PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** Técnico en Operación Turística Local
- **Código del Programa de Formación:** 633100
- **Nombre del Proyecto** Operación turística en el Norte del Valle del Cauca
- **Fase del Proyecto** Evaluación
- **Actividad de Proyecto**: Identificar las oportunidades del mercado y establecer una oferta que las satisfaga.
- **Competencia:**
    - coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo
    - diseñar paquetes turisticos de acuerdo con los compoenentes tecnicos y estandares de servicio
    - vender productos y servicios de acuerdo con las necesidades del cliente y objetivos comerciales.
    - Aplicar prácticas de protección ambiental, seguridad y salud en el trabajo de acuerdo con las políticas organizacionales y la normatividad vigente.
    - Ejercer derechos fundamentales del trabajo en el marco de la constituci n pol tica y los convenios internacionales"
    - Interactuar en lengua inglesa de forma oral y escrita dentro de contextos sociales y laborales según los criterios establecidos por el marco común europeo de referencia
    - Enrique Low Murtra-Interactuar en el contexto productivo y social de acuerdo con principios éticos para la construcción de una cultura de paz.
    - Utilizar herramientas informáticas de acuerdo con las necesidades de manejo de información
    - Desarrollar procesos de comunicación eficaces y efectivos, teniendo en cuenta situaciones de orden social, personal y productivo.
    - Generar hábitos saludables de vida mediante la aplicación de programas de actividad física en los contextos productivos y sociales
    - Gestionar procesos propios de la cultura emprendedora y empresarial de acuerdo con el perfil personal y los requerimientos de los contextos productivo y social.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar:**

  Resultados de aprendizaje asociados a competencias técnicas
    - Operar la actividad turística de acuerdo con requerimientos normativos y plan de acción.
    - Organizar paquete turístico teniendo en cuenta los componentes, las experiencias estructuradas y la normativa
    - Fijar estrategias de mercadeo para el portafolio a partir de elementos de marketing mix

Resultados de aprendizaje asociados a competencias transversales:

- Operar la actividad turística de acuerdo con requerimientos normativos y plan de acción.
- Organizar paquete turístico teniendo en cuenta los componentes, las experiencias estructuradas y la normativa
- Fijar estrategias de mercadeo para el portafolio a partir de elementos de marketing mix
- Promover el uso racional de los recursos naturales a partir de criterios de sostenibilidad y sustentabilidad ética y normativa
- Verificar los resultados obtenidos, de acuerdo con los requerimientos.
- Validar la importancia de los procesos comunicativos teniendo en cuenta criterios de lógica
- Ejecutar actividades de acondicionamiento físico orientadas hacia el mejoramiento de la condición física en los contextos productivo y social.
- Estructurar el plan de negocio de acuerdo con las características empresariales y tendencias de mercado

- Duración de la Guía: 220 horas

2. PRESENTACIÓN:

El servicio posventa es muy importante en la comercialización de servicios turísticos. Esto nos permite evaluar la satisfacción del cliente, fidelizarlo y, a través de esto, atraer nuevos turistas. Pero para lograr una buena experiencia de viaje, es importante entender las tendencias de consumo de los turistas:

“Una de las principales conclusiones que se extraen del estudio de Clubrural es que el turista rural se sitúa dentro de la granja de los 40 años de edad (un 61,93%), siendo principalmente las mujeres quienes se encargan de la gestión y organización del viaje (75.31%)

Fines de semana (49,27%) y puentes (18,99%) son las fechas elegidas para hacer este tipo de turismo, y se eligen destinos que están entre dos y tres horas del lugar de partida. En cuanto al gasto, 3,08%gasta entre 26 y 30 euros por persona y noche, mientras que un 31,96% dice gastar más de 30 euros.

Destacar también que el turismo rural es demandado sobre todo por parejas (48,60%) aunque también es una buena excusa para viajar con la familia. De hecho, el 35.75% prefiere hacerlo en grupo con ella.

A la hora de buscar alojamiento, existen dos grandes formas diferenciadas: por un lado están los grandes buscadores como Google, al que dicen acudir el 35.20% para encontrar la casa rural en la que finalmente se alojarán. Sin embargo hay otro porcentaje elevado (35.20%) que afirma acudir a

portales profesionales (33.97%). Aunque con menor incidencia, las redes sociales también resultan interesantes a los viajeros (22,57%)."

(Rescatado de https://www.infohoreca.com/noticias/20180416/perfil-del-turista-rural-clubrural-youtube#.XwcR7ihKjIU)

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividad de reflexión Inicial

"Un cliente satisfecho no sólo puede repetir, sino que recomendará tu alojamiento a sus amigos. Presta atención a las dudas, necesidades y demandas antes, durante y después de la estancia en tu alojamiento rural. Posiblemente tu base de datos crecerá lenta pero regularmente."
(Disponible en https://www.escapadarural.com/blog/como-fidelizar-clientes-en-turismo-rural/)

Ponernos en los zapatos del cliente, entender qué es lo que busca nos permite ofrecer mejores servicios; tenga en cuenta que si lo que usted ofrece no lo consumiría, seguramente los turistas no lo quieran comprar tampoco; es por ello que es muy importante crear experiencias de viaje completamente integrales que atiendan la necesidad de cada uno de los turistas y le permitan generar una retroalimentación satisfactoria y optima, recuerde que los turistas que sienten que la experiencia fue unica, lo van a recomendar.

Con relación a la lectura anterior, y de acuerdo a las experiencias previamente desarrolladas, diseñe un listado de preguntas para conocer la experiencia de viaje del turista.

- **Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje:**
  "Decálogo de la Satisfacción del Cliente

  Alcanzar la satisfacción de los clientes es uno de los factores críticos para toda organización que pretenda diferenciarse de sus competidores y obtener mejores resultados en el negocio.

  Seguidamente se presenta un decálogo de ideas para meditar:

  1. Compromiso con un servicio de calidad: toda persona de la organización tiene la obligación de crear una experiencia positiva para los clientes.

2. Conocimiento del propio producto o servicio: transmitir claramente conocimientos de interés para el cliente acerca de las características del propio producto o servicio ayuda a ganar la confianza de éste.

3. Conocimiento de los propios clientes: aprender todo lo que resulte posible acerca de los clientes para que se pueda enfocar el producto o servicio a sus necesidades y requerimientos.

4. Tratar a las personas con respeto y cortesía: cada contacto con el cliente deja una impresión, sin importar el medio utilizado (e-mail, teléfono, personalmente, etc.). Esta impresión debe denotar siempre corrección en el trato.

5. Nunca se debe discutir con un cliente: desde luego que no siempre tiene la razón, pero el esfuerzo debe orientarse a recomponer la situación. Muchos estudios demuestran que 7 de cada 10 clientes harían negocios nuevamente con las empresas que resulven un problema a su favor.

6. No hacer esperar a un cliente: los clientes buscan una rápida respuesta, por lo que es fundamental tratar ágilmente las comunicaciones y la toma de decisiones.

7. Dar siempre lo prometido: una falla en este aspecto genera pérdida de credibilidad y de clientes. Si resulta inevitable un incumplimiento, se debe pedir disculpas y ofrecer alguna compensación.

8. Asumir que los clientes dicen la verdad: aunque en ciertas ocasiones parezca que los clientes están mintiendo, siempre se les debe dar el beneficio de la duda.

9. Enfocarse en hacer clientes antes que ventas: mantener un cliente es más importante que cerrar una venta. Está comprobado que cuesta seis veces más generar un cliente nuevo que mantener a los existentes.

10. La compra debe ser fácil: la experiencia de compra en el punto de venta, página web, catacálogo, etc, debe ser lo más facil posible, y debe ayudar a los clientes a encontrar lo que estás buscando."

(Rescatado de https://calidad-gestion.com.ar/boletin/65_satisfaccion_del_cliente.html)

De acuerdo a lo visto hasta ahora, diseñe una encuesta de satisfacción que contemple:

- Calidad de servicios
- Duración de actividades
- Atención al cliente
- Guión o información ofrecida a los turistas
- Calidad en protocolos de bioseguridad

Esta encuesta debe ser cuantificable, es decir, asignar un rango de calificación numérica a cada pregunta formulada.

- **Actividades de apropiación del conocimiento**

  De acuerdo a la encuesta de satisfacción diseñada, aplíquela en un grupo piloto de 10 personas. Esto le permite determinar si las preguntas formuladas son calras y los turistas entienden cadas uno de los puntos.

- **Ambiente Requerido:**

  Acceso a internet y datos

  Espacios de formación a campo abierto para el desarrollo de las actividades y recorridos turisticos

❖ ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

- Diseñar encuestas de satisfacción
- Diseñar instrumento de evaluación del servicio ofrecido.
- Hacer seguimiento y retroalimentación a la prestación del servicio para lograr la calidad total del servicio

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento : Arból de problemas y oportunidades Lluvia de ideas **Evidencias de Desempeño** Plan de negocio **Evidencias de Producto:** Idea de negocio	"PRESENTA Y ARGUMENTA A LOS CLIENTES LOS BENEFICIOS Y CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS, MANUALES Y MEDIOS VIRTUALES ENTREGA, GARANTÍAS Y SERVICIO POSTVENTA PARA LOS PRODUCTOS ADQUIRIDOS." SERVICIOS APOYADOS CON EL USO DE CATÁLOGOS,	**Técnicas de evaluación** Socialización Exposición Trabajo escrito **Instrumentos de evaluación** Check list Cuestionario

Manual de desempeño	MANUALES Y MEDIOS VIRTUALES.	

4. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Turismo**: «las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual durante un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros» (OMT)
- **Satisfacción del cliente:** *percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos" (ISO 9000:2005* "Sistemas de gestión de la calidad — Fundamentos y vocabulario")
- **Postventa:** Conjunto de actividades que se llevan a cabo después de la venta. Suelen ser consecuencia de una garantía adscrita al producto o servicio adquirido. Son actividades tales como la asistencia o la asesoría técnica, la reparación de averías o el suministro de repuestos.

- DIAGNOSTICO: Análisis que se realiza para determinar cualquier situación y cuáles son las **6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS**

- Estrategias de marketing: disponible en https://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html
- *ISO 9000:2005* Sistemas de gestión de la calidad. ICONTEC. 2005
- Servicio postventa https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/posventa-2

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**Angie Lorena García Céspedes**	**Instructor**	**CTA**	**05-04-2021**
	Cindy Lorena Espejo	**Instructor**	**CTA**	**12-07-2021**

8. CONTROL DE CAMBIOS (diligenciar únicamente si realiza ajustes a la guía)

	Nombre	**Cargo**	**Dependencia**	**Fecha**	**Razón del Cambio**
Autor (es)					