades realizadas en el alistamiento y ejecución del guionaje.

Taller de presencialidad

Este taller tiene como propósito generar una retroalimentación en el desempeño de los aprendices con el acompañamiento del instructor, resolviendo las inquietudes presentadas durante el desarrollo de la actividad de proyecto, por lo que no genera evidencia en sí, pero servirá en la elaboración del informe final del recorrido que debe presentar como evidencia para las actividades de aprendizaje: Actividad de aprendizaje 26: Verificar la calidad de los recursos utilizados en el servicio contratado y Actividad de

aprendizaje 27: Elaborar informe general de procesos con base en análisis estadísticos de los servicios.

Para el desarrollo de las actividades presenciales de esta guía de proyecto, se tiene estimado trabajar aproximadamente 25 horas, las cuales serán programadas por el centro de formación; recuerde consultar con el instructor las fechas determinadas para estos encuentros y tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Revisar el cronograma de encuentros presenciales que se encuentra en la plataforma (LMS).

2. Informarse en el encuentro presencial sobre las actividades a desarrollar.

3. Tenga en cuenta las características de los encuentros presenciales, las cuales incluyen:

    - Taller de presencialidad para el cierre de las actividades con la retroalimentación del desempeño de los aprendices.

    - Resolver inquietudes del informe final del servicio de guianza turística.

4. Asistir a los encuentros presenciales y participar de las actividades propuestas por los instructores.

3.1 Actividad de aprendizaje 26: Verificar la calidad de los recursos utilizados en el servicio contratado.

Antes de dar inicio al proceso de aprendizaje, es importante apropiar los conceptos que se desarrollan en el material de formación “Informe final de la prestación del servicio de guianza”.

El guía de turismo tiene el deber de elaborar y de presentar informes del desarrollo de las actividades realizadas en las instancias respectivas, con el propósito de verificar que se haya cumplido con lo requerido por el servicio prestado.

Teniendo en cuenta el texto anterior, participe en el **Foro de reflexión “Reconocimiento de saberes”** y argumente su punto de vista frente a los siguientes interrogantes:

1. ¿Qué aspectos considera que el guía debe verificar una vez se haya finalizado el recorrido?

2. ¿Por qué cree importante realizar la evaluación de la actividad realizada?

Nota: las actividades descritas son de autorreflexión y autoconocimiento y tienen como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la actividad de proyecto. Por lo tanto no son calificables.

Este foro se encuentra ubicado en la opción del menú principal: Foros de discusión / Foro de reflexión “Reconocimiento de saberes”.

3.2 Actividad de aprendizaje 27: Elaborar informe general de procesos con base en análisis estadísticos de los servicios.

Para elaborar el informe general de procesos con base en los análisis estadísticos de los servicios, es importante proporcionar a todos los involucrados en la prestación del servicio una visión realista basada en datos que permitan establecer la calidad y el rendimiento de los servicios prestados.

Después de haber comprendido, reflexionado y apropiado los conceptos más importantes, está en capacidad de evidenciar el logro del aprendizaje y de aplicar procedimientos que garanticen seguridad y funcionamiento de acuerdo a los requerimientos preestablecidos.

Presentar el informe final del recorrido

El informe final de servicios es una herramienta muy importante para el prestador de servicios turísticos, puesto que le sirve de soporte para verificar cómo fue desarrollado y prestado el servicio en la guianza turística y a partir de él, tomar decisiones de mejora, permitiéndole obtener ventajas competitivas frente a otras empresas prestadoras del mismo servicio, así como lograr el incremento en los niveles de satisfacción en la atención del turista.

La evaluación del proceso permite redefinir estrategias y hacer ajustes de planeación a tener en cuenta para la ejecución de nuevas actividades de guianza; asimismo se aplica un control de lo ya establecido de acuerdo a los parámetros de calidad definidos por la entidad prestadora del servicio.

Con el desarrollo de esta evidencia se espera que el guía de turismo aplique los conocimientos adquiridos en esta actividad de proyecto sobre cómo evaluar cada una de las actividades del recorrido, verificando que se haya dado el debido cumplimiento al programa establecido.

Para cumplir con esta evidencia, debe hacer lo siguiente:

1. Elabore un informe final del recorrido programado anteriormente; este debe incluir al menos los siguientes aspectos.

    - Fecha del recorrido.

- Nombre del grupo.
- Nombre del recorrido.
- Número de PAX (pasajeros).
- Reporte de novedades.
- Relación de gastos.
- Devolución de recursos.
- Análisis de los resultados de la evaluación de la prestación del servicio de guianza; para ello puede apoyarse en el documento “Presentación, discusión y análisis de los resultados” disponible en el material complementario o cualquier otro documento sobre análisis de datos cualitativos y cuantitativos, dependiendo del tipo de herramienta que eligió en la Evidencia 5: Herramienta “Evaluar la presentación del servicio de guianza” de la actividad de proyecto 7 y demás información que considere pertinente y necesaria para el desarrollo de la evidencia.

2. Anexe al informe los siguientes soportes debidamente diligenciados:
   - Soportes de pagos realizados, esto es facturas y demás documentos necesarios para soportar la relación de gastos.
   - Solicitud de recursos.
   - Lista de PAX.
   - Soportes de la herramienta con la que evaluó el servicio.
3. Envíe al instructor el informe final con los soportes solicitados a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Informe final de la prestación del servicio de guianza”, material complementario “Presentación, discusión y análisis de los resultados”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Informe “Presentar el informe final del recorrido”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Control / Actividad de proyecto 10: Diseñar y aplicar herramientas de control y evaluación para actividades realizadas / Evidencia 1: Informe “Presentar el informe final del recorrido”.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de conocimiento: **Evidencia 1:** Informe “Presentar el informe final del recorrido”.	• Evalúa el cumplimiento del programa empleando indicadores de medición establecidos por la organización. • Realiza la evaluación del programa desarrollado con su grupo de trabajo. • Realiza evaluación al final del recorrido aplicando instrumentos diseñados por la organización según políticas y normatividad vigente. • Elabora y presenta informes empleando tecnologías de la información y la comunicación de acuerdo con normas y protocolos. • Analiza la información obtenida proponiendo mejoras a las situaciones críticas de acuerdo con los protocolos establecidos por la organización. • Reintegra recursos físicos y financieros según procedimientos establecidos	**Lista de verificación:** Informe.

	por la empresa.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Bitácoras: son cuadernos en los cuales los estudiantes, creadores y trabajadores de empresas desarrollan su trabajo o anotan cualquier información que se considere puede resultar útil.

Factura de pago: recibo donde se detallan los servicios prestados y su precio ofrecido al cliente como soporte del pago realizado.

Formato de entrega de equipos: es el documento que se debe diligenciar para hacer entrega de los equipos que se tienen a cargo para realizar un servicio.

Formatos de solicitud de equipos: son los utilizados por las empresas para soportar la solicitud de algún equipo que se requiera utilizar en algún servicio.

Lista de pasajeros: es un formato que describe una lista de personas o turistas con sus nombres, apellidos y nacionalidad, la cual está a cargo del guía de turismo.

Ordenes de servicio: documento donde se reportan las actividades realizadas como parte del servicio a ejecutar.

Recibo de consignaciones: es un comprobante que elaboran los bancos y que suministran a los clientes para que lo diligencien al consignar. El original queda en el banco y una copia con el sello del cajero o el timbre de la máquina registradora, sirve para la contabilidad de la empresa que consigna.

Soportes: son los documentos que sirven como base para registrar las operaciones comerciales de una empresa.

Tiquete de entrada a sitios y atractivos: documento que da derecho para entrar en algún sitio turístico.

Váucher: es una orden de servicio.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. (s.f.). *Plan de mejoras*. *Herramienta de trabajo.* Recuperado de http://www.uantof.cl

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Adriana Milena Mesa	Líder Expertos técnicos	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío.	Noviembre de 2017

Autores	Piedad Álvarez Jaramillo	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Lina Eugenia Arango Narváez	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío.	
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	
	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor	Diana Carolina León Romero	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío	Diciembre de 2017	Revisión y ajustes pedagógicos.
	Gloria Amparo	Asesora	Línea de		Revisión y

	López Escudero	pedagógica	producción Quindío		ajustes pedagógicos.
	Rachman Bustillo Martínez	Guionista	Línea de producción Quindío		Revisión y ajustes de estilo y referencias.


Tecnólogo en
Guianza Turística
Informe final de la prestación del servicio de guianza
SENA
BY NC SA



Tabla de contenido

Introducción **3**

Mapa conceptual **4**

1. Informe final del servicio **5**
Concepto de informe final del servicio 5
Objetivo del informe final 5
Importancia del manejo del informe final de servicio 5
Soportes del informe final 6

2. Plan de mejora **7**
¿Qué es un plan de mejora? 7
Pasos para la elaboración de un plan de mejoras 8

Referencias **9**



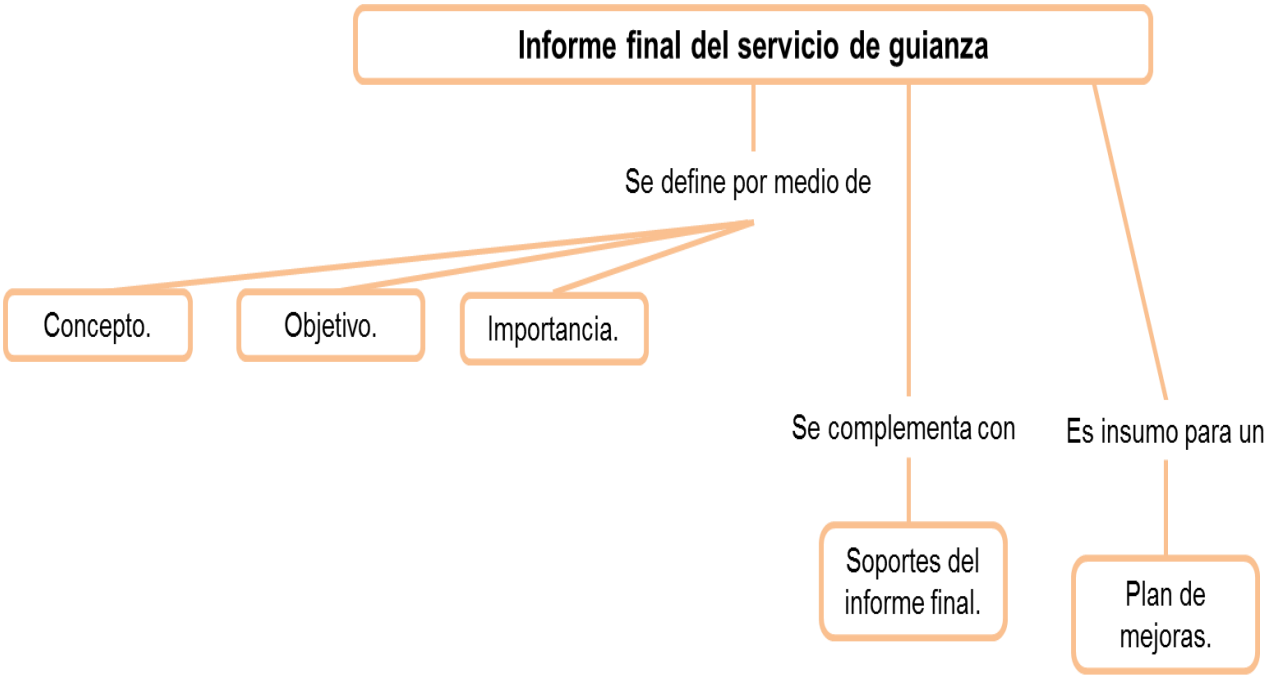
Introducción

El propósito de este contenido es conocer y comprender qué tan importante es elaborar un informe final en las actividades de la guianza turística, lo que permite diseñar y aplicar herramientas de control y de evaluación para las actividades realizadas.

El guía de turismo tiene el deber de elaborar y de presentar informes de desarrollo de las actividades realizadas en las instancias respectivas, con el propósito de verificar que se haya cumplido con lo requerido por el servicio prestado.

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación:



1. Informe final del servicio

Concepto de informe final del servicio

El informe final de servicios es una herramienta muy importante para el prestador turístico porque le sirve de soporte para verificar cómo fue desarrollado y prestado el servicio en la guianza turística, al igual que conocer la satisfacción del visitante y tener una mirada general de todos los aspectos relevantes, para a partir de ahí, tomar decisiones de mejora, lo cual permite obtener ventajas competitivas frente a otras empresas prestadoras de servicios, así como incrementar los niveles de satisfacción en la atención del turista.

Objetivo del informe final

Para realizar proyecciones, establecer estrategias y proponer mejoras, es necesario conocer el estado actual de las cosas; es por eso que para el proceso de gestión de informes, el objetivo principal es proporcionar a todos los involucrados en la prestación del servicio, una visión realista basada en datos que permitan establecer la calidad y el rendimiento de los servicios prestados.

Por lo tanto el propósito del informe final es mantener notificados de una manera puntual a los directivos y al personal de la organización, acerca de la calidad, el rendimiento de los servicios prestados y el alcance de lo planificado; asimismo es una herramienta de evaluación y de autoevaluación del guía de turismo, la cual le servirá para una continua mejora de su labor.

Importancia del manejo del informe final de servicio

Es importante que el prestador de servicios turísticos lleve un registro de las actividades realizadas, lo cual permita al momento de la finalización, elaborar el informe final, el cual el guía de turismo deberá presentar a su jefe inmediato.

La importancia de los informes finales tiene que ver con lo siguiente:

- Garantizar que todos los responsables de la gestión de los servicios dispongan del conocimiento necesario para tomar decisiones al respecto.
- Disponer de todas las formas para evaluar la calidad de los servicios prestados.
- Crear un marco unificado para la generación y difusión de informes que simplifiquen el acceso a la información.

Los beneficios de una adecuada gestión del informe final son:

- Ofrecer a la empresa un conjunto de posibilidades sobre el estado de los servicios prestados.

- Facilitar la toma de decisiones estratégicas con base en información objetiva.

- Comunicar la percepción de los clientes y usuarios sobre la calidad de los servicios ofrecidos.

Soportes del informe final

Los soportes son documentos que sirven como base para registrar el cumplimiento de las actividades que se realizan, y aunque no siempre son solicitados, en general son aquellos que requieren la agencia de viajes para verificar, certificar y dar por terminado un servicio de guianza; estos pueden ser:

- Facturas de pagos: son recibos donde se detallan los servicios prestados y el precio que se ofrece al cliente; este es el soporte que muestra el pago por los servicios contratados (alimentación, hoteles, entradas a atractivos, imprevistos, entre otros).

En Colombia para que las facturas sean válidas como soporte contable deben contener la siguiente información:

- Deben decir expresamente “Factura de venta” (preimpreso).

- Apellidos, nombre o razón social y NIT (Número de Identificación Tributaria) del vendedor o de quien preste el servicio (preimpreso).

- Numeración consecutiva de las facturas (preimpreso).

- Fecha de expedición.

- Descripción de los artículos vendidos o de los servicios prestados.

Existen también documentos equivalentes a la factura tales como:

- Los tiquetes de máquinas registradoras.

- Las boletas de ingreso a espectáculos públicos.

- Los tiquetes de servicio de transporte de pasajeros.

- Las pólizas de seguros.

- Los tiquetes expedidos para cobro de peajes.

- Lista de pasajeros (lista de PAX): es un formato que describe una lista de personas o turistas con sus nombres, apellidos y nacionalidad, la cual está a cargo del guía turismo y que sirve como control de asistencia. En algunos casos es solicitado por la agencia para realizar liquidaciones sobre pasajeros.

- Bitácoras del guía de turismo: son los cuadernos de registros de novedades en un recorrido; con base ellos se elabora gran parte del informe final (una de sus importantes funciones).

- Herramientas de evaluación del servicio: estas pueden ser encuestas, grabaciones o demás herramientas que se hayan diseñado para obtener información acerca de la satisfacción del turista.

Los anteriores son algunos de los formatos o documentos que hacen parte del informe final; no sobra recordar que cada agencia tiene su propio esquema de informe y que de igual manera cada una está en libertad de solicitar diferentes soportes.

Formato para informe final de servicio

Los formatos para informes finales se enfocan en apoyar y facilitar el proceso de control y evaluación de los resultados; en ellos se registra el desempeño y ejecución de las actividades propuestas para cada uno de los compromisos adquiridos, soportando el cumplimiento de los objetivos propuestos y el impacto logrado, tanto en la ejecución, como en los receptores del servicio.

Los informes finales pueden construirse sobre plantillas elaboradas en programas de texto o cualquier otra de su preferencia; depende mucho de los criterios y protocolos de cada agencia de viajes, sin embargo si el guía de turismo no está contratado por una, se le recomienda tener un estándar diseñado de informe final para presentar a quien contrata.

El informe debe tener la información solicitada, la cual mínimamente debe contener: fecha del recorrido, grupo, nombre del recorrido, número de PAX, reporte de novedades, relación de gastos, devolución de recursos, análisis de los resultados de la evaluación de la prestación del servicio de guianza y los demás que el guía considere importantes para evidenciar las actividades realizadas.

Para complementar los informes es posible emplear elementos que ayuden a confirmar la ejecución de las actividades realizadas, o en el caso de las eventualidades, documentarlas, por medio de: fotos, audios, videos y demás ayudas, tantas como sean posibles.

La presentación del informe final es uno de los aspectos que ayudan a afianzar las capacidades profesionales y para la contratación puede ser un factor diferenciador que permita a una agencia de viajes contratar los servicios de una guía de turismo.

2. Plan de mejora

¿Qué es un plan de mejora?

El plan de mejoras integra la decisión estratégica sobre cuáles son los cambios que deben incorporarse a los diferentes procesos de la organización para que sean

traducidos en un mejor servicio percibido. Dicho plan, además de servir de base para la detección de mejoras, debe permitir el control y seguimiento de las diferentes acciones a desarrollar, así como la incorporación de acciones correctoras ante posibles contingencias no previstas. (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación, s.f.)

La agencia de viajes es la encargada de llevar a cabo las acciones de mejora del plan, siendo el guía un participante en todo el ciclo de servicio, volviéndose importante su participación en muchas de las acciones en campo, las cuales seguramente serán de su competencia y por el mismo motivo es que se debe conocer el plan de mejoras y su papel dentro de él.

Cuando el guía ejerce su labor de manera independiente puede también tener su propio plan de mejoras, o al menos tener un método donde identifique y ponga en ejecución acciones de mejora que propendan por la buena ejecución de los recorridos.

Pasos para la elaboración de un plan de mejoras

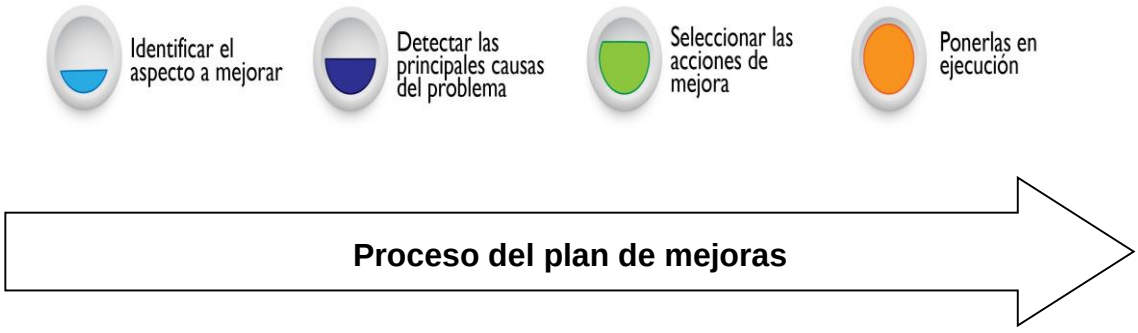
Como se ha dicho anteriormente, es la agencia de viajes quien elabora y lleva a cabo las acciones del plan de mejora, pero de igual manera el guía de turismo debe tener su propio método de acciones de mejora; para ello, a continuación se identifican algunos de los pasos para su elaboración:

1. Identificar el aspecto a mejorar: la clave reside en la identificación de las áreas de mejora.

2. Detectar las principales causas del problema: indagar sobre la causa que originó el problema.

3. Seleccionar las acciones de mejora: el paso siguiente será seleccionar las posibles alternativas de mejora para posteriormente priorizar las más adecuadas.

4. Ponerlas en ejecución: la ejecución del plan de mejoras está a cargo de la agencia de viajes que contrató los servicios. En caso que el guía diseñe y ejecute sus propios recorridos, es necesario asimismo aplicar procesos de mejora.



Proceso del plan de mejoras

Fuente: SENA

Referencias

Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación. (s.f.). *Plan de mejoras*. *Herramienta de trabajo.* Recuperado de http://www.uantof.cl

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores	Lina Eugenia Arango Narváez	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	Noviembre de 2017
	Piedad Álvarez Jaramillo	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	
	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos.	

			Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Diciembre de 2017

UNIVERSIDAD DE LOS ANDES
FACULTAD DE ODONTOLOGIA
MERIDA EDO. MERIDA

PRESENTACIÓN, DISCUSIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS

Integrantes:
Maria A. Lanzellotti L.
Daniela Paz U.
Mariana Sosa P.

Mérida, Febrero 2010.

PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

Se describe el estudio a otras personas y representan la culminación del proceso de investigación.

- La descripción narrativa.
- El soporte de las categorías.
- Elementos gráficos.

PRINCIPALES FORMAS DE EXPOSICION NARRATIVA EN LA PRESENTACION DE RESULTADOS DE ESTUDIOS CUALITATIVOS

- Secuencia cronológica (por etapas).
- Por temas.
- Por relación entre temas.
- Por un modelo desarrollado.
- Por contextos.
- Por actores.
- En relación con la literatura (comparar con el marco teórico).
- En relación con cuestiones futuras que deben ser analizadas.
- Por la visión de un actor central.
- A partir de un hecho relevante.

SECUENCIA INDUCTIVA PARA PRESENTAR LOS RESULTADOS

Unidades y categorías.



Relación entre categorías.



Temas.



Relaciones entre temas.



Patrones y descubrimientos.



Dependencia, credibilidad, transferencia y confirmabilidad.

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS EN UNA INVESTIGACION CUANTITATIVA

Los sistemas y métodos más utilizados para presentar los resultados son:

- Gráficos de líneas.
- Pictografos o pictogramas.
- Gráficos de barra y gráficos circulares.

PRESENTACION DE LOS RESULTADOS EN UNA INVESTIGACION CUANTITATIVA

- Para esto deben seguirse una secuencia de enumeración y observar el principio básico:

"Una buena figura es sencilla, clara y no estorba la continuidad de la lectura".

- Las tablas, cuadros, figuras, y cuadros tendrán que enriquecer el texto en lugar de duplicarlo, comunican los hechos esenciales, son fáciles de leer y comprender a la vez que son consistentes.

GRÁFICOS DE LÍNEAS O DIAGRAMAS LINEALES.

Utilizados en series cronológicas y distribuciones de frecuencia.
Estos son de dos clases:

- Los diagramas que representan series de datos acumulativos, como las producciones y las rentas.
- Los diagramas que representan series de datos instantáneos, tales como inventarios y temperatura.



Estos gráficos son un instrumento estadístico de gran utilidad para dar una idea global sobre una situación estadística, los datos que proporcionan son aproximados.

PICTOGRAMAS O PICTÓGRAFOS.

Es una representación de datos estadísticos por medio de símbolos, que por su forma sugiere la naturaleza del dato. Se utiliza para mostrar comparaciones impactantes, con el fin de atraer la atención del público.

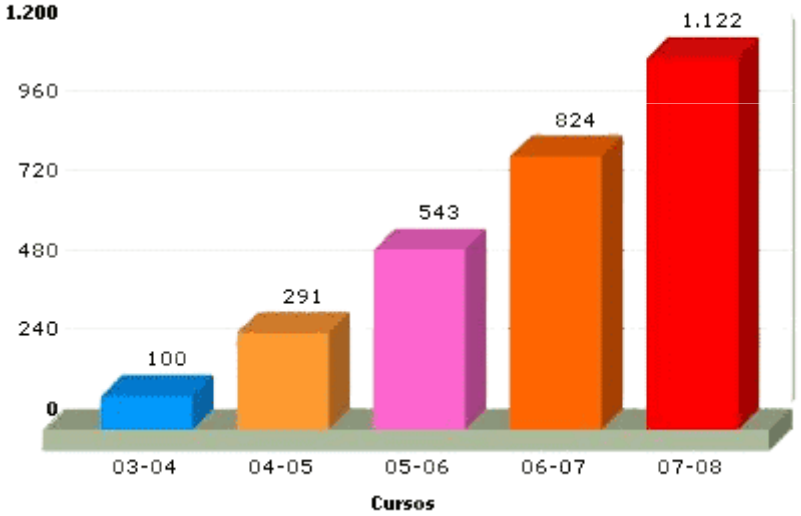
Estos no sirven para análisis serio de estadística.

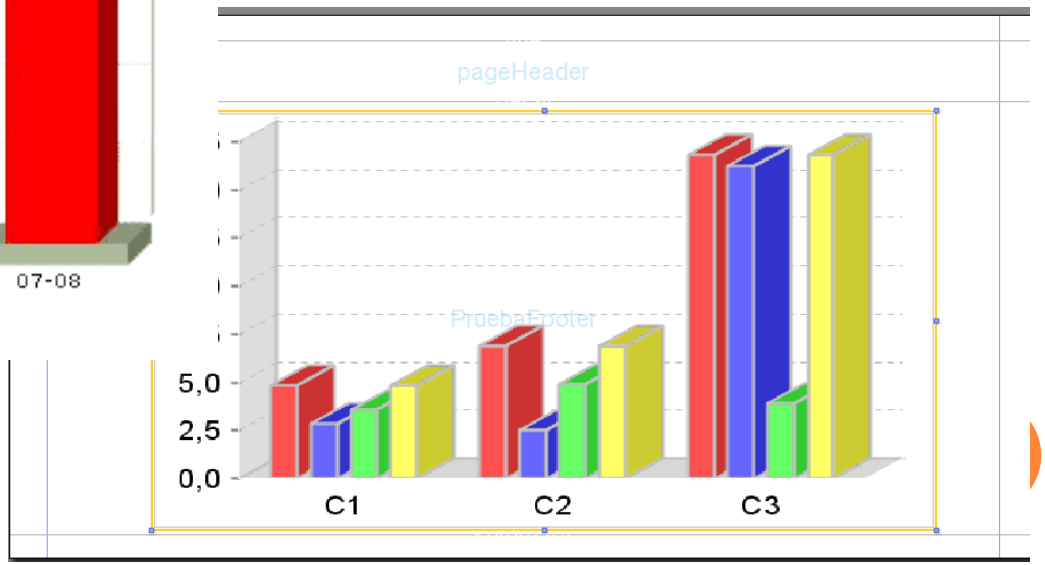




GRÁFICOS DE BARRAS.

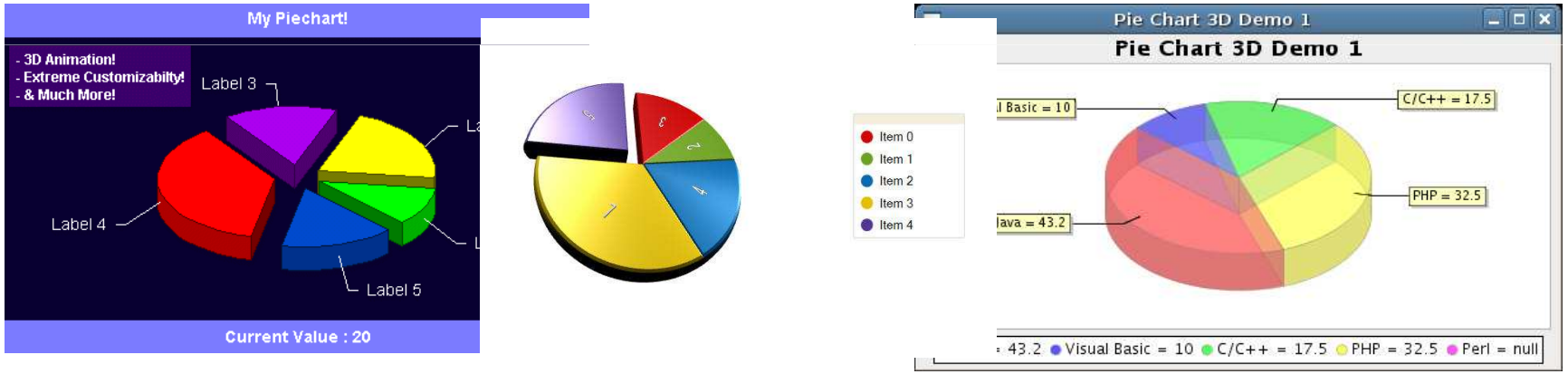
Estas son menos llamativas que las figuras de los pictogramas, pero en cambio proporcionan mas información y permiten una apreciación estadísticas más rigurosa. Deben tener buena apreciación visual y buen sentido.





GRÁFICOS CIRCULARES O DIAGRAMAS DE PASTEL.

Se utilizan para representaciones graficas de distribuciones porcentuales. Para emplear secuencias cronológicas, es necesario dibujar círculos de igual radio, mostrando en cada círculo la correspondiente distribución porcentual, entendiendo que el círculo completo tiene un área equivalente al 100%.

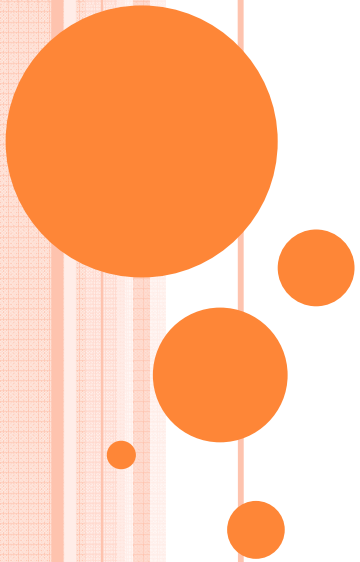


A veces los resultados se presentan en el mismo orden que fueron formuladas las hipótesis o las variables, y frecuentemente se muestra primero la estadística descriptiva y luego el resto de los análisis.

DISCUSIÓN
ANALISIS DE LOS DATOS

ANALISIS DE LOS DATOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

En el proceso cualitativo la recolección y el análisis de los datos ocurren prácticamente en paralelo; además no es estándar, ya que cada estudio requiere de un esquema propio de análisis.



ANALISIS DE LOS DATOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

1. Recolección de datos: generalmente son narraciones de tipo visual, auditivas, textos escritos y expresiones verbales y no verbales.

1. Revisión y organización de los datos:

- Cronológico.
- Por sucesión de eventos.
- Por tipo de datos.
- Por ubicación del ambiente.

ANALISIS DE LOS DATOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

1. Realización de una bitácora de análisis.

1. Codificación o categorización de los datos: en este paso se asignan unidades de análisis a categorías de análisis.

   - Primer plano: se codifican unidades en categorías.

   - Segundo plano: se comparan las categorías para agruparlas en temas

ANALISIS DE LOS DATOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

5. Descripción, significado y relación de las categorías y los temas asi como la frecuencia en que aparecen.

6. Enmarcar el contexto, la situación y el evento

interpretación de datos

ANALISIS DE LOS DATOS EN UNA INVESTIGACION CUALITATIVA

- En el análisis cualitativo, la confiabilidad y la validez no son producto de pruebas estadísticas, sino que se originan mediante una valoración del proceso de análisis.

- En la actualidad contamos con excelentes herramientas como los programas computarizados para este tipo de análisis; entre estos tenemos: Atlas/ ti, The Etnograph, Nud*ist y Decision Explorer.

RECOLECCION DE LOS DATOS

(entrevistas, grupos de enfoque, observaciones, anotaciones)

ORGANIZACION DE LOS DATOS

Determinar criterios de organización

Organizar datos de acuerdo a criterios

PREPARAR LOS DATOS PARA EL ANALISIS

Limpiar grabaciones de ruidos, filtrar videos

Transcribir datos verbales en texto

Realizar bitácora

REVISION DE LOS DATOS (LECTURA Y OBSERVACION)

Obtener un panorama general de los materiales

DESCUBRIR LAS UNIDADES DE ANALISIS

CODIFICACION DE LAS UNIDADES

Localizar unidades y asignarles categorías y códigos

DESCRIBIR LAS CATEGORIAS CODIFICADAS QUE EMERGEN DEL PRIMER NIVEL: conceptualizaciones, definiciones, significados, ejemplos.

CODIFICACION DE LAS CATEGORIAS SEGUNDO NIVEL: agrupar categorías codificadas en temas y patrones, relacionar categorías, ejemplificar temas, patrones y relaciones con unidades de análisis.

GENERAR TEORIAS, HIPOTESIS Y EXPLICACIONES.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

La elección del tipo de análisis que habremos de realizar depende de los datos recolectados,

Datos cuantitativos	→	Análisis cuantitativo.
Datos cualitativos	→	Análisis cualitativo.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

Análisis cuantitativo de los datos:

- Se lleva a cabo sobre la matriz de datos utilizando un programa computacional.

- El énfasis se centra en la interpretación de los métodos de análisis cuantitativo y no en los procedimientos de cálculo.

- El investigador realiza un análisis de estadística descriptiva para cada una de sus variables y luego describe la relación entre éstas.

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS DATOS

- Según la Muestra obtenida en la Investigación, se decidirá el tipo de análisis a utilizar:

Muestra es probabilística → análisis estadístico inferencial y descriptivo.

Muestra es no probabilística → análisis estadístico.

ANÁLISIS CUANTITATIVO DE LOS DATOS

Análisis estadístico inferencial

Es el método y conjunto de técnicas que se utilizan para procesar datos y obtener conclusiones que sobrepasan los límites de los conocimientos aportados por los datos.

Para el tipo estadístico inferencial pueden realizarse dos tipo de análisis:

- Paramétricos
- No paramétricos.

Cada tipo posee sus características y presuposiciones que los sustentan.

En una misma investigación es posible llevar a cabo los 2 tipos de análisis.

ANÁLISIS PARAMÉTRICOS

1. La distribución poblacional de la variable dependiente, es normal. El universo tiene una distribución normal, lo cual constituye un indicador del lado de la curva en el que las frecuencias se agrupan más y el valor de la media es igual o lo más cercano a “cero”.
2. El nivel de medición de la variable dependiente es por intervalo o razón.
3. Cuando dos o más poblaciones son estudiadas, tienen una varianza homogénea: las poblaciones en cuestión poseen una dispersión similar en sus distribuciones.

ANÁLISIS PARAMÉTRICOS

Las pruebas estadísticas paramétricas más utilizadas son:

- Coeficiente de correlación de Pearson.
- Regresión lineal.
- Prueba T.
- Prueba de contraste de la diferencia de proporciones.
- Análisis de varianza unidireccional (ANOVA Oneway). Análisis de varianza factorial (ANOVA).
- Análisis de covarianza.



Análisis No Paramétricos

1. La mayoría de estos análisis no requieren de presupuestos acerca de la forma de la distribución poblacional. Aceptan distribuciones no normales.

1. Las variables no necesariamente tienen que estar medidas en un nivel por intervalos o de razón; pueden analizar datos nominales u ordinales.

1. Si se quieren aplicar análisis no paramétricos a datos por intervalos o razón, estos se resumen a categorías discretas. Las variables deben ser categóricas.



ANÁLISIS NO PARAMÉTRICOS

Pruebas no Paramétricas:

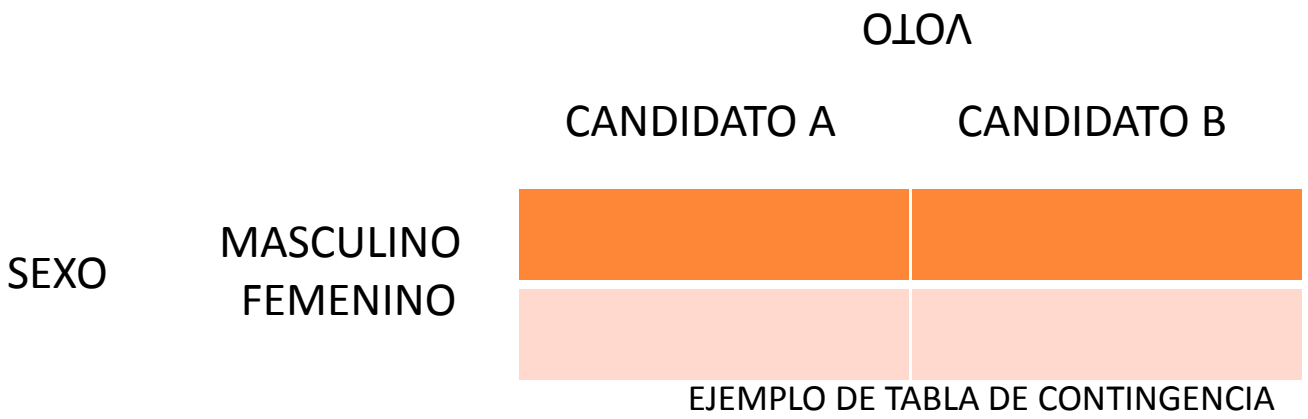
- La ji cuadrada o x^2 :

  Es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre 2 variables categóricas.

  - Se simboliza x^2 hipótesis a probar correlaciónales.
  - Variables involucradas 2.
  - Nivel de medición de las variables es nominal u ordinal.



Esta prueba se calcula por medio de una tabla de contingencia o tabulación cruzada, que es un cuadro de 2 dimensiones, y cada dimensión contiene una variable. A su vez, cada variable se subdivide en 2 o más categorías.



EJEMPLO DE TABLA DE CONTINGENCIA

Análisis No Paramétricos

- Coeficientes de correlación e independencia para tabulaciones cruzadas:

  Sirve para evaluar si las variables incluidas en la tabla de contingencia o tabulación cruzada están correlacionadas.

- Coeficientes de correlación por rangos ordenados Spearman y Kendall:

  Rho de spearman, simbolizado como rs, y TAU simbolizados como t, son medidas de correlación para variables en un nivel de medición ordinal, de tal modo que los individuos u objetos de la muestra puedan ordenarse por rangos (jerarquía).



MUESTREO NO PROBABILISTICO → ANALISIS DESCRIPTIVO

ESTADISTICA DESCRIPTIVA

Método para obtener, de un conjunto de datos, conclusiones sobre los mismos sin que sobrepase el conjunto de conocimientos que proporcionan esos datos. Su estudio incluye el de las técnicas de recolectar, presentar, analizar e interpretar los datos.

MÉTODOS ESTADÍSTICOS

DISTRIBUCION DE FRECUENCIAS

MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL

MEDIDAS DE VARIABILIAD

DISTRIBUCIÓN DE FRECUENCIA

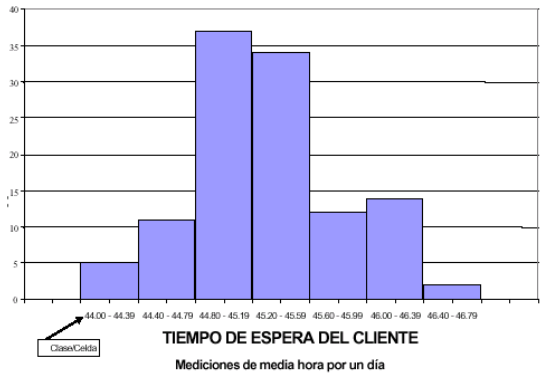
Es un conjunto de puntuaciones ordenadas en sus respectivas categorías.

Es un método estadístico para estudiar el comportamiento de un conjunto de datos, y consiste en ordenarlo en intervalos indicando el número de datos comprendidos en cada clase.

DISTRIBUCIONES DE FRECUENCIA

HISTOGRAMAS

Representación grafica de las frecuencias de clase, por medio de áreas de rectángulos. Estos se diferencian de los gráficos de barra porque las frecuencias quedan representadas por el área de los rectángulos, no por sus alturas.



POLIGONOS DE FRECUENCIA

Los polígonos de frecuencias es otra forma de graficar las distribuciones de frecuencia. Es propio de un nivel de medición por intervalos o razón.

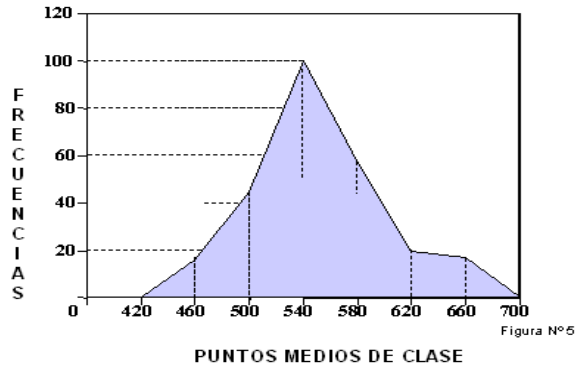


Figura N°5

Para formar un polígono de frecuencia se requiere:

- En el eje horizontal (x), se colocan las categorías o los intervalos.
- En el eje vertical (y), se colocan las frecuencias.
- Se determinan los puntos medios de cada categoría o intervalo. Ejemplo si los intervalos son 25-29, 30-34, los puntos medios serian 27 y 32 respectivamente.
- Evaluar cuantas frecuencias tiene cada categoría para luego interceptar los puntos entre las frecuencias y los puntos medios de las categorías.

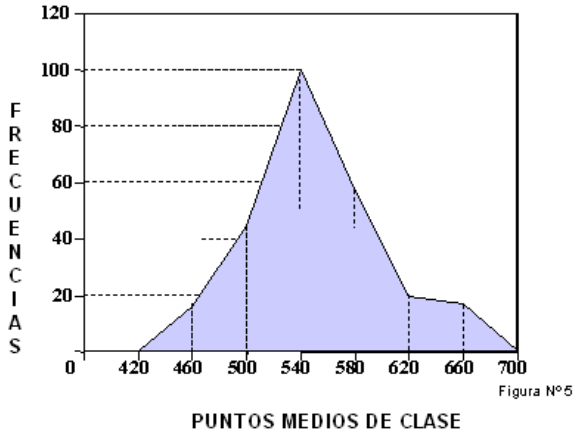


Figura N°5

EN RESUMEN:

PARA CADA UNA DE LAS VARIABLES DE LA INVESTIGACION SE OBTIENE SU DISTRIBUCION DE FRECUENCIA, SI ES POSIBLE SE GRAFICA Y SE TRAZA SU POLIGONO DE FRECUENCIA CORRESPONDIENTE.

¿QUÉ SON MEDIDAS DE TENDENCIA CENTRAL?

Son puntos en una distribución, los valores medios o centrales de esta, y nos ayudan a ubicarla dentro de la escala de medición.

Las principales medidas de tendencia central son 3: moda, media, mediana. El nivel de medición de la variable determinara cual es la medida de tendencia central apropiada.

¿QUÉ SON MEDIDAS DE VARIABILIDAD?

Éstas consisten en indicar la dispersión de los datos en la escala de medición. Las medidas de variabilidad son intervalos. Las medidas de variabilidad más utilizadas son rango, desviación estándar, y varianza.

Los análisis estadísticos se llevan a cabo mediante programas computacionales, utilizando paquetes estadísticos. Los más conocidos son: SPSS y Minitab.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

En esta sección se derivan las conclusiones, se hacen recomendaciones para otras investigaciones, se analizan las implicaciones de la investigación y se establece como se respondieron las preguntas de investigación, así como si se cumplieron o no, los objetivos.

Esta parte debe redactarse de tal manera que se facilite la toma de decisiones respecto de una teoría, curso de acción o problemática.

Para la investigación cualitativa, en esta sección se realiza una comparación, la cual permite destacar semejanzas y diferencias entre las unidades incluidas en una categoría, la comparación facilita llegar a conclusiones a partir de una matriz u otras figuras usadas para presentar los datos.

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Tecnólogo en Guianza Turística.
- **Código del Programa de Formación:** 634122.
- **Nombre del Proyecto:** Diseño y operación integral de actividades guiadas en escenarios de patrimonio cultural y natural.
- **Fase del Proyecto:** Fase Ejecución.
- **Actividad de Proyecto 9:** Realizar recorridos en contextos naturales y culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas.
- **Competencia:**

  260201020: Prestar el servicio de guianza de acuerdo con lo requerido por el usuario.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201020-04: Comunicar a los usuarios las actividades a desarrollar, los atractivos y facilidades turísticas del recorrido, instrucciones y recomendaciones de acuerdo con el programa acordado.

  260201020-05: Acompañar a los usuarios en las diferentes actividades programadas de acuerdo con el protocolo de servicio.

  260201020-07: Despedir a los participantes de la actividad de acuerdo con los protocolos y las políticas de la organización.

  260201020-08: Evaluar el servicio con los usuarios atendidos según políticas y protocolos institucionales.

- **Competencia:**

  240201502: Producir textos en inglés de forma oral y escrita.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  240201502-08: Relacionarse con hablantes nativos en un grado suficiente de fluidez y naturalidad, de modo que la comunicación se realice sin esfuerzo por parte de los interlocutores.

- **Competencia:**

  260201028: Conducir grupos en recorridos de caminatas cumpliendo el programa establecido.

- **Resultados de Aprendizaje a Alcanzar:**

  260201028-07: Controlar el cumplimiento de las actividades según el programa establecido.

- **Duración de la Guía:** 316 horas (1 mes y 10 días).

Este es un programa de formación en modalidad a distancia, en el que se trabajará un **30 %** presencial y un **70 %** virtual. Esto significa que para cada guía de proyecto, además del acompañamiento sincrónico en la plataforma, deberá presentarse al centro de formación que le corresponda para realizar actividades de carácter presencial con los instructores. Para obtener información sobre los encuentros presenciales que se realizarán debe comunicarse con las diferentes sedes o centros de formación asignados en el país, los cuales le informarán sobre las fechas determinadas para estos encuentros.

Para el desarrollo de las actividades virtuales, contará en la plataforma con el acompañamiento directo (sesiones colaborativas) e indirecto del instructor o los instructores, por lo que deberá establecer un tiempo de dedicación para el estudio, la lectura y la construcción de las evidencias propuestas para esta actividad de proyecto, así podrá garantizar el logro de los objetivos de formación.

En el caso de esta guía de proyecto se tiene estimado trabajar aproximadamente (48 horas) presenciales, las cuales serán programadas en el centro de formación para lograr los resultados de aprendizaje asociados a esta **Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas**.

Para las actividades presenciales podrá contar con el acompañamiento del instructor o instructores, lo que permitirá ampliar información relacionada con los diferentes temas abordados en los materiales de formación, en las evidencias de aprendizaje, y asimismo se realizará trabajo de campo para el desarrollo de los desempeños asociados a las competencias.

2. PRESENTACIÓN

El propósito de esta actividad de proyecto es adquirir los conocimientos necesarios para aplicar las técnicas de guianza, prestar un servicio con los estándares requeridos y solicitados por el cliente, estando en capacidad de conducir grupos en recorridos,

tanto en espacios de naturaleza como culturales, y al mismo tiempo realizar actividades que fortalezcan el dominio del idioma inglés.

Nota: tenga en cuenta que el material de formación y material complementario se encuentran en la siguiente ruta: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas. Allí ingresa al respectivo material que se solicita en cada actividad.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

En esta guía adquirirá de manera activa, participativa y colaborativa los conocimientos requeridos para la ejecución de los recorridos en contextos culturales y de naturaleza.

Para lograr dichos resultados, se propone la realización de las siguientes actividades de aprendizaje.

Actividad de aprendizaje presencial: Ejecutar el recorrido cumpliendo los propósitos establecidos en la ruta.

- **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.

Actividad de aprendizaje 23: Diseñar y comunicar procedimientos a seguir en actividades propias de la guianza.

- **Evidencia 1:** Carpeta “Realizar alistamiento del recorrido”.

Actividad de aprendizaje 24: Aplicar técnicas de comunicación y dinámicas de grupo en actividades previamente programadas.

- ***Evidence 2:*** *Reading “Analyzes and reads technical texts in English to infer the meaning of a word or a sentence”*.

- ***Evidence 3:*** *Workshop “Write a tour guide protocol in order to interact easily and spontaneously with native speakers”.*

- **Evidencia 4:** Bitácora del guía de turismo “Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida”.

Actividad de aprendizaje 25: Cerrar y evaluar servicios de acuerdo a protocolos de la empresa.

- **Evidencia 4:** Bitácora del guía de turismo “Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida”.

Informe de la presencialidad

El propósito de esta evidencia presencial es ejecutar el recorrido cumpliendo los propósitos establecidos en la ruta.

Para el desarrollo de las actividades presenciales de esta guía de proyecto, se tiene estimado trabajar aproximadamente 48 horas, las cuales serán programadas por el centro de formación; recuerde consultar con el instructor las fechas determinadas para estos encuentros y tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Revisar el cronograma de encuentros presenciales que se encuentra en la plataforma (LMS).

2. Informarse en el encuentro presencial sobre las actividades a desarrollar.

3. Tenga en cuenta las características de los encuentros presenciales, las cuales incluyen:

    - Taller de presencialidad para hacer la planeación de las actividades de guianza turística.

    - Ejecución del recorrido con el acompañamiento del instructor.

    - Sesiones de tutorías en el centro de formación en los ambientes de aprendizaje para desarrollar los RAP básicos y transversales (inglés).

4. Asistir a los encuentros presenciales y participar de las actividades propuestas por los instructores.

5. Descargue el “Formato informe de la presencialidad” que se encuentra en los materiales complementarios de esta actividad de proyecto y diligencie el documento según las instrucciones dadas en el formato.

6. Enviar el informe de la presencialidad al instructor al cierre de la actividad de proyecto a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambientes de formación en el centro o externos, Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Técnicas para la prestación del servicio de guianza turística”, material complementario “Formato informe de la presencialidad”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase planeación / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas / Evidencia presencial: Informe de la presencialidad.

Las técnicas de guianza son las herramientas que el guía de turismo podrá aplicar directamente en el recorrido, ya que allí es donde deberá orientar, conducir, instruir y asistir al visitante, todo esto mediante unos procedimientos aplicables en diferentes momentos y tipos de recorrido, tanto en entornos naturales como culturales.

Es necesario que en los momentos de encuentros presenciales, el aprendiz haya afianzado los conocimientos que se encuentran en el material de formación “Técnicas para la prestación del servicio de guianza turística”.

Nota: las evidencias técnicas de esta actividad de proyecto están planteadas para ser trabajadas de manera grupal, así que deben realizarse con los grupos de trabajo conformados desde la actividad de proyecto 5.

Para el trabajo colaborativo recuerde consultar el documento “**Guía para una participación exitosa en un grupo de trabajo**” que está disponible en el material complementario de esta actividad de proyecto, donde se describen las herramientas de grupo de trabajo disponibles para la comunicación entre los aprendices.

Recuerde que también se puede hacer uso de herramientas como el blog de grupo, el cual se utilizó para el desarrollo de la Evidencia 8: Taller “Diseñar ruta turística en entornos naturales y culturales” de la actividad de proyecto 5 y el foro de grupo de la Evidencia 2: Video “Establecer procesos comunicativos asertivos con turistas” de la actividad de proyecto 6. No olvide que puede hacer uso de otras herramientas tecnológicas para facilitar el proceso de comunicación y de desarrollo de las evidencias.

3.1 Actividad de aprendizaje 23: Diseñar y comunicar procedimientos a seguir en actividades propias de la guianza.

El guía de turismo tiene un número considerable de tareas dependiendo del ambiente en el cual se desenvuelve, tanto al interior de agencias de viajes o de manera independiente.

Dada la importancia que tiene el manejo de las técnicas de guianza, el análisis profundo de las funciones del guía, y considerando las constantes exigencias de la demanda, resulta de gran importancia dotar al aprendiz de herramientas y procesos que le faciliten dicho manejo técnico. De acuerdo con lo anterior y con el ánimo de preparar su camino formativo, se requiere que haga una reflexión frente a los siguientes interrogantes:

- ¿Qué entiende por técnicas de guianza?

- ¿Qué técnicas cree usted que necesita un guía de turismo en la ejecución de un recorrido?

Con base en las reflexiones anteriores, participe en el **Foro de reflexión "Reconocimiento de saberes"** y sustente sus respuestas.

Nota: las actividades descritas son de autorreflexión y autoconocimiento y tienen como finalidad encaminarlo en el desarrollo de los temas de la actividad de proyecto. Por lo tanto no son calificables.

Este foro se encuentra ubicado en la opción del menú principal: Foros de discusión / Foro de reflexión "Reconocimiento de saberes".

Realizar alistamiento del recorrido

Antes de comenzar cualquier recorrido, el guía de turismo debe tener listo todo lo requerido para la ejecución del mismo; a esta acción previa se le llamará "prealistamiento del recorrido".

El prealistamiento es un método de planeación, para el cual su instrumento es una lista de verificación, que debe reflejar que el guía de turismo cuenta con todos los recursos necesarios antes de la salida del recorrido. Su objetivo es facilitar el proceso de ejecución tanto para el guía, como para su contratante.

Por lo anterior, el propósito de esta evidencia es reflejar la preparación de un recorrido antes de su ejecución, por lo que con el grupo de trabajo conformado desde la actividad de proyecto 5, es necesario realizar lo siguiente:

1. Extraer de las siguientes evidencias los insumos solicitados para el prealistamiento del recorrido, para ello consulte la "Ruta de las evidencias técnicas", ubicada en el botón del menú principal "Información del programa", para así facilitar su localización.

   Algunas de estas evidencias se desarrollaron de manera individual, por lo tanto es necesario socializar con el grupo de trabajo y escoger entre las evidencias desarrolladas por cada uno de quienes conforman el grupo de trabajo, las que van a consolidarse en la carpeta; estas evidencias son:

   - Propuesta "Programar e implementar un plan de acción y de contingencia para los recorridos turísticos" de la actividad de proyecto 3: **el plan de acción y contingencia del recorrido a realizar**.

- Informe de requisición “Gestionar los recursos para el desarrollo de los recorridos” de la actividad de proyecto 4: **la requisición de recursos necesarios para la ejecución del recorrido (equipos, humanos y financieros)**.

- Bitácora del guía de turismo “Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico” de la actividad de proyecto 4: **la bitácora del guía de turismo para el registro de las novedades en el recorrido**.

- Taller “Diseñar una ruta turística en entornos naturales y culturales” de la actividad de proyecto 5: **la ruta elegida**.

- Infografía “Identificar el perfil del turista de la ruta elegida” de la actividad de proyecto 7: **el perfil del turista que identificó como usuario del recorrido**.

- Taller “Elaborar el guión interpretativo de la ruta elegida” de la actividad de proyecto 7: **el guion interpretativo que se diseñó**.

- Formato “Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de la guianza” de la actividad de proyecto 7: **el protocolo y la lista de chequeo para la ejecución del recorrido**.

- Herramienta “Evaluar la prestación del servicio de guianza” de la actividad de proyecto 7: **la herramienta que se diseñó para aplicarla posteriormente a la ejecución del recorrido**.

2. Una vez organizada la carpeta con todo lo anterior, crear un archivo de texto con formato de portada donde se mencione (# de la actividad de proyecto, nombre de la evidencia, nombres de los integrantes del grupo y fecha) y asegurarse que uno de los integrantes del grupo envíe al instructor la carpeta a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

   Nota: tener en cuenta que este prealistamiento debe ser presentado en físico o según las orientaciones del instructor antes de ejecutar el recorrido de manera presencial.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación “Técnicas para la prestación del servicio de guianza turística”, glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 1: Carpeta “Realizar alistamiento del recorrido”.

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y

culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas / Evidencia 1: Carpeta “Realizar alistamiento del recorrido”.

3.2 Actividad de aprendizaje 24: Aplicar técnicas de comunicación y dinámicas de grupo en actividades previamente programadas.

Analyzes and reads technical texts in English to infer the meaning of a word or a sentence

A key element for the tour guide to be in the top of the business is the constant learning about marketing, effective communication with the tourists, even when they leave the country and reading technical documents to offer a better guiding service. The world is an intercultural shelter where you can meet people from more than three hundred countries and thousands of different languages. Developing an intercultural competence is necessary to understand cultural differences and take profit of the best of each country and their people. In Colombia, we can see a wide cultural richness with more than eighty indigenous languages, Afrocolombian languages and Romani culture. You can show these cultural differences to your tourists in order to make the travel a cultural adventure.

The purpose of this evidence is to help the apprentice to improve his / her reading comprehension. As you have seen through all the previous learning materials, the ability of reading is essential for learning new contents and be up to date with all the most recent information about tourism. As you keep on learning English language you will need to understand better what you read; giving a clear purpose for your readings is important to guarantee that your brain will be focused on grasping the main ideas of the text.

To fulfill the purpose of this evidence, please read training material “Speak up wisely!”, the complementary material called “Intercultural communication in tourism” and answer the evaluation consisting of 10 questions. To approve it, you must correctly answer at least 7 of them.

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material “Speak up wisely!”, complementary material “Intercultural communication in tourism”, glossary and SENA library.*

Evidence 2: *Reading “Analyzes and reads technical texts in English to infer the meaning of a word or a sentence”.*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas / *Evidence 2: Reading “Analyzes and reads technical texts in English to infer the meaning of a word or a sentence”.*

Write a tour guide protocol in order to interact easily and spontaneously with native speakers

The tour guide has the responsibility to be a cultural ambassador by guiding groups of foreigners through the streets and natural places of our country. Our behavior will be a sample of the quality of the people we live in Colombia and an example of what we can offer to the world. The mass media often portray Colombians as dangerous, ruthless criminals who betray, kidnap and murder without compassion. And, in a certain way, we are there to destroy the stereotypes that the past has left in several generations.

Likewise, according to unrealistic stereotypes, Colombians abroad are not characterized by their generosity but by appearing in newspaper headlines such as those who generate disorder, break the rules or lead criminal groups.

To make this evidence is intended that the future tourist guide is in the ability to represent well the people who live in Colombia, showing the friendly and hardworking face of the great majority of Colombians. Through the use of group and dynamic strategies, it will be achieved that the tours in Colombia will be an unforgettable experience for foreigners, and if properly followed, it will be recommended as a safe destination for other people who wish to come to Colombia. Proper use of English is essential to transforming the image of a culture, and tourism can be that tool for cultural exchange. Therefore, it is very important that the guides handle a good level of assertive communication with their tourists and that they are able to interact with confidence and responsibility.

In order to complete the evidence, the apprentice must:

1. *Read the learning material "Speak up wisely!" in order to have the necessary tools for the elaboration of the evidence.*

2. *After analyzing the materials content, please read also these complementary materials:*

    - *Communication and promoting policy in tourism marketing.*

    - *Communication and sustainable tourism.*

    - *Effective communications.*

3. *Answer the next question: ¿Why did you choose to become a tour guide? Write, at least, 200 words.*

4. *Imagine that you are the owner of a tourism company, and is in front of a group of tourists. Please, write a "Welcome protocol" where you describe the steps you and*

your team will follow to give a warm welcome to the tourists. Write a paragraph of more than 200 words and, at least, 5 different steps.

- *Who are we: Explain when and where the company was born.*
- *Description of the main interests of the company.*
- *Describe goals of the company*
- *What makes your company different from other touristic companies.*

5. *Write a series of 7 recommendations your tourists must follow for a good tour guiding.*
6. *Include 2 warming up group activities you can use for the first time with your tourists, and describe what would you do, your expressions and your expectations. Check different activities in the learning material.*
7. *Write five of the most common questions that tourist could make when visiting the different destinations. After that, write your answer.*
8. *Write a completion exercise to finish the tour. You also can choose one option from the learning material. Write your goodbye words and good wishes to your tourists.*
9. *Once you have written the welcome protocol, make a video where you show the interaction with a foreign person. Please, ask a foreign person to play the role of "tourist", and ask him / her to ask the five questions you have written in the point 7. Then, you have to assume the role of tour guide and answer the questions.*
10. *Send the instructor a document in .Docx extension file where you include all the written paragraphs required. Also, send the instructor the video file that must be saved in MP4, MVW, AVI, MOV format, through the virtual learning platform.*

Environment required: *Virtual Learning Environment.*

Materials: *computer, internet, training material "Speak up wisely!", complementary materials "Communication and promoting policy in tourism marketing", "Communication and sustainable tourism", "Effective communications", glossary and SENA library.*

Evidence 3: *Workshop "Write a tour guide protocol in order to interact easily and spontaneously with native speakers".*

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y

culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas / *Evidence 3: Workshop "Write a tour guide protocol in order to interact easily and spontaneously with native speakers*".

3.3 Actividad de aprendizaje 25: Cerrar y evaluar servicios de acuerdo a protocolos de la empresa.

Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida

La bitácora del guía de turismo es un instrumento para la recolección de la información durante los recorridos (como ya se ha visto en actividades de proyecto anteriores).

Por lo anterior, el propósito de esta evidencia es verificar el uso adecuado de la bitácora durante el recorrido por la ruta diseñada.

Esta evidencia debe realizarse nuevamente con el grupo de trabajo con el cual ha venido trabajando las evidencias que conforman la "Ruta de las evidencias técnicas"; para ello tener en cuenta los siguientes aspectos:

1. Contactar al instructor para concertar lugar, día y hora para realizar el recorrido de la ruta diseñada.

2. Entregar al instructor el protocolo y la lista de chequeo elaborados en la Evidencia 4: Formato "Diseñar protocolos y listas de chequeo para la prestación del servicio de guianza" de la actividad de proyecto 7, la cual se desarrolló de manera grupal.

3. Alistar los formatos de bitácora diseñados durante la Evidencia 5: Bitácora del guía de turismo "Registrar los acontecimientos de un recorrido turístico" de la actividad de proyecto 4, socializarlo y elegir uno para la ejecución del recorrido.

4. Durante el recorrido diligenciar la bitácora del guía de turismo.

5. Enviar la bitácora del guía de turismo con el visto bueno del instructor y las listas de chequeo diligenciadas a través de la plataforma virtual de aprendizaje.

Ambiente requerido: Ambiente Virtual de Aprendizaje.

Materiales: computador, internet, material de formación "Técnicas para la prestación del servicio de guianza turística", glosario y biblioteca SENA.

Evidencia 4: Bitácora del guía de turismo "Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida".

Para ver la descripción detallada de esta evidencia diríjase al menú principal: Fase Ejecución / Actividad de proyecto 9: Realizar recorridos en contextos naturales y

culturales ejecutando el plan de acción de acuerdo a las rutas establecidas / Evidencia 4: Bitácora del guía de turismo “Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida”.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencia de producto: **Evidencia presencial:** Informe de la presencialidad.	• Brinda información a los turistas sobre los principales atractivos del recorrido y la importancia del patrimonio aplicando técnicas de comunicación. • Orienta al turista acerca de los principales componentes y recomendaciones del recorrido aplicando el protocolo de servicios de la organización. • Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés. • Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explícito. • Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.	**Lista de verificación:** Informe.

	• Conduce al grupo de turistas durante el recorrido aplicando técnicas de guianza, liderazgo y garantizando la seguridad en el recorrido. • Evalúa el cumplimiento de las actividades definidas en el plan de interpretación de acuerdo con el protocolo de la organización. • Presenta estrategias relacionadas con el mejoramiento de las eventualidades en las diferentes actividades presentadas según protocolos de la organización.	
Evidencia de producto: **Evidencia 1:** Carpeta "Realizar alistamiento del recorrido".	• Brinda información a los turistas sobre los principales atractivos del recorrido y la importancia del patrimonio aplicando técnicas de comunicación. • Orienta al turista acerca de los principales componentes y recomendaciones del recorrido aplicando el protocolo de	**Lista de verificación:** Carpeta.

	servicios de la organización.	
Evidencia de conocimiento ***Evidence 2:*** *Reading "Analyzes and reads technical texts in English to infer the meaning of a word or a sentence"*.	• Puede responder cuestionarios de selección múltiple, escritos en inglés. • Puede inferir el significado de una palabra u oración dentro de un texto en inglés, así este no esté explícito.	**Cuestionario:** Evaluación.
Evidencia de desempeño: ***Evidence 3:*** *Workshop "Write a tour guide protocol in order to interact easily and spontaneously with native speakers".*	Puede interactuar fácil y espontáneamente con hablantes nativos.	**Lista de chequeo:** Taller.
Evidencia de producto: **Evidencia 4:** Bitácora del guía de turismo "Ejecutar el recorrido guiado en la ruta elegida".	• Conduce al grupo de turistas durante el recorrido aplicando técnicas de Guianza, liderazgo y garantizando la seguridad en el recorrido. • Evalúa el cumplimiento de las actividades definidas en el plan de interpretación de acuerdo con el protocolo de la organización. • Presenta estrategias relacionadas con el	**Lista de verificación:** Bitácora.

	mejoramiento de las eventualidades en las diferentes actividades presentadas según protocolos de la organización.	

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Accesibilidad: posibilidad de tener acceso, entrada o paso.

Actividad de comunicación: es un medio de conexión o de unión que tienen las personas para transmitir o intercambiar mensajes; es decir, que cada vez que hay comunicación con los familiares, amigos, compañeros de trabajo, socios, clientes, entre otros, lo que se hace es establecer una conexión con ellos, con el fin de dar, recibir o intercambiar ideas, información o algún significado.

Adiestramiento: hace referencia a la acción y efecto de adiestrar. Este verbo, a su vez, se refiere a ser diestro, a enseñar e instruir.

Aforesaid: *Mentioned earlier, before.*

Agenda: libro o cuaderno en el que se apunta para no olvidar las cosas que se han de hacer. Programa de actividades o trabajos.

Animación sociocultural: área de la sociología dirigida a programar, organizar, dinamizar y evaluar actividades de intervención social y cultural, aplicando técnicas de grupos.

Área: espacio de tierra comprendido entre ciertos límites. Medida de superficie que equivale a cien metros cuadrados.

Biblioteca: local donde se tiene un considerable número de libros ordenados para su consulta o lectura. Colección de libros o tratados análogos o semejantes entre sí, ya por las materias de que tratan, o por la época y nación o autores a que pertenecen.

Calidad en el servicio: significa cumplir con los requisitos o expectativas del cliente y hacerlo siempre bien desde la primera vez.

Canal: el proceso de comunicación que emplea ese código precisa de un canal para la transmisión de las señales. El canal sería el medio físico a través del cual se transmite la comunicación. Ejemplo: el aire en el caso de la voz y las ondas hertzianas en el caso de la televisión.

Category: *A class or division of people or things regarded as having particular shared characteristics.*

Cliente: es la persona que a través de un proceso de intercambio, espera recibir un producto o servicio para satisfacer integralmente sus necesidades o deseos.

Cliente externo: razón de ser de la organización. Son las personas a quienes la empresa aplica todas sus energías y recursos con miras a crear la máxima satisfacción de sus necesidades.

Cliente interno: son todos los empleados de la organización que a través del intercambio laboral, fundamentado en la colaboración y apoyo mutuo, esperan no solo recibir un salario, sino también la satisfacción de servir mejor, trabajando mancomunadamente en aras de la satisfacción recíproca.

Coadyuvar: significa contribuir o asistir en el logro de alguna cosa.

Competencia: actitudes y habilidades de una persona para el desempeño de una actividad, bajo determinadas condiciones y criterios de evaluación.

Comunicar: es hacer saber alguna cosa a alguien (informar); asimismo tiene que ver con conversar, con tratar con alguien de palabra o por escrito.

Confiabilidad: es la capacidad de prestar el servicio prometido con exactitud y seriedad.

Conjunto de servicio: amalgama de prestaciones que el cliente espera recibir además del producto o servicio pactado como consecuencia de la buena gestión de calidad en la que se ha comprometido la empresa.

Conocimiento del cliente: es el sistema mediante el cual se identifica de manera personalizada al cliente para caracterizar sus requerimientos y necesidades con el fin de satisfacérselos.

Cortesía: atención, amabilidad y buenos modales.

Criterios de desempeño: requisitos de calidad que permiten establecer si el trabajador alcanza o no el resultado descrito en la norma.

Crowded: *A space full of people, leaving little or no room for movement; packed.*

Example: A very crowded room.

Cúmulo: hace referencia a cantidad, abundancia o exceso.

Distorted: *To change something from its usual, original, natural, or intended meaning, condition, or shape.*

Eloquence: *Fluent or persuasive speaking or writing.*

Enrichment: *To improve the quality of something by adding something else.*

Equipo de seguridad: conjunto de utensilios, instrumentos y aparatos especiales necesarios para el desempeño seguro de una labor.

Estatutos: norma, regla que tiene valor legal para un cuerpo, una asociación, entre otros. Ley especial básica para el régimen autónomo de una región, dictada por el estado de que forma parte.

Exhibir: mostrar en público.

Exposición: presentación o exhibición de una cosa en público para que sea vista.

Facilidades turísticas: conjunto de bienes y servicios con que cuenta el turista o visitante para satisfacer sus necesidades, las cuales hacen posible el adecuado desarrollo de la actividad turística.

Facilitación turística: coordinación entre personas y entidades, que inciden directa o indirectamente sobre la actividad turística y cuya interrelación posibilita el desarrollo de la misma.

Fulfilment: *Satisfaction or happiness as a result of fully developing one's abilities or character.*

Gerencia del servicio: significa darle un vuelco a toda la organización y convertirla en un negocio enfocado en el cliente.

Grupo: por grupo se entiende una pluralidad de individuos que se relacionan entre sí, con un cierto grado de interdependencia, que dirigen su esfuerzo a la consecución de un objetivo común con la convicción de que juntos pueden alcanzar este objetivo mejor que en forma individual. Es a su vez una unidad parcial inserta en el seno de una colectividad más amplia, y una entidad dinámica que, sin embargo, tiende a estructurarse y a organizarse en busca de una estabilidad relativa.

Implantar: significa establecer algo nuevo en un lugar, generalmente lo que ya existía o funcionaba con continuidad en otro sitio o en otro tiempo.

Implementos de seguridad: es cada uno de los elementos que compone el equipo de seguridad.

Interacción: es una acción que se ejerce de forma recíproca entre dos o más sujetos, objetos, agentes, fuerzas o funciones.

Interpersonal: es utilizado para referirse a tipos de comunicaciones, relaciones y vínculos que se establecen entre dos o más personas. La condición exactamente opuesta es la de intrapersonal, ya que esta implica fenómenos o situaciones en las cuales una persona está en íntimo contacto consigo mismo en vez de abrirse hacia el mundo exterior.

Misunderstanding: *An occasion when someone does not understand something correctly.*

Odd: *Different from what is usual or expected; strange.*

Organismo: se usa muy recurrentemente para designar y referirse aquellos sistemas sociales que están diseñados para conseguir metas y objetivos, a través de la disposición de recursos humanos y de cualquier otro tipo que contribuya al fin mencionado.

Organización: es un sistema diseñado para alcanzar ciertas metas y objetivos. Estos sistemas pueden, a su vez, estar conformados por otros subsistemas relacionados que cumplen funciones específicas. En otras palabras, una organización es un grupo social formado por personas, tareas y administración, que interactúan en el marco de una estructura sistemática para cumplir con sus objetivos.

OUV: *According the World Heritage Forum, it refers to places, monuments or cultural events that have outstanding universal value.*

Percepción del cliente: es la imagen que tiene el cliente de la empresa como resultado de experiencias propias o contadas por los demás clientes.

Perform: *Carry out, accomplish, or fulfill (an action, task, or function).*

Example: I have my duties to perform.

Present (a form of entertainment) to an audience.

Example: The cast of 14 perform the play superbly.

Prontitud de respuesta: es la velocidad con la que la empresa responde a las llamadas (tomas de decisiones rápidas, oportunas y confiables).

Protocolo de servicios: serie de instrucciones que buscan estandarizar la relación entre el negocio prestador de servicios y sus clientes, tanto externos como internos.

Random: *Made, done, happening, or chosen without method or conscious decision.*

Recepción: es la fase donde se establece el primer contacto con el cliente; esta primera impresión es clave en la relación exitosa con el cliente.

Receptor: es aquella persona a quien va dirigida la comunicación; realiza un proceso inverso al del emisor, ya que descifra e interpreta los signos elegidos por el emisor; es decir, descodifica el mensaje.

Recuperación del servicio: es la respuesta de la compañía a un problema de servicio, que compromete directamente la credibilidad del cliente.

Relación: es una correspondencia o conexión entre algo o alguien con otra cosa u otra persona. De esta forma, la noción de relación se utiliza en diversas ciencias para explicar todo tipo de fenómenos.

Requerimiento de evidencia: son las pruebas para concluir que el desempeño laboral se realizó conforme a los criterios de desempeño, requerimientos de conocimiento, comprensión y rangos de aplicación descritos en la norma.

Seguridad: solidez financiera en donde no se presentan peligros, daños o riesgos. Algo que se presenta como cierto y que no admite duda.

Solidez: fiabilidad en los principios que sustentan una organización.

Stereotype: *A widely held but fixed and oversimplified image or idea of a particular type of person or thing.*

Subordinated: *Treat or regard as of lesser importance than something else. It is also used to describe a loan that will be paid back after other loans, if the person borrowing money gets into financial difficulty.*

Sustainable: *Able to be maintained at a certain rate or level.*

Example: Sustainable fusion reactions.

Técnica: sirve para describir a un tipo de acciones regidas por normas o un cierto protocolo que tiene el propósito de arribar a un resultado específico, tanto a nivel científico como tecnológico, artístico o de cualquier otro campo. En otras palabras, una técnica es un conjunto de procedimientos reglamentados y pautas que se utiliza como medio para llegar a un cierto fin.

Unlikely: *Not likely to happen, be done, or be true; improbable.*

Valor agregado: es aquello que es percibido como adicional o extra en el servicio que se está prestando.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

Ander-Egg, E. (1993). *Técnicas de investigación social.* Buenos Aires: Editorial Magisterio del Río de la Plata.

English Grammar. (s.f.). *10 ways to say goodbye*. Recuperado de https://www.englishgrammar.org

Gómez, M. (2007). *Manual de técnicas y dinámica.* Villahermosa: Ecosur.

Labollita, M. y Farré, M. (2005). *Animación en el ámbito turístico.* Madrid: Ediciones Pirámide.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España. (2004). *NTP 667: la conducta asertiva como habilidad social.* Recuperado de http://www.insht.es

Por la cual se deroga la resolución 002 del 10 de octubre de 1997 y se dicta el código de ética profesional del guía de turismo (Resolución 221 de 1999). (1999, 08 de abril). *Consejo Profesional de Guías de Turismo,* 1999, 08 de abril.

Ruiz, A. y Valdés, L. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales.* Oviedo: Universidad de Oviedo.

Sambrano, J. (1997). *Programación neurolingüística: el modelo de la excelencia para todos.* Caracas: Alfadil Ediciones.

Skills you need. (s.f.). *What is Communication?* Recuperado de https://www.skillsyouneed.com

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization. (s.f.). *Guide 5. Communicating with visitors.* Recuperado de https://en.unesco.org

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
	Adriana Milena Mesa	Líder Expertos técnicos	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Lina Eugenia Arango Narváez	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	
	Julián David Mejía Vargas	Experto técnico	Centro de Gestión de Mercados, Logística y Tecnologías de la	

Autores			Información. Regional Distrito Capital.	Octubre de 2017
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	
	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo - líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	

8. CONTROL DE CAMBIOS

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autores	Diana Carolina León Romero	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío	Noviembre de 2017	Revisión y ajustes pedagógicos.
	Gloria Amparo Escudero López	Asesora pedagógica	Línea de producción Quindío		

	Rachman Bustillo Martínez	Guionista	Línea de producción Quindío		Revisión y ajustes de estilo y referencias.



Técnicas para la prestación del servicio de guianza turística

CC BY NC SA



Tabla de contenido

Introducción **3**

Mapa conceptual **5**

1. Técnicas de comunicación asertiva con turistas **6**
Técnicas de la comunicación asertiva 6
Programación neurolingüística 7

2. Técnicas de manejo de grupos **9**
Animación turística 10
Técnicas y dinámicas de grupo 11
La ejecución del recorrido 13

Referencias **17**



Introducción

El guía de turismo debe desarrollar unas habilidades y destrezas en el ejercicio de su profesión, las cuales se agrupan en técnicas de comunicación y de manejo de grupo para así ejecutar el recorrido cumpliendo con sus funciones.

No hay que dejar de lado que el guía es quien pone su impronta singular y particular en la forma de ejecutar el servicio de guianza, pero las técnicas son esas herramientas que le ayudarán a llevar un control sobre el grupo y sobre las diferentes situaciones que se presenten; de allí que dichas técnicas pueden ser modificadas, pero que sirven como un derrotero a seguir para fortalecer el quehacer del guía de turismo.

Igualmente el guía de turismo tiene un número considerable de tareas de acuerdo al ambiente en el cual se desenvuelve, tanto al interior de agencias de viajes o de manera independiente. Se depende mucho de las fortalezas y de las características de los productos que se operan, exigiendo un nivel de experticia específica para cada uno de ellos; sin embargo existen cuatro funciones que todo guía debe desarrollar, ya sea en entornos naturales o culturales; estas funciones según el Consejo Profesional de Guías de Turismo, resolución 221 de 1999 son:

- Orientación: se refiere a la función por medio de la cual, el guía de turismo suministra al turista o pasajero, las informaciones o puntos de referencia generales sobre diversos aspectos relacionados con su viaje, de forma básica, precisa, breve y específica.

- Conducción: es la función que se refiere a la capacidad de liderazgo ejercida por el guía de turismo hacia el turista o pasajero en forma cortés, responsable y prudente, para encaminarlo con seguridad y eficiencia por los atractivos turísticos, en desarrollo del plan de viaje estipulado para el servicio contratado.

- Instrucción: hace alusión a la función de enseñanza que el guía de turismo imparte al turista o pasajero a través de los atractivos turísticos, sobre diversidad de temas desarrollados en forma suficiente, veraz y completa.

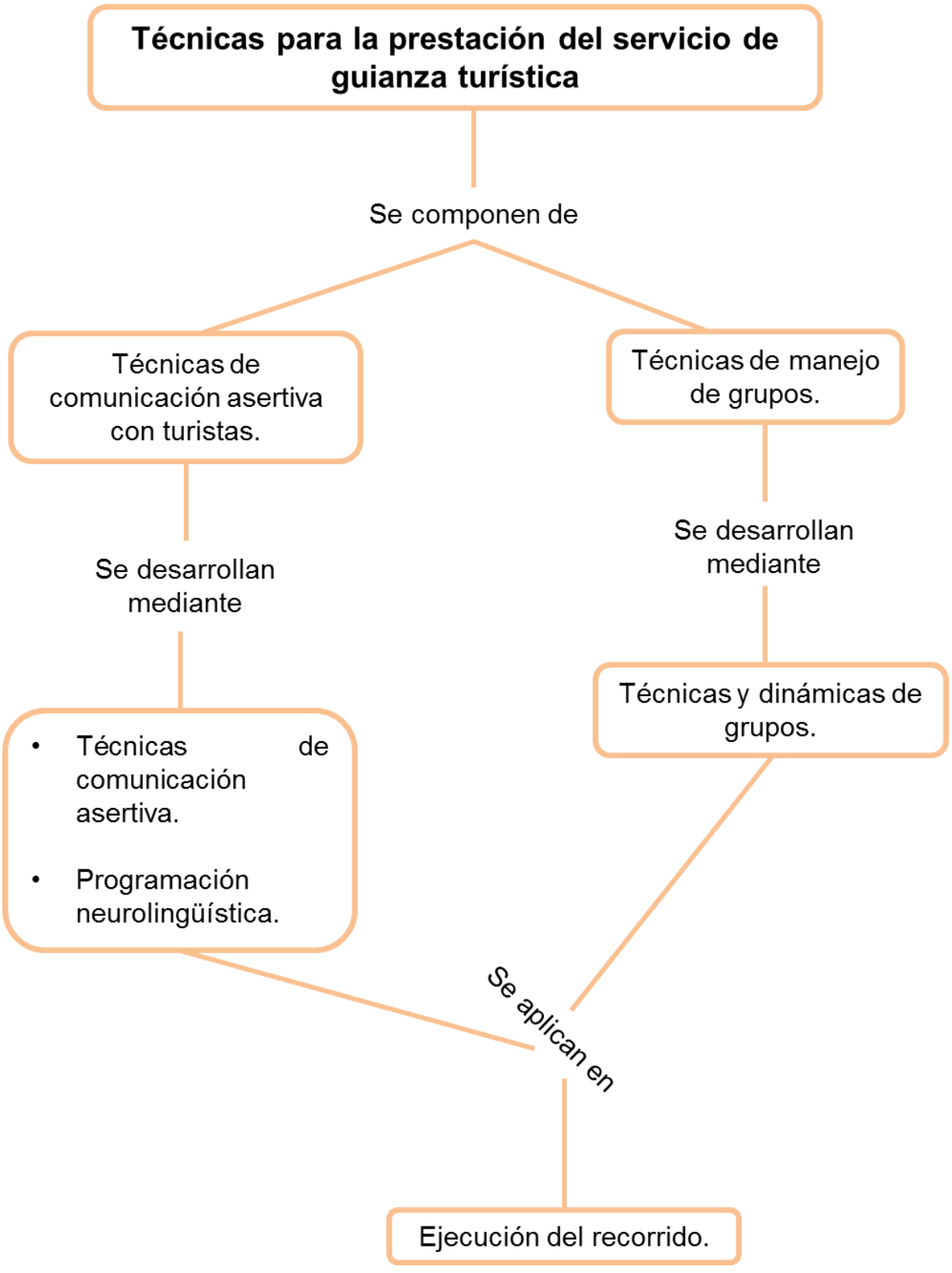
- Asistencia: es la función que se refiere al servicio de colaboración y ayuda oportuna, eficiente y suficiente, que el guía de turismo presta al turista o pasajero en diversas situaciones y eventualidades que se presenten durante el viaje, procurándole la mayor satisfacción y bienestar posibles.

Los guías de turismo requieren fortalecer cada vez más sus conocimientos y capacidades sobre las actividades de guianza que requiere el mercado. Existen unas técnicas basadas en la comunicación, la recreación, la animación turística y el liderazgo que hacen parte de las herramientas para llevar a cabo el manejo y la conducción de los turistas durante la guianza; estas herramientas combinadas con los conocimientos del entorno, del visitante, de la ruta y en algunos casos, con la interpretación, conforman de manera integral las competencias requeridas por el guía de turismo, fortaleciendo su labor.

El guía puede tener muchas herramientas para aplicar en la conducción de grupos, sin embargo el estilo personal es lo que le pone el sello particular, sin olvidar que la información debe ser veraz y pertinente, y que la aplicación del protocolo es un lineamiento indispensable a seguir.

Mapa conceptual

En el mapa conceptual que se comparte a continuación, se evidencia la interrelación temática del contenido que se plantea en este material de formación:



1. Técnicas de comunicación asertiva con turistas

> La palabra asertivo proviene del latín *assertus* que quiere decir afirmación de la certeza de una cosa, por eso se relaciona con la firmeza y la certeza.
>
> La forma de interaccionar con los demás puede convertirse en una fuente considerable de estrés en la vida. El entrenamiento asertivo permite reducir ese estrés, enseñando a defender los legítimos derechos de cada uno, sin agredir, ni ser agredido. (Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España, 2004)

En el desarrollo de las actividades propias de la guianza turística, la interacción con los demás es una acción constante e indispensable; por ende tener una buena comunicación con los turistas, operadores, proveedores y ciudadanos del común, es una de las competencias fundamentales que el guía debe desarrollar.

Teniendo en cuenta lo anterior, se incita a que el guía de turismo adquiera conocimientos y capacidades en estilos de comunicación asertiva, la cual es una forma de expresión consciente, congruente, clara, directa y equilibrada, cuya finalidad es comunicar las ideas y sentimientos o defender los legítimos derechos sin la intención de herir, o perjudicar, actuando desde un estado interior de autoconfianza, en lugar de la emocionalidad limitante típica de la ansiedad, la culpa o la rabia; por ende la asertividad es necesaria y conveniente a causa de los beneficios que genera.

Técnicas de la comunicación asertiva

La comunicación asertiva en la prestación del servicio de guianza turística permite que se promuevan y presenten los atractivos turísticos de cada región, demostrando que existen valores de identidad, sentido de pertenencia hacia todos los elementos que son parte de las riquezas que posee la zona; el guía al comunicar dicha información debe ser coherente y demostrar respeto por los espacios que explica a los visitantes.

Según Ruiz y Valdés (1996), existen algunas habilidades verbales que podrán ayudar a conseguir los derechos asertivos y a evitar la manipulación emocional.

- **Disco rayado:** consiste en decir no de forma clara, firme y sin excusas. Será necesario repetir los argumentos las veces que sea necesario, sin enojos, irritación, ni levantar la voz, acabando las frases siempre con un objetivo.

- **Banco de niebla:** es una técnica que puede utilizarse cuando alguien lanza una crítica con algo sobre lo que usted no está de acuerdo, sin enfrentamientos directos. Con esta técnica lo que se hace es dar la razón a lo que usted considera es cierto, o puede serlo, pero sin entrar en más argumentos, ni discusiones. Con esta técnica se reduce la angustia que se siente cuando se recibe una crítica.

- **Mensajes yo:** consisten en hablar en primera persona de los sentimientos y pensamientos, con lo que no se responsabiliza a la otra persona de ellos, por lo que es más fácil expresar las diferencias y desacuerdos.

- **Acuerdo parcial, acuerdo asertivo o aserción negativa:** es cuando se está de acuerdo con lo que se dice porque es cierto, pero la forma de decirlo, no es la adecuada. En este caso se trata es de aceptar que se ha cometido un error, pero no dejando que este se generalice.

- **Aplazamiento asertivo:** consiste en aplazar la respuesta a una crítica a un momento en el que se esté más tranquilo.

- **Ignorar:** si la otra persona está enfadada y no es posible aplazar el momento, es importante centrarse y controlar el tono de voz y no entrar en los contenidos.

- **Técnica para procesar el cambio:** cuando se recibe una crítica es importante ignorar el contenido y dirigir el foco a la forma.

- **Pregunta asertiva:** consiste en pensar bien cuando el otro hace una crítica; se obliga a la otra persona a dar más información y a que cuente lo que quiere que se cambie. Las críticas mal intencionadas se quedan sin argumentos y las otras dan más para mejorar.

Programación neurolingüística

> La Programación Neurolingüística (PNL) es una herramienta de trabajo para todas las personas que trabajan con o para las personas. Consiste en una serie de técnicas destinadas a analizar, codificar y modificar conductas, por medio del estudio del lenguaje, tanto verbal, como gestual y corporal.
>
> Por otro lado, la Programación Neurolingüística (PNL) es el estudio de lo que se percibe a través de los sentidos (vista, oído, olfato, gusto y tacto), cómo organizarse en el mundo tal como se percibe y cómo revisarse y filtrarse en el mundo exterior mediante los sentidos. (Sambrano, 1997)

La PNL contribuye ampliamente a que la efectividad de la comunicación entre guías de turismo y turistas sea clara, precisa y comprensible, teniendo en cuenta que la comunicación en la prestación del servicio de guianza es fundamental para el desarrollo de esta actividad.

De acuerdo con el modelo de PNL, se identifica la asimilación de la información a través de los sentidos corporales, presentando una clasificación de los métodos y canales de comunicación que las personas utilizan de acuerdo al sentido que más predomina en la recepción y comprensión de la información.

Fundamentalmente la PNL opera a través de los sentidos. Cada persona, en función de su estructura mental usará prioritariamente uno u otro.

Según los verbos, adjetivos y adverbios utilizados por las personas en su lenguaje, se puede identificar el sistema sensorial que la persona utilizó cuando vivió la experiencia.



Fuente: SENA

Los visuales: el canal visual se usa para obtener y describir todo lo que ocurre en el mundo interno y externo; estas personas comprenden mucho mejor algo si pueden verlo. Si se presenta una idea en términos visuales, con palabras pintorescas y descriptivas, seguramente sonreirán, les brillarán los ojos como muestra de que están comprendiendo y captando perfectamente todo lo que se les dice.

Los auditivos: este canal es el preferido por personas que perciben el mundo a través de las palabras, los sonidos, la narración y la descripción hablada o escrita. Escuchan todo lo que sucede a su alrededor y mandan sus respuestas basándose en aquello que escuchan, más que en lo que ven. A los auditivos les gusta mucho hablar por teléfono y prefieren hacer negocios a través de este que en persona, piensan en voz alta, les gusta hablar consigo mismo, prestan atención al volumen y tono de su voz y se toman su tiempo para decir las cosas.

Los kinestésicos: es el canal de las sensaciones (el táctil, el de la percepción a través del movimiento, del tacto y la emoción). Las personas kinestésicas basan sus decisiones en sus instintos e intuiciones, actúan dejándose llevar por lo que sienten y por las sensaciones que experimentan. El éxito que se pueda lograr en las relaciones interpersonales, dependerá en gran parte de la efectividad para

comunicar las ideas, utilizando un estilo comunicativo que permita al interlocutor procesar mejor la información.

La PNL investiga los procesos que hacen que se transmita la representación del mundo a través del lenguaje. Es por lo tanto una aplicación práctica que permite, mediante técnicas y herramientas precisas, reconocer y desarrollar habilidades para el crecimiento personal y la mejora de las relaciones interpersonales; de acuerdo con esta afirmación, se observa como la PNL puede aportar herramientas al guía de turismo para comunicarse y entenderse mejor con el grupo de visitantes a cargo en cualquier recorrido, toda vez que, la mayor parte de su trabajo depende de la comunicación asertiva que logre tener con los turistas y asimismo de los turistas con él.

Dentro de las aplicaciones en diversos ámbitos, se hallan:

- **Salud:** en patologías relacionadas con el estrés, somatizaciones, alergias, como coadyuvante de terapia tradicional y en disfunciones en las que se requiera de un especial autocontrol.

- **Psicoterapia:** para la cura de fobias, estrés postraumático, conflictos internos, desórdenes de personalidad, esquizofrenia, depresión, compulsiones, control emocional, desórdenes sexuales y manejo de adicciones a sustancias.

- **Deportes:** para deportistas, permite mejorar el rendimiento deportivo; también en escuela deportiva para el aprendizaje de diversos deportes como el tenis, golf, tiro, ciclismo y atletismo, entre otros.

- **Desarrollo y mejora personal:** la PNL se mueve con soltura en ámbitos específicos como la autoestima, la asertividad, las relaciones de pareja, las relaciones interpersonales, los conflictos, manejo de crisis personales y orientación hacia el éxito, entre otros.

- **Educación:** en la relación enseñanza-aprendizaje en un contexto práctico y dirigido a resultados y a solucionar problemas de aprendizaje; por otro lado en la mejora de las relaciones en el aula: solución de conflictos en el salón y mejoramiento de la eficacia docente, entre otros.

- **Otros campos:** la política, las relaciones públicas, las ventas o la comunicación se benefician de las aplicaciones de este modelo.

2. Técnicas de manejo de grupos

Todos los espacios organizacionales y cotidianos se convierten en una situación propicia para la interacción grupal; lo importante es establecer entre todos los miembros unas relaciones cordiales para alcanzar un clima que permita lograr unos objetivos comunes previamente establecidos.

Cabe destacar, que a nivel del turismo cobra mayor importancia establecer relaciones interpersonales afables, como factor clave para propiciar en los visitantes ambientes atrayentes, que faciliten establecer alianzas con personas o grupos de personas interesadas en desarrollar actividades turísticas.

Si bien existen diferentes definiciones de grupo, la más simple de ellas, hace referencia al conjunto de personas que persiguen un objetivo común; a partir de ello se establecen relaciones interpersonales que bajo principios de respeto permiten interactuar para alcanzar los propósitos trazados.

Es necesario tener en cuenta que de acuerdo al tipo de grupo y sus características, dependerán en gran medida los roles de los miembros, así como las técnicas y dinámicas que se implementen al interior de estos, inclusive, las modalidades de liderazgo que se ajusten al mismo y hasta la forma de resolver los conflictos.

Animación turística

> La animación turística tiene sus inicios después de la Segunda Guerra Mundial, cuando Gerard Blitz, un francés judío comenzó a organizar viajes de descanso para judíos sobrevivientes de la guerra, donde ofrecía alojamiento en carpas, alimentación tipo buffet y se caracterizaba por organizar actividades de animación durante todo el día.
>
> Poco a poco fue creciendo hasta crear el conocido Club Méditerranée, en donde desarrolló el concepto de animación para un mismo grupo de personas que se encuentran en un mismo lugar y que pagan por los mismos servicios. Concepto que ha evolucionado hasta la animación turística, la cual es una herramienta básica para que la recreación pueda realizarse a plenitud y ofrezca entretenimiento, tomando en cuenta la cultura y la forma de vida dentro del estilo particular de la región, cuyos objetivos a cubrir son: ofrecer un divertimento recreacional organizado, integrar a los individuos y adaptarlos a los distintos medios, y posibilitar un mayor conocimiento en lo cultural, buscando al mismo tiempo una mejora en la calidad de vida. (Ander-Egg, 1993)

La animación tursítica no es solo organizar actividades recreativas o juegos, es el medio por el cual el turista puede reconocer el entorno que visita, descubriéndolo, disfrutándolo, y dándole así, valor agregado al viaje.

Según mencionan Labollita y Farré (2005), en el ámbito turístico, existen tres modalidades de animación dependiendo del perfil del turista, estas son:

Animación participativa	Este tipo de animación es sobre clientes que les gusta la acción e involucrarse con actividades propias del lugar. Por ejemplo, actividades deportivas, bailes, obras de teatro, juegos tradicionales, juegos de mesa o manualidades, entre otros; así como visitar una lechería y aprender a ordeñar, recolectar café, participar en la molienda en un trapiche, sembrar árboles, practicar yoga, entre otras.
Animación contemplativa	Para clientes que les gusta la acción, pero prefieren mirar y no participar activamente, lo mejor es la animación contemplativa; algunos ejemplos pueden ser observar una obra de teatro o manifestaciones artísticas, mirar la elaboración de algún producto, presenciar un espectáculo de magia, visitar una huerta ecológica, biodigestor o asistir a un partido de algún deporte como fútbol, golf

	u otro.
Animación mixta	Corresponde a una mezcla entre la animación participativa y la contemplativa. Estas son las más comunes en la mayoría de los establecimientos turísticos, pues brindan diferentes opciones de entretenimiento a los clientes, ya sean niños, jóvenes, adultos o adultos mayores.

Fuente: Labollita y Farré (2005)

Contrariamente la recreación es la acción de recrear o recrearse y hace referencia a toda actividad que se lleva a cabo a partir del ocio, ya sea leer, bailar, practicar algún deporte, entre otros; no siempre dentro de la actividad turística que como ya se explicó anteriormente, requiere de un desplazamiento. Ahora que dentro de un viaje o desplazamiento pueden realizarse actividades recreativas (es otra cosa), las cuales en algunos casos las efectúa un turista de forma espontánea, por ejemplo salir a trotar en las mañanas en las ciudades o lugares que se está visitando.

Lo anterior no quiere decir que el guía de turismo no realice actividades de recreación, también puede utilizar estas técnicas, sin embargo, es en la animación turística que las actividades se relacionan directamente con el entorno, brindando al turista una experiencia a través del conocimiento de otras culturas.

Técnicas y dinámicas de grupo

De acuerdo a lo expuesto por Gómez (2007), las técnicas y dinámicas de grupos tienen como objetivos generales:

- Permitir al facilitador presentarse como un integrante más del grupo.
- Facultar a los miembros del grupo conocerse (aun cuando no se reúnan por primera vez) desde diferentes y nuevas perspectivas.

La técnica es un procedimiento específico que se lleva a cabo con un grupo para alcanzar alguna meta (de aprendizaje, de integración grupal, entre otras).	La dinámica es la interacción entre las personas, la cual surge al desarrollar una técnica específica.

Fuente: SENA

Las técnicas grupales pueden clasificarse en:

- Técnicas de presentación: trata de revelar en síntesis, lo que hay detrás de cada una de las personas del grupo.
- Técnicas de integración: va logrando un progreso cada vez mayor a las relaciones primarias, de modo que el grupo y el conjunto vayan caminando hacia una comunidad de vida y acción.

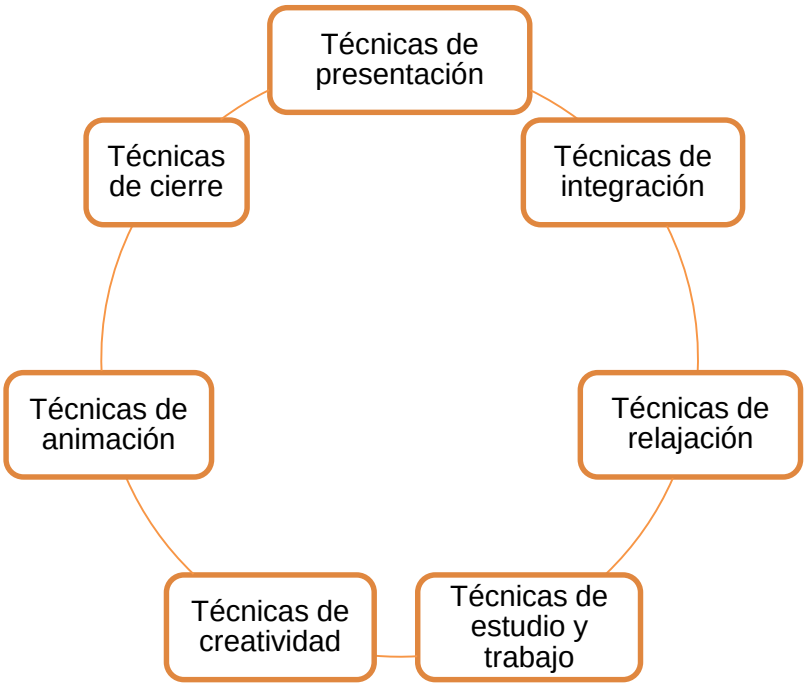
- Técnicas de relajación: existen formas diferentes de buscar la relajación, más todas ellas persiguen un objetivo fundamental; permitir que los miembros del grupo liberen tensiones al enseñar a relajarse en pocos minutos.

- Técnicas de estudio y trabajo: ir produciendo una integración de los componentes en función de las actividades a realizar para lograr el objetivo propuesto.

- Técnicas de creatividad: descubrimiento, imaginación, improvisación; brindar oportunidades para que los miembros expresen sus ideas por originales que sean.

- Técnicas de animación: entre todas estas técnicas, existe un objetivo que es común y general; crear un ambiente fraterno y de confianza a través de la participación al máximo de los miembros del grupo en las actividades.

- Técnicas de cierre: sirven para evaluar constantemente o periódicamente los procesos que el grupo vive; permiten la mejora permanente del grupo, tanto en su funcionamiento, como en su rendimiento.



Fuente: SENA

Por lo general cuando se realiza cualquier actividad, un aspecto importante se refiere al momento de la evaluación, ya que esta permite verificar si los fines que se trazaron previamente se cumplieron, si el desarrollo del proceso grupal permitió la socialización e integración, brindándole al facilitador un medio para comprobar cuanto ha avanzado el grupo en la ejecución de las tareas; así como, valorar todo aquello que pudo haber influido en el avance o retroceso del grupo, incluyendo el propio rol de coordinador o facilitador.

La ejecución del recorrido

A continuación se presentan una serie de recomendaciones y técnicas, las cuales van en orden de ejecución de un recorrido guiado:

Tenga en cuenta el protocolo de bienvenida

Este es el primer momento de verdad del ciclo del servicio, aquí es cuando se toma el control del grupo para dar inicio al recorrido en el cual debe aplicar el protocolo de servicio en la etapa de bienvenida.

Presentación del guía: para este paso el guía debe ubicarse en un sitio en el cual el grupo pueda verlo, puede ser en un punto un poco más alto, usando un tono de voz adecuado para que el grupo pueda escucharlo, ubicando a los asistentes en semicírculo, tratando de no darle la espalda a nadie. Tenga en cuenta las características del entorno para este momento, tales como el ruido, la seguridad, la accesibilidad, las condiciones climáticas y demás consideraciones pertinentes.

El guía siempre debe mantener una distancia física adecuada con los turistas; tenga presente la importancia de la presentación personal para este momento (identificación, indumentaria, materiales y equipos deben estar acordes al recorrido a realizar).

Descripción de las características del recorrido

Itinerario: se debe presentar el recorrido que se hará, con los lugares a visitar y la duración aproximada de cada uno.

Recomendaciones: aplicarlas de acuerdo al protocolo establecido y a las características del recorrido a realizar, ya sea en espacios naturales o culturales; en ese instante se recomienda realizar una ubicación geográfica del recorrido, brindando información de los lugares, puntos de encuentro o especificaciones a seguir en caso de que algún visitante se separe del grupo.

Igualmente se sugiere realizar una retroalimentación, verificando que el visitante ha comprendido las recomendaciones.

Este momento de presentación es el oportuno para realizar una actividad de interacción que garantice identificar las características del grupo, como conocer el nombre, la profesión, los gustos o el lugar de origen.

Desde la planeación, el guía ya ha delegado las funciones al grupo de apoyo si lo tiene, en caso de no tener grupo de apoyo, el guía puede buscar ayuda voluntaria en algunos de los integrantes del grupo, asignando funciones como: guía rastrillo, funciones de asistencia a compañeros de viaje, sin olvidar que la responsabilidad del grupo es del guía de turismo.

Antes de iniciar el recorrido, es necesario verificar que las condiciones están dadas.

Para áreas naturales, es importante tener en cuenta que debe realizarse una actividad de calentamiento, y que el paso a seguir es iniciar con el recorrido.

El guía debe mantener contacto visual y auditivo con el grupo.

Durante el recorrido, el guía encabeza la fila o el grupo, garantizando que este se mantenga unido, revisando que ningún turista vaya más adelante, teniendo el control general del grupo. En caso de ver al grupo muy disperso, hacer una pausa y esperar al guía rastrillo.

Mientras camine vaya interactuando con el grupo, sin dar información relevante, pero tenga en cuenta que esto no implica que esté hablando todo el recorrido, ya que puede generar cansancio entre el grupo; es necesario saber que dentro de la charla, el guía no puede manifestar opiniones de tipo político, religioso, deportivo, o de cualquier otra índole que generen polarización.

Es necesario asegurar que la totalidad del grupo está presente cuando se brinde información, o se estén realizando actividades interpretativas.

En caso de que un turista realice una pregunta durante el traslado, se puede hacer referencia en la próxima parada para que todo el grupo la escuche; asimismo también se puede utilizar la técnica de repetir la pregunta para asegurar que todos los participantes sepan de qué se está hablando. Recordar que si no se tiene la respuesta a una pregunta, es válido decir no sé, y de esta manera se puede anotar la pregunta para indagar y contestar posteriormente.

Evitar entablar comunicación solo con una parte del grupo, asegurarse que todos reciban la información que se está suministrando.

Igualmente determinar si las paradas solicitadas por el grupo son o no pertinentes, teniendo en cuenta el itinerario y los tiempos de duración de las actividades.

Para agrupar a los turistas es posible usar comandos visuales o sonoros, los cuales adviertan que se va a realizar una intervención.

Asimismo se puede hacer uso de equipos para facilitar la ubicación de elementos especiales, detalles arquitectónicos, en espacios naturales, animales o plantas; estos equipos pueden ser: señaladores, binóculos, lupa u otros elementos que puedan ayudar. También es posible apoyarse de equipos electrónicos como tabletas y celulares, o de folletos, álbumes de fotografías o rotafolios.

Sobre la descripción arquitectónica, se recomienda siempre realizar la descripción externa, y luego la interna.

Cuando el guía va a brindar información, debe:

1. Ubicar al grupo en un lugar seguro, siguiendo el plan de acción y contingencia.

2. Asegurarse de tener contacto visual y auditivo del grupo.

3. Agrupar a los visitantes en semicírculo si el espacio lo permite o de manera que el grupo pueda observar el objeto que se quiere mostrar.

4. Toda información relevante debe elaborarse bajo estructura narrativa (planteamiento, clímax y desenlace).

5. Darle al turista espacio para hacerlo sentir protagonista del recorrido, puede ser mediante preguntas.

Los momentos en que se agrupan los visitantes pueden aprovecharse para indagar sobre el estado de salud, bienestar y las condiciones físicas; además es posible verificar que el grupo esté completo en todo momento, por lo que se debe realizar un conteo en cada parada e informar donde será la siguiente estación; lo mismo para establecer una hora y punto de encuentro.

El guía debe conocer las condiciones o reglas especiales de los atractivos a visitar, y transmitirlas a los turistas. En algunos lugares se exige la presencia de un guía, informador, acompañante o intérprete del atractivo el cual realiza el recorrido en ese espacio; en ese caso, debe hacerse la entrega del grupo al encargado sin dejar a un lado las responsabilidades y el acompañamiento del recorrido.

Para cruces de calles, avenidas y carreteras, es necesario cumplir con las normas de tránsito. En algunos casos debe hacerse uso del pito, de las señales de pare, u otros elementos que pueden ayudar a proteger la integralidad del grupo.

El guía debe tener conocimientos de técnicas de animación socioculturales en caso que las requiera.

En el momento que el recorrido incluya algún servicio, es necesario prestar ayuda para la ejecución de este, por ejemplo entregar refrigerios, asistir en el caso de la alimentación que está incluida, verificar que estos servicios se cumplan a tiempo y con la promesa de valor que se le ha hecho al turista.

Igualmente se debe verificar el transporte y las condiciones, asegurar que este servicio cumpla con los horarios, con las características físicas de limpieza, y las condiciones óptimas, las cuales garanticen el confort del grupo.

En los servicios hoteleros, revisar que los procedimientos sean adecuados, las habitaciones y la acomodación corresponda a los requerimientos de la agencia, que las condiciones físicas sean óptimas. Apoyar el momento del ingreso al hotel con la distribución y acomodación de los turistas.

Para cerrar la actividad, reúna al grupo y haga un ejercicio de finalización para indicar que el recorrido ha terminado. Pida una retroalimentación que le permita identificar la satisfacción del turista, puede ser aplicando la encuesta de satisfacción de la empresa o formulando preguntas; así como establecer los aspectos a mejorar o corregir en su labor futura, agradezca al grupo participante, pida que le hagan sugerencias o revise si hay solicitudes, dudas y preguntas. Despídase de la manera más cálida y asegúrese que todos los visitantes se vayan de forma segura, que

tengan sus objetos personales completos y que no queden situaciones pendientes con ningún participante.

En el ejercicio de la guianza, la combinación de estas técnicas son claves para la prestación del servicio; recuerde la importancia de la aplicación de los protocolos y de las acciones anteriormente mencionadas para el cumplimiento de las funciones del guía de turismo.

Referencias

Ander-Egg, E. (1993). *Técnicas de investigación social.* Buenos Aires: Editorial Magisterio del Río de la Plata.

Gómez, M. (2007). *Manual de técnicas y dinámica.* Villahermosa: Ecosur.

Labollita, M. y Farré, M. (2005). *Animación en el ámbito turístico.* Madrid: Ediciones Pirámide.

Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales de España. (2004). *NTP 667: la conducta asertiva como habilidad social.* Recuperado de http://www.insht.es

Por la cual se deroga la resolución 002 del 10 de octubre de 1997 y se dicta el código de ética profesional del guía de turismo (Resolución 221 de 1999). (1999, 08 de abril). *Consejo Profesional de Guías de Turismo,* 1999, 08 de abril.

Ruiz, A. y Valdés, L. (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales.* Oviedo: Universidad de Oviedo.

Sambrano, J. (1997). *Programación neurolingüística: el modelo de la excelencia para todos.* Caracas: Alfadil Ediciones.

Control del documento

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autores	Lina Eugenia Arango Narváez	Experta técnica	Centro de Comercio y Turismo. Regional Quindío	Octubre de 2017
	Diana Marcela Mora Castañeda	Asesora red de hotelería y turismo	Grupo de Producción Curricular. Dirección de Formación Profesional Integral. Dirección General	
	Diego Fernando Garcés Gil	Instructor de turismo-líder nacional de guianza turística	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	

	Jorge Eduardo Atehortúa López	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	José Fernando Miranda Gómez	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Caldas	
	Carolina Hernández Vargas	Instructora de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Raúl Javier Hernández Salgado	Instructor de turismo	Centro Nacional de Hotelería, Turismo y Alimentos. Regional Distrito Capital	
	Alejandro Castellanos	Instructor de turismo	Centro de Comercio y Servicios. Regional Tolima	
Adaptación	Rachman Bustillo Martínez	Guionista - Línea de producción	Centro Agroindustrial. Regional Quindío	Noviembre de 2017