PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL
FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA 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 en los Municipios de Zarzal, El Cairo, Ulloa, Cartago Y Obando- V2
- Fase del Proyecto: Evaluación
- Actividad de Proyecto: Elaborar de un plan de negocio de conformidad con las especificaciones técnicas dadas.

Competencia:

- coordinar actividades de acuerdo con estrategias de gestión y proceso administrativo
- diseñar paquetes turísticos de acuerdo con los componentes técnicos y estándares 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.
- 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
- 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

- Asistir al turista en los requerimientos de viaje según protocolos.
- Verificar los componentes de la experiencia y paquete turísticos de acuerdo con estructura, criterios de calidad y normativa.
- Comercializar productos y servicios turísticos teniendo en cuenta las estrategias de mercadeo y políticas de la empresa.

1 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

A través de la presente guía usted podrá desarrollar habilidades relacionadas con la elaboración de un plan de negocios basado en el producto y ruta turístico ideado durante la fase anterior. Esto con la finalidad de identificar las variables presentes al momento de poner en marcha la operación del producto asociada a una unidad de negocio. Así mismo reconocer la importancia del servicio al cliente desde la introducción de un producto en el mercado hasta la fidelización de los turistas con los destinos. El servicio visto como un valor implícito dentro de la oferta turística de valor construida.

Apreciado aprendiz, durante esta etapa final de su proceso de aprendizaje la invitación asociar cada uno de los conocimientos, aprendizajes y vivencias adquiridas en pro de visualizar en el turismo una oportunidad de vida y una alternativa para las económicas del municipio en el que reside.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1. Actividad de reflexión inicial.

Estimado aprendiz Colombia ante el mundo es reconocida no solo por su diversidad natural y sus hermosos paisajes, la gente, su calidez y su carisma, son valores agregados que incentivan la experiencia turística en los destinos por parte de los clientes.

A continuación, encontrará un enlace correspondiente a la marca promocional de Colombia en el exterior, de acuerdo a su visualización responda las siguientes preguntas:

Enlace de video:

https://www.youtube.com/watch?v=PHMlmzZjAIA

- ¿Cuáles valores se exaltan en el video?
- ¿Considera que estos valores mejoran la experiencia del cliente?
- ¿Qué elementos culturales incentivan la práctica del turismo en Colombia, de conformidad con lo que se muestra en el video?

- ¿Qué expresiones artísticas incentivan la práctica del turismo en Colombia, de conformidad con lo expuesto en el video?

3.2. Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.

Actualmente, los servicios y actividades turísticas son comercializadas en mayor medida a través de plataformas online (en línea) tales como Despegar, Trivago, Expedia. Estas hacen las veces de un consolidador que reúne todos los servicios turísticos legalmente constituidos. En ellas los viajeros podrán hacer sus procesos reserva y compra de pasajes aéreos, terrestres, seguros médicos, alojamientos, restaurantes, alquiler de carros entre otros servicios, así mismo los turistas podrán compran paquetes turísticos que incluyen alojamientos, transporte, en algunos casos alimentación y otros servicios a la medida de sus necesidades. Para la compra tanto de los servicios como de los paquetes turísticos se exige algunos requisitos de tipo legal y sanitario dependiendo del país de origen, así como el lugar de destino en el caso de los viajes internacionales, para el caso de viajes nacionales los requisitos dependerán de la zona que se pretenda visitar como es el caso de las selvas tropicales de nuestro país que exigen la presentación de un carnet que constante la aplicación del esquema de vacunación contra la fiebre amarilla.

Actividad:

Conforme grupos de 4 personas y debata sobre los siguientes cuestionamientos, al finalizar cada grupo deberá socializar sus conclusiones:

- ¿Qué estrategias se podrán implementar para dar a conocer el municipio en el que reside a turista de otros continentes como Asía y Europa?
- ¿Si tuviese la oportunidad de dialogar con una persona extranjera que le mostraría de su territorio donde reside?
- ¿Si tuviese la oportunidad de dialogar con una persona extranjera que historias le contaría del territorio donde reside?
- ¿Ha tenido la oportunidad de viajar fuera de país? ¿Qué le han exigido para hacerlo? En el caso de no haber salido el país ¿Cuáles creen que podrían ser los requisitos para salir?

Pistas:

Incluya dentro del debate con sus compañeros y conclusiones las siguientes palabras:

- Redes sociales
- Contenidos multimedia
- Historias
- Cultura
- Calidez
- Valores
- Pasaporte
- Visa
- Vacunas

3.3. Actividades de apropiación del conocimiento

3.3.1. Identifica los requerimientos de viaje para el turista según tipo y necesidades.

Una de las cosas más importantes para el éxito de destinos y empresas turísticas, es entender los gustos y las necesidades, de turistas cada vez más heterogéneos. Las motivaciones y las necesidades de los viajeros están cambiando y evolucionando de forma constante, debido a diferentes tendencias y modas de cada sociedad. Por

otro lado, han surgido nuevos flujos turísticos de mercados emergentes como China, India o Rusia, que tienen gustos y costumbres diferentes.

Los destinos y las empresas turísticas tienen que estar informados de cómo evolucionan los hábitos de consumo y las tendencias, de cada uno de sus mercados estratégicos.

Lo que es común para la mayoría de los turistas es la creciente necesidad de contar con servicios tecnológicos de primer nivel y tener una comunicación directa y en tiempo real, con sus proveedores turísticos. Ya sea la compañía aérea, el hotel, la agencia de viajes o la empresa de tours que usan en el destino. Y quieren servicios que puedan reservar directamente desde su móvil y sobre todo que puedan recibir asesoría personalizada para referente a los requisitos y condiciones de viaje.

Actividad número 1:

A continuación, se presenta una sopa de letras que incluye palabras asociadas a los requisitos del turista al momento de realizar un viaje. Identifique cada una de las palabras en la sopa de letras y complete la siguiente tabla:

Sopa de letras de Requisitos del viajero

T	A	R	J	E	T	A	C	R	E	D	I	T	O	R
S	E	G	U	R	O	M	E	D	I	C	O	R	O	F
I	D	R	E	I	S	E	C	G	O	H	E	N	G	O
I	E	I	M	B	I	O	O	A	J	P	E	P	T	R
S	R	E	N	P	V	D	A	R	S	M	C	A	T	M
T	T	O	O	E	T	A	A	I	L	O	V	S	O	U
T	Y	E	P	E	R	U	C	E	I	U	I	A	D	L
R	R	S	N	O	A	O	D	U	E	I	S	P	I	A
Y	M	R	C	E	P	O	E	D	N	I	A	O	A	M
E	A	N	P	E	S	M	T	E	T	A	C	R	U	E
C	O	N	B	I	R	N	T	S	R	D	S	T	D	D
E	O	A	M	U	A	R	E	R	C	C	D	E	F	I
R	L	R	C	O	F	U	G	N	E	L	M	F	S	C
R	E	S	E	R	V	A	H	O	T	E	L	E	R	A
P	P	A	A	Z	S	S	O	U	V	D	Y	S	I	C

Palabras a encontrar:

PASAPORTE	SEGUROMEDICO	CARNET
VISA	FORMULAMEDICA	DINERO
VACUNAS	PERMISODELMENOR	TARJETACREDITO
RESERVAHOTELERA		

PALABRAS DE LA SOPA DE LETRAS	ASOCIE SU UTILIDAD PARA EL VIAJERO
Pasaporte	
Visa	
Vacunas	
Reserva hotelera	
Seguro medico	
Formula medica	
Permiso del menor	
Carnet	
Dinero	
Tarjeta de crédito	

Actividad número 2:

Estimado Aprendiz, teniendo en cuenta el anterior vocabulario identificado realice una lista de palabras en inglés correspondiente a los requisitos que todo viajero necesita cumplir al momento de emprender un viaje. Repase su pronunciación y asócielas con elementos de su entorno.

No olvide incluir palabras como: pasaporte, visa, vacunas, seguro médico, formula medica etc.

Actividad número 3:

Estimado aprendiz ya conoce el nombre de algunos de las plataformas en línea donde los potenciales turistas pueden realizar el proceso de reserva y compra de sus servicios y paquetes turísticos. A continuación, debe ingresar por lo menos en tres de los siguientes enlaces que corresponden a plataformas de comercialización de servicios turísticos digitales.

Plataformas sugeridas a consultar:

- Expedia https://www.expedia.com/es/
- Trivago https://www.trivago.com.co/
- Despegar https://www.despegar.com.co/
- Kayak https://www.kayak.com.co/
- Aviatur https://www.aviatur.com/
- Tripadvisor https://www.tripadvisor.co

Recuerde las anteriores plataformas sugeridas debe elegir 3 y con base a su exploración completar el siguiente cuadro:

Nombre de la plataforma	Nombre la plataforma 1	Nombre de la plataforma 2	Nombre de la plataforma 3
¿la plataforma consultada ofrece la posibilidad de reservar un tiquete de avión?			
¿ Qué información me solicita para realizar el proceso de reserva de un tiquete de avión?			
¿La plataforma vende paquetes turísticos?			
¿A qué destinos, la plataforma está vendiendo paquetes turísticos?			
¿Qué servicios incluyen la mayoría de los paquetes turísticos que oferta la plataforma?			
¿Qué otros servicios se pueden comprar a través de la plataforma web?			

Evidencia:

1. Socialice con sus compañeros los requisitos legales y sanitarios que tienen los turistas al momento de emprender un viaje.
2. Elaborar cuadro comparativo donde se evidencie las principales características de cada buscador de servicios turísticos consultado.

3.3.2. Aplica los lineamientos del protocolo de atención al cliente de servicios turísticos de acuerdo al producto diseñado

En la actualidad, se debe reconocer que la excelencia en la prestación del servicio es un factor fundamental para el crecimiento del sector turístico, incrementar los estándares de calidad dentro de los procesos y actividades asociadas al sector, es un reto que implica asumir la responsabilidad que al ofertar servicios turísticos se están comercializando experiencias y es aquí donde el prestador de servicios se encuentra en la capacidad de construir experiencias memorables para sus clientes o turistas o experiencias no tan agradables que conducen en el fomento de una mala percepción sobre un destino turístico.

El servicio al cliente y la prestación de servicios turísticos:

El servicio no es un bien tangible, aunque no se pueda ver si se puede percibir. Un buen servicio puede incidir sobre la decisión de un turista de regresar a un destino, un hotel, un restaurante o nuevamente experimentar una actividad, pero una buena o mala experiencia no solo se influye sobre la decisión de un turista, sino actualmente con la inmediatez de la difusión de la información a través de la internet una mala experiencia se comparte y difunde a nivel global con la capacidad de persuadir a los demás turistas sobre adquirir determino servicio turístico.

En este sentido cualquier destino o prestador de servicios turísticos ubicado en un territorio debe entender que la óptima prestación del servicio influye directamente en la generación de un destino competitivo por ende en el fortalecimiento de la actividad turística que repercuta en el incremento y en la generación de ingresos y desarrollo económico social.

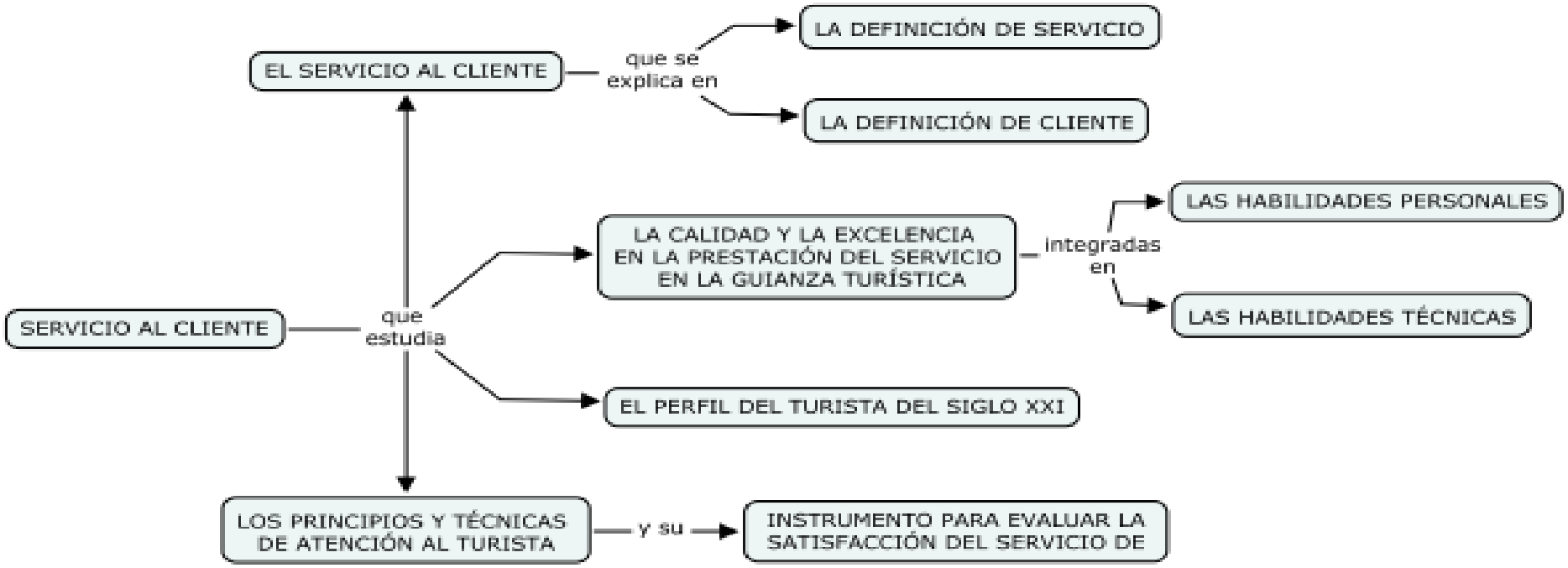
En la práctica el servicio que proporciona una empresa al relacionarse con sus clientes, tiene como objetivo primordial ofrecerle no sólo lo mejor, sino satisfacerlo en sus requerimientos de un bien o un servicio. Cada persona que trabaja en una empresa y que establece un contacto directo con los clientes, está llamada a poner a su disposición el conjunto de actividades que desarrolla, con el fin de generar en él algún nivel de satisfacción. El servicio al cliente busca ofrecer lo mejor de un producto o servicio en términos de calidad; incluyendo, un tiempo de entrega oportuno y la asesoría en su uso correcto. Para lograr una excelente prestación y ofrecer un buen servicio al cliente, es importante tener claridad en los servicios prestados de acuerdo a las particulares necesidades de cada cliente, conocer los competidores más cercanos buscando mejorar sus propuestas, realizar encuestas constantes a los compradores para detección de necesidades y su satisfacción

¿Quién es mi cliente?

El cliente es considerado como cualquier persona o empresa que tiene una necesidad de adquirir un producto o servicio en este caso de tipo turístico. Ahora bien, cada empresa dentro del sector turismo aunque hagan parte del mismo entorno cada una tiene un perfil de cliente diferente y este varia en la medida de las características del producto que se pretenda comercializar, es decir en turismo por ejemplo no todas las personas disfrutan de realizar una caminata en ascenso por una montaña, no todos disfrutan o se interesan por la práctica del parapente o el balsaje en ese sentido el cliente para este tipo de empresas solo será quien cuente con este tipo de intereses y motivaciones.

El siguiente mapa conceptual sintetiza aspectos claves del servicio al cliente:

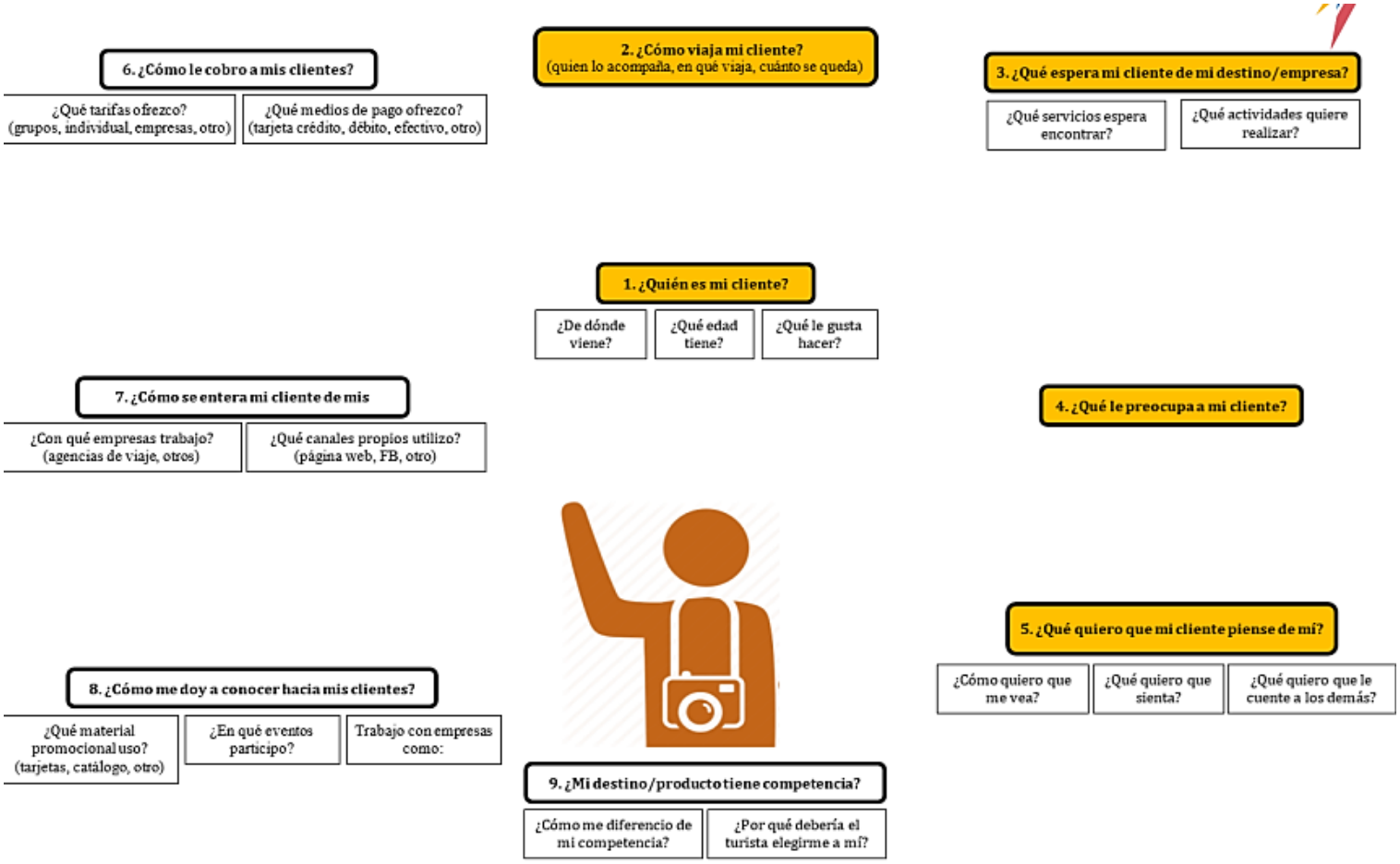
Aspectos claves del servicio al cliente



Fuente: Elaboración propia. Basada en Manual de servicio al cliente de Mincetur

Actividad número 4:

Teniendo en cuenta lo anterior, cada aprendiz junto con su equipo de trabajo de la etapa productiva deberá responder las siguientes preguntas que se encuentran enumeradas en el siguiente grafico del 1 al 9, las respuestas a estas preguntas lo conducirán a construir su perfil de cliente. Recuerde que dichas respuestas deberán enfocarse en el producto que se encuentra en proceso de ideación y creación.



Fuente: Elaboración propia.

¿Cómo atender a mi cliente?

Una vez definido el perfil de mi potencial cliente a quien le ofreceré mis productos y servicios. Reconozco esta persona como un elemento fundamental, sobre el cual debo centrar mis esfuerzos para atraparlo y cautivarlo, para que tome la decisión de comprar y recomprar. En este sentido toda empresa en su día a día debe procurar para que su actuar se rija bajo lineamientos que garanticen la óptima prestación del servicio al cliente. En este sentido la mayoría de las empresas del sector turismo establecen un protocolo que contiene las pautas para la prestación del servicio.

Importancia de saber mirar, escuchar y preguntar en servicio al cliente:

Cuando se habla de servicio al cliente es clave saber mirar, escuchar y preguntar a nuestros clientes de tal manera que el servicio se ajuste a sus expectativas tal cual se presenta en las pautas del siguiente cuadro.

MIRE	ESCUCHE	PREGUNTE
• Cuando usted atiende a alguien, evite desviar la mirada de su oyente. • Si sus ojos se distraen, su mente también lo hará. • Evite distracciones y utilice sus ojos y oídos para concentrar su atención.	• Nunca se debe interrumpir a un/a cliente mientras habla. • Espere hasta que haya terminado de hablar, para ayudarlo. • Recuerde que cuando el cliente/ la clienta está hablando, también está comprando.	• Cuando usted hace preguntas bien pensadas, asegura al cliente/ la clienta con quien habla que usted es capaz de analizar y manejar la tarea asignada.

Recuerde:

Darte la oportunidad de escuchar, mirar y saber interpretar a los/as clientes/as son las herramientas más útiles. Escuchar y darles lo que necesitan genera satisfacción y esto se traduce en clientes/as fieles.

Actividad número 5:

Juego de roles de conformidad con el tipo de cliente:



Fuente: Experiencia al cliente. Curso virtual de Jóvenes con sentido. MINCIT.

Conforme parejas donde cada uno deberá asumir un rol de cliente y el otro de prestador de servicios de acuerdo con las siguientes opciones:

Tipos de clientes:

Tipo de Cliente (rol)	Características
Cliente Informado:	Interrumpe, pide atención inmediata y pregunta de manera excesiva.
Cliente Indeciso	Es callado y no menciona a sus deseos o intereses al vendedor
Cliente enojado	Son agresivos y seguramente no estarán de acuerdo con ninguna de las respuestas o soluciones que el prestador de servicios le proponga
Cliente interesado/ motivado	Esta emocionado porque es el viaje de sus sueños, quiere si o si ir con los recursos que dispone, preguntará sobre todos los servicios.
Tipos de prestadores de servicios turísticos	
Agentes de viajes	
Guías turísticos	
Informadores turísticos	
Agentes operadores	

De acuerdo con los anteriores roles tanto de tipo de cliente, como de los tipos se prestadores de servicios turísticos cada uno deberá seleccionar un rol y realizar una representación que ejemplifique una situación que evidencie el manejo correcto del cliente según sus características.
Una vez presentado el ejercicio de roles, cada grupo deberá socializar sus conclusiones.

Actividad numero 6:

A partir de la identificación del cliente, sus gustos necesidades y la diferenciación de los tipos de clientes construya un decálogo (10 pautas) que tracen la ruta desde su negocio para alcanzar la satisfacción de los clientes.

A continuación, se relacionan algunos ejemplos sobre los cuales se puede guiar para la elaboración de su decálogo

1. 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.
2. 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 resuelven un problema a su favor.
3. 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.
4. 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.

Definiendo estrategias de mercado para el potencial cliente:

Una vez definido el perfil de cliente en el cual se establecen sus características geográficas y demográficas, como lugar de procedencia, sexo, edad e identificados sus gustos, necesidades e intereses, estamos listos para definir las estrategias de comercialización del producto turístico diseñado, te tal manera que el mensaje y esfuerzos desarrollados en etapa de la promoción se enfoquen en captar dichos potenciales clientes. Para ello deberá responder las siguientes preguntas:

- ¿Cuál es el valor agregado de su producto turístico?

Recuerde que el valor agregado corresponde exaltar aquellos atributos que hacen especial o única su experiencia, estos pueden ser como el reconocimiento de valores culturales de una comunidad, el reconocimiento de lugares únicos o el deleite de gastronomía tradicional.

- ¿Cuál es la estrategia de posicionamiento para su producto turístico?

Tenga en cuenta que el posicionamiento del producto es una estrategia del mercadeo que debe responder a la pregunta ¿cómo vamos a comercializar nuestro producto con base a la segmentación de mercado (definición del perfil de mi cliente)? Esto se hace en base a los atributos, a resaltar del producto tales el precio, sus beneficios, sus características etc.

- ¿Cuál o cuáles estrategias de comunicación utilizará para dar a conocer su producto turístico con sus potenciales clientes?

Para recordar: una estrategia de comunicación hace referencia a la definición de los mecanismos utilizados por la empresa para transmitir mensajes de manera efectiva con sus potenciales clientes, estos pueden ser a través medios en línea como un blog o contenidos en redes sociales o también establecerse una comunicación tradicional como la participación en ferias y eventos y el relacionamiento con aliados estratégicos.

- ¿Cuál o cuáles serán los medios a través de los cuales podrá su producto a disposición de sus clientes?

Recuerde que la distribución hace referencia al vehículo que utilizará la empresa para poner a disposición de sus clientes su producto, en este caso algunas opciones pueden ser las redes sociales, medios tradicionales como las agencias de viajes entre otros.

- ¿Cuál o cuáles son sus estrategias para promocionar su producto?

Recuerde que las estrategias de promoción hacen referencia al hecho de informar, persuadir y generar recordación en el público objetivo acerca de los productos o servicios turísticos que se disponen dentro de un mercado.

Evidencias:

A partir de las actividades desarrolladas deberá realizar lo descrito a continuación:

1. Elabore un perfil del cliente de conformidad para su producto turístico desarrollado donde especifique gustos, necesidades, preferencias, edad, sexo, ingresos económicos, lugar de procedencia entre otros aspectos que le permitan caracterizar su cliente.
2. Realice un decálogo con (10 pautas) de comportamiento para la prestación correcta de los servicios turísticos.
3. Realice un video dramatizado donde usted en una situación real atiende al turista de acuerdo al perfil elaborado, y donde aplicará el decálogo de la atención al cliente elaborado.

3.3.3. Aplica los instrumentos de evaluación a las experiencia turística

La experiencia del visitante es el resultado de vivenciar un producto turístico en el cual interactúan aspectos como el entorno y las personas anfitrionas de los territorios. Esto quiere decir, que existen elementos objetivos que no podemos modificar, como por ejemplo un paisaje o un tipo determinado de infraestructura, y otros elementos subjetivos que responden a percepciones, opiniones y/o valoraciones diversas ante por ejemplo una misma actividad, las que pueden depender de la edad, sexo, nivel educacional, lugar de residencia, motivaciones, intereses, entre otros. La interacción de ambos elementos conforma la experiencia.

Esto hace que sobre un mismo hecho cada persona lo perciba y lo viva de una manera distinta, como se muestra en el siguiente gráfico:

Personas que participan de la misma actividad pueden tener diferentes experiencias



Fuente: Manual para la evaluación de experiencias turísticas PNUD.

Evaluación de una experiencia turística

Antes de que la experiencia se incluya en un producto turístico, se deben realizar las validaciones pertinentes, estas pueden ser con las mismas personas locales o con alguien que tengan otras experiencias. Para realizar las validaciones habitualmente se utilizan instrumentos que permiten desagregar la experiencia en términos operativos, financieros, humanos, tecnológicos etc. En definitiva, todos aquellos recursos necesarios para la implementación de la experiencia turística y su correspondiente integración con la operación de un negocio.

Validación de los componentes del producto y experiencia turística:

Actividad número 7:

Entendiendo que el producto turístico se define como: el conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen los recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, las motivaciones, los requerimientos o los deseos de los turistas, como experiencia turística."

Para iniciar el proceso de validación y evaluación de cada grupo con su empresa deberá diligenciar la siguiente ficha basado en el producto que ha venido construyendo desde la fase de planeación.
Tenga en cuenta los lineamientos propuestos en cada uno de los espacios de la ficha:

Tipología de turismo de su producto (naturaleza o cultura): _____
Subproducto (gastronomía, religioso, avistamiento de aves, aventura):_____
Denominación del producto:
Descripción del Producto
Por ejemplo: “Experiencia comunitaria fundamentada en la tradición cafetera, el vallenato, la artesanía y la naturaleza”.
Experiencia
Por ejemplo: “Compartir una experiencia exclusiva y tangible para los visitantes, alrededor de la música vallenata, la ecología, la agricultura y sus historias tradicionales por medio de un increíble recorrido, despertando sentimientos de felicidad, tranquilidad, romanticismo, sabor y deleite”.

Atractivo	**Actividad – Definir si la actividad es contemplativa, interpretativa o interactiva**	**Duración**	**Precio inicial - Esto se trabajará en detalle en el Plan de negocios Relacione un aproximado de precios**
Tradición y cultura cafetera.	Experiencia cafetera por fincas rurales (siembra, recolecta, preparación, etc.).	2 días	Alojamiento: $90.000 Merienda: $5.000 Almuerzo: $15.000 - $20.000 - $30.000 Desayuno y cena: $10.000 - $15.000 Transporte rural : $300.000

Servicios incluidos y complementarios
Alojamiento rural – acomodación doble Transporte desde punto de encuentro a Vereda El Jardín Servicio completo de alimentación (Desayuno, refrigerio, almuerzo y cena)
Requerimientos específicos del producto (Establecer qué se necesita mínimo en los siguientes rubros)
Mejoramiento de acceso a través de vías terciarias hacia las fincas cafeteras. Adaptación de alojamientos en casco urbano y, principalmente, en las zonas rurales, así como de las baterías de baños. Almacenamiento de agua por escasez.
RUTA TURÍSTICA – CIRCUITO

Donde inicia, posteriormente va a – continua por y termina en.			
Mercado (su producto está dirigido para clientes locales, regionales, nacionales e internaciones). Recuerde el perfil de cliente que definió anteriormente			
LOCAL	REGIONAL	NACIONAL	INTERNACIONAL
Grado de preparación del producto			
ALTO	MEDIO	BAJO	
DOFA del Producto y Recomendaciones			
Fortalezas:			
Debilidades:			
Oportunidades:			
Amenazas			
Recomendaciones:			

Al finalizar este ejercicio, usted tendrá como resultado los lineamientos de su producto, junto con la orientación del instructor(a) de Seguridad y Salud en el Trabajo, elabore lineamientos y recomendaciones para la atención de sus potenciales turistas, de acuerdo al perfil del cliente definido.

Evidencia:

- Complete la ficha de lineamientos técnicos y operativos de su producto turístico.
- Elabore un documento con recomendaciones para la atención de sus potenciales turísticas desde el área de seguridad y salud en el trabajo al momento de participar en sus experiencias turísticas diseñadas.

3.4. Actividades de transferencia de conocimiento.

En los grupos de trabajo que conformo desde el inicio de la etapa productiva de acuerdo a su idea de producto turístico, responda las siguientes preguntas:

- ¿Qué intereses tienen las personas que buscan realizar turismo en el municipio?
- ¿Cómo considera que es el servicio prestado en los establecimientos comerciales del municipio (restaurantes, cafeterías, hoteles etc.)?
- Con sus compañeros visite alguno de los establecimientos que prestan servicios a turistas en el municipio en calidad de cliente. Grabe un video de la experiencia de cómo es atendido. Posterior a la experiencia reunirse con sus compañeros analicen el video y elaboren una presentación, donde a partir de su experiencia resalten tanto los aspectos positivos como por mejorar en términos de servicio.
- Finalmente elabore un flyer (volante) que contenga pautas para una excelente prestación del servicio al turista, con el deberá por lo menos en 3 establecimientos de comercio del municipio sensibilizar a los propietarios.

Evidencias:

- Grabación que contenga un caso real de experiencia al cliente con un prestador de servicios turísticos presente en el municipio.
- Grabación posterior al análisis del caso real que contenga por lo menos 3 sensibilizaciones realizadas a prestadores de servicios turísticos del municipio, referentes a la cultura de experiencia al cliente.

4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Tome como referencia la técnica e instrumentos de evaluación citados en la guía de Desarrollo Curricular

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
Evidencias de Conocimiento: Apropia los requerimientos para la reserva de servicios según la necesidad del turista, se debe evidenciar: Exploración las	**Técnicos:** - identifica los requerimientos de viaje para el turista según tipo y necesidades. - Reconoce el valor del servicio al cliente en la generación de experiencias turísticas de alto valor. - Asocia las características del perfil de cliente, con la composición técnica y operativa de su experiencia turística. - Elabora un plan de negocios basado en los	Técnica: formulación de preguntas Instrumento: Lista de chequeo.

páginas web de los principales motores de reserva de servicios turísticos. El resultado de su exploración lo plasma en un cuadro comparativo Identificación de los requisitos que todo turista al momento de realizar un viaje y apropia términos.	lineamientos y criterios definidos. **Básicos:** - Maneja procesador de texto, hoja de cálculo, software para presentaciones y software específico, de acuerdo con las funcionalidades de los programas. - Utiliza motores de búsqueda, programas de navegación, correo electrónico, transferencia de archivos, chat, programas de e-learning y computación en la nube, de acuerdo con las necesidades de información y comunicación. - Interactúa de manera fluida con los actores vinculados a la actividad turística del municipio. - Comprende y aplica la importancia del actuar profesional bajo los principios de la ética y moral. - Reconoce los riesgos de salud y seguridad a los que un turista puede exponerse al momento de practicar las experiencias turísticas ofertadas. - Apropia vocabulario del idioma inglés, asociado a los requisitos de viaje de un turista.	
Evidencias de producto: Completa el plan de negocios teniendo en cuenta la evaluación de la experiencia turística realizada, teniendo en cuenta lo siguiente: Define las pautas de comportamiento para la prestación adecuada de servicios dirigidos a turistas, a través de la presentación de un decálogo.	**Técnica:** - Elabora un decálogo de atención al cliente para la prestación de servicios turísticos de acuerdo con el producto diseñado - Realiza proceso de ideación y estructuración de bajo los lineamientos de la ficha establecida para tal fin. - Reconoce los riesgos a los que los turistas se encuentran expuestos al momento de ejecutar una experiencia turística por la tanto en el proceso de estructuración de la experiencia define recomendaciones para mitigarlos. - Define naturaleza de su producto de conformidad con los atractivos integrados. - Construye una propuesta de valor diferencial para su producto turístico. - Define tipo de cliente de acuerdo a	- Técnica: Socialización Ficha de plan de negocio Instrumento: Lista de chequeo.

Diligencia la ficha de ideación y estructuración de producto turístico.	características del producto. - Identifica costo fijos y variables en función del correcto funcionamiento del producto. - Desarrolla una estructura financiera para la operación e implementación del producto definido. Básicos - Codifica y decodifica mensajes utilizando procesos comunicativos orales y escritos. - Utiliza íconos, símbolos, señales, planos, esquemas y flujogramas según requerimiento. - Gráfica la información con contenidos semánticos. - Utiliza la información según el propósito establecido. - Apropia un método para leer comprensiva e interpretativamente. - Utiliza el lenguaje según el destinatario, el propósito, el contexto y el contenido. - Usa el léxico con precisión y propiedad en los procesos de comunicación relacionados con el área de desempeño laboral. - Utiliza herramientas que permiten la comunicación asertiva en diferentes entornos teniendo en cuenta la pedagogía para la paz. - Construye relaciones interpersonales a partir del enfoque diferencial y la promoción de una cultura de paz. - **Trasversales** - Reconocer el trabajo como uno de los elementos primordiales para la movilidad social y la transformación vital. - Argumenta los momentos relevantes del devenir histórico de los derechos humanos y fundamentales del trabajo en la línea del tiempo. - Analiza de manera autónoma situaciones que repercuten en el desarrollo de los procesos sociales desarrollando habilidades de comunicación según técnicas y protocolos - Identificar las normas para realizar trabajos	

	de forma segura y responsable con el medio ambiente en su desempeño laboral teniendo en cuenta el entorno social y el marco de la sustentabilidad. - Interpreta la normatividad ambiental y de sst, su relación con el desarrollo de sus actividades de forma segura y responsable, garantizando un entorno social amigable y sustentable. - Aplica acciones de emprendimiento de acuerdo con los elementos de desarrollo social y personal. - Plantea ideas de negocio a partir de oportunidades y necesidades del mercado conforme con el análisis sectorial.	
Evidencias de desempeño: Material audiovisual donde se evidencia la atención al cliente de acuerdo a los lineamientos Se debe evidenciar: Interactúa con los prestadores de servicios turísticos del municipio, evaluando la experiencia al servicio cliente experimentada. Promueve con los prestadores de servicios turísticos del municipio una cultura orientada al servicio de calidad.	**Técnicos:** - Diligencie instrumentos que contribuyan a la validación y evaluación de la experiencia turística. - Define aspectos como nicho de mercado, oferta de valor, costos, precios, margen de utilidad en función de las características del mercado y la elaboración de un plan de negocios. **Básicas** - Expresa y transmite con claridad los mensajes dentro la comunicación efectiva oral, con la finalidad de captar la atención y sensibilizar a los prestadores de servicios turísticos acerca de su comportamiento. - Fomentar la cultura emprendedora, a través de la elaboración del plan de negocios de empresa dedicada a la oferta de servicios turísticos.	Técnica: Observación, análisis de caso y socialización. Instrumento: Lista de chequeo.

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

- **Atractivos turísticos**: Recursos naturales y culturales que tienen un potencial y capacidad de atraer a los visitantes.
- **Calidad en la prestación de servicios turísticos**: Con el fin de asegurar que tanto la prestación de servicios turísticos como los destinos turísticos cumplan con estándares de calidad, seguridad · y sostenibilidad, el Ministerio de Comercio, Industrial y Turismo determinará niveles de calidad, teniendo en cuenta el tamaño y las capacidades de los prestadores de servicio turísticos. Así, como las características de los atractivos y destinos turísticos.
  Además de lo anterior, establecerá lo relacionado con la calidad turística y la condiciones de homologación de esquemas y certificaciones nacionales e internacionales públicas o privadas en el marco del Subsistema Nacional de la Calidad.
- **Cliente:** Aquella persona que ya ha comprado y/o utilizado nuestros productos o servicios.
- **Cliente Hostil:** Cliente dominante que discute, objeta y hace valer su condición de cliente.
- **Comercialización:** Consiste en dar a un producto las condiciones y la organización adecuada para su venta; comprende aspectos como la distribución, la estrategia de venta, las condiciones de venta, la política de precios, etc.
- **Comunicación no verbal:** Proceso de trasmisión y recepción de ideas, información y mensajes sin palabras, es decir, se da mediante indicios, signos y que carecen de estructura sintáctica verbal
- **Destino Turístico:** Espacio físico en el que un visitante pernocta por lo menos una noche. Incluye productos turísticos tales como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes, y percepciones que definen su competitividad en el mercado.
  Los destinos locales lo incorporan a varias partes interesadas que a menudo incluyen una comunidad local, y pueden albergar o formar una red para conformar destinos amplios (Organización Mundial del Turismo 2002).
- **Producto Turístico**: Es la combinación de atractivos y servicios que se ofrecen en el mercado con el fin de satisfacer las necesidades, requerimientos o deseos de los turistas. (Ley 300 de 1996**)**
- **Producto Turístico Experiencial**: es capaz de ser multisensorial, responsable, personal, único y cualitativo emocionalmente, así como tener la capacidad de generar conexión a partir de su creación creado en función de los deseos del turista. Es de resaltar que las empresas y los destinos turísticos no pueden crear experiencias, sino productos experienciales que tienen posibilidades de convertirse en experiencias gracias al proceso de creación que han seguido y su interacción con el turista, él único que la termina validando como tal. (Adaptado de García, José Antonio. Productos Turísticos Experienciales).
- **Protocolo:** Conjunto de acciones, procedimientos y formas de actuar establecida y predeterminadas que favorecen la venta.
- **Venta:** Actividad fundamental comercial donde se realiza la transferencia del derecho de posesión de un bien, a cambio de dinero y el vendedor hace lo necesario para que esta reunión sea exitosa.

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS

- Angulo, Á. A. (s.f.). Recuperado el 17 de julio de 2022, de El cliente: http://es.scribd.com/doc/59156044/EL-CLIENTE-separata
- CHIAS, J. (2006) El Negocio de la Felicidad. Editorial Prentice Hall

- Congreso de Colombia. Ley N° 1558. Recuperado el 17 de julio de 2022, de Wsp.presidencia. gov.co: http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ ley155810072012.pd Horovitz, J. (2012).
- MANUAL DE BUENAS PRACTICAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Recuperado el 17 de julio de 2022, de Manual de Buenas Prácticas, Agencias de Viajes y Turismo: http:// www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos
- Estrategias de marketing: disponible en https://www.marketing-free.com/glosario/estrategias-marketing.html
- Kotler, Philips; Bowen, John; Makens, James; García De Madariaga, Jesús y Zamora, Javier Flores (2011). marketing turístico. editorial prentice hall. 5° edición.
- PRAHALAD, C.K. & VENKAT RAMASWAMY (2004). Co-Creation Experiences. The Next Practice in Value Creation. Volume 18 N° 3. Journal of Interative Marketing. Co
- 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	Instructor	Articulación con educación Media	12 de julio de 2021
	Cindy Lorena Espejo Roa	Instructor	Articulación con educación Media	12 de julio de 2021

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)	Cindy Lorena Espejo Roa	Instructor	Articulación con educación Media	17 de julio de 2021	Actualización y ajustes de conformidad con modificaciones en planeación pedagógica
	Lady Paola García	Instructor	Articulación con educación Media	17 de julio de 2021	Actualización y ajustes de conformidad con modificaciones en planeación pedagógica