PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- **Denominación del Programa de Formación:** manejo de la informacion turistica regional
- **Código del Programa de Formación:** 13530482
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- **Competencia:** atender usuarios de acuerdo a políticas de servicio.

- **Resultados de Aprendizaje Alcanzar**:
- Promover los productos y servicios turísticos de la región a partir de la identificación de las necesidades del cliente.
- Determinar las necesidades y expectativas del cliente de acuerdo con los protocolos de la organización.
- Facilitar información turística y de servicios complementarios de acuerdo con las necesidades y expectativas identificadas
- Verificar la pertinencia de la información suministrada de acuerdo a instrumentos y protocolos establecidos.

- Duración de la Guía: 40 horas

2. PRESENTACIÓN

Bienvenidos, en este curso van adquirir los conocimientos y las herramientas para la participación en la gestión de centros de atención a clientes, sean estos virtuales, telefónicos o presenciales, en estos momentos donde la satisfacción al cliente es una parte vital para el buen desempeño de una organización, ésta es una de tantas estrategias del Mercadeo, la cual se constituye como un valor agregado necesario para poder destacar y sobresalir en un mercado tan globalizado como ocurre actualmente donde la competencia se intensifica sin importar el giro donde se labore.

La calidad en el servicio es un beneficio importante para el cliente, si se sobrepasan las expectativas, el impacto hacia el consumidor será excelente, obteniendo mejore resultados en su organización.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

Teniendo en cuenta su experiencia como prestador de servicios, mencione un caso sobre el servicio al cliente en el cual usted ha recibido una prestación de servicio deficiente**.** Y realizar taller de diagnóstico que formula instructor y subir individualmente en el enlace sitiado Plataforma Territorium.

3.1 Actividades de contextualización e identificación de conocimientos necesarios para el aprendizaje.)

A continuación, se presentan algunos interrogantes, que le ayudaran a contextualizarse con el eje temático correspondiente a esta actividad. Debe reflexionar alrededor de ellos.

- ¿Qué quiere decir atención y servicio al cliente?
- ¿Cree usted que aumentar el valor agregado de la empresa, es parte de la estrategia de servicio al cliente?
- ¿Será necesario considerar que en las relaciones comerciales el cliente es el eje central y por qué?

3.2 Actividades de apropiación del conocimiento (Conceptualización y Teorización).

- Identificar tipologías de clientes, clasificación de los mismos teniendo en cuenta políticas de la organización.
- Realiza la prestación de servicio teniendo en cuenta tipologías y técnicas de servicio
- Dimensionar el impacto del servicio en la comunidad según área de influencia
- Resolver situaciones de servicio según políticas de la organización
- Resuelva el taller anexo propuesto por el instructor.
- Desarrollo del juego DEJAR COLGADO
- Observe el video www.youtube.com/watch?v=MM5W1aXYFwI

Ambiente Requerido: aula, salón o espacio abierto.

Materiales: Televisor, computador, diapositivas, Hojas de examen, lápices, esfero, marcadores

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: **Evidencias de Desempeño** **Evidencias de Producto:**	Identifica las necesidades, deseos y expectativas del cliente según normatividad y los protocolos establecidos por la organización Atiende al cliente identificando sus necesidades, deseos y expectativas y brindándole información según los protocolos establecidos por la organización.	Formulación de preguntas servicio al cliente Formulación de preguntas y Lista de chequeo de desempeño Observación Directa Aplicación del protocolo de servicio al cliente establecido por organización

5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

ATRIBUTOS DE SERVICIO: Son aquellas características, cualidades o dimensiones visibles o invisibles que se esperan como parte del producto o servicio. Nos permiten evaluar o calificar el servicio de un área, de un proceso, de una persona o de una institución, como excelente, bueno, regular o malo.

ATRIBUTOS DESATISFACCIÓN: Características, referentes o estándares que espera el ciudadano de un servicio que se le presta.

CADENA DE SERVICIO: Es el Ciclo Interno del Servicio. Se constituye en el proceso que permite la entrega de un producto o servicio a un ciudadano.

CALIDAD: Para hablar de calidad se deben cumplir cinco atributos fundamentales: eficiencia, oportunidad, transparencia, probidad y calidez.

EFICIENCIA: La administración pública provee bienes y servicios excelentes, **maximizando recursos humanos, financieros y tecnológicos**.

OPORTUNIDAD: La administración pública provee bienes y servicios de manera **ágil**; pero sobretodo, **en el momento que lo requiere el ciudadano-cliente**.

TRANSPARENCIA: La administración pública entrega de manera **clara y precisa** a la ciudadanía información de su **interés y utilidad**; y facilita la retroalimentación, el control ciudadano y la **rendición de cuentas de acciones y decisiones** tomadas por las entidades. En ese sentido, se generan espacios y procesos para que sus necesidades y preferencias orienten la formulación, ejecución y evaluación de las políticas públicas.

PROBIDAD: El servidor **actúa con integridad y honradez, responde a los códigos de ética** y de buen gobierno que señalan expresamente la **voluntad y disposición** de la entidad para el reconocimiento de normas, **valores y principios éticos**. En términos más generales, probidad significa el bien.

CALIDEZ: El servidor es empático frente a la necesidad e interés del ciudadano – cliente y le sirve con convicción con respeto y voluntad.

CANAL DE ATENCIÓN: Es un **espacio**, escenario o medio, a través del cual **se presta un servicio** al ciudadano y por lo tanto, debe brindar información, interacción e integración; debe tener un propósito y generar una

impresión e imagen. Dentro de la Administración Pública Nacional, se han definido siete principales canales: 1. Presencial, 2. Correo postal, 3. Telefonía fija, 4. Canal electrónico (Internet, cajero electrónico, dispositivo PDA, Chat y redes sociales), 5. Telefonía Móvil (voz y datos), 6. Centros Integrados de Servicio (Estáticos como los CADES y móviles como las Ferias), y 7. Televisión Digital.

CICLO DEL SERVICIO: Se inicia en el momento en que un ciudadano tiene un contacto esperando un servicio o producto de la Institución y finaliza cuando el ciudadano considera que terminó de recibir el servicio que buscaba. Este puede volver a iniciar y encierra sinnúmero de momentos de verdad.

CIUDADANO - CLIENTE: Ciudadano: Persona que hace parte de una sociedad, conlleva a una serie de derechos y deberes que cada uno debe cumplir y hacer cumplir. **Cliente:** "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de», es decir, los clientes son aquellas personas o entidades que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que la entidad puede satisfacer"*

* Fuente: En el libro "Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?"

COMPETENCIA: Sumatoria de conocimientos, habilidades, valores, actitudes, aptitudes y transparencia; que se requieren para lograr un desempeño efectivo medible en un área o campo particular de gestión

ESTRATEGIA MULTICANAL: Es el uso de varios canales de Comunicación para la prestación de servicios al Ciudadano**.**

GESTIÓN ESTRATÉGICA: Está basado en el **Poder de la Gente** y establece que **cada Director, Gerente, Jefe o Líder es quien debe generar**, dentro de su propia gestión, las **estrategias requeridas** para sobrevivir y ser competitivos a corto, mediano y largo plazo.

MOMENTOS DE VERDAD: Contactos que genera imagen e impresiones.

NIVELES DE ATENCIÓN: Para brindar un adecuado servicio al ciudadano, es conveniente establecer cuatro niveles primordiales, que se encarguen de prestar dicho servicio de acuerdo a sus funciones. Estos niveles son:

ATENCIÓN DE ORIENTACIÓN: Identifica las necesidades del ciudadano - cliente para darle orientación sobre su requerimiento de manera correcta, precisa y oportuna.

ATENCIÓN BÁSICA: Gestiona los requerimientos del ciudadano - cliente según procedimientos y atribuciones de la entidad para resolver sus inquietudes y atender sus necesidades.

ATENCIÓN ESPECIALIZADA: Resuelve las inquietudes y requerimientos especializados del ciudadano – cliente de acuerdo con las atribuciones de la entidad, procedimientos y competencias del cargo.

COORDINACIÓN: Dirige las operaciones del área de servicio al ciudadano de acuerdo con el plan estratégico de la entidad, las necesidades de los ciudadanos – clientes y procedimientos establecidos para garantizar los deberes y derechos de los ciudadanos con base en las atribuciones de la entidad.

PROTOCOLO DE ATENCIÓN: Es una guía o manual que contiene orientaciones básicas fundamentales para facilitar la gestión del servidor en su proceso de con los ciudadanos para un mejor manejo y lograr mayor efectividad en el uso de un canal específico.

6. REFERENTES BILBIOGRÁFICOS

http://evirtual.lasalle.edu.co/info_basica/nuevos/guia/fuentesDeInformacion.pdf. (s.f.). Recuperado el 6 de Abril de 2017, de http://evirtual.lasalle.edu.co/info_basica/nuevos/guia/fuentesDeInformacion.pdf

http://normasapa.com/formato-apa-presentacion-trabajos-escritos/. (s.f.). Recuperado el 06 de Abril de 2017, de http://normasapa.com/formato-apa-presentacion-trabajos-escritos/

http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf. (s.f.). Recuperado el 6 de Abril de 2017, de http://ponce.inter.edu/cai/manuales/FUENTES-PRIMARIA.pdf

http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/index.html. (s.f.). Recuperado el 06 de Abril de 2017, de http://www3.uah.es/bibliotecaformacion/BPOL/FUENTESDEINFORMACION/index.html

Kotler, Ph., J. Bowen , & J. Makens. (2004). *Marketing para Turismo.* Madrid, España: Prentice Hall.

Ley 1101 de 2006. (2006). Colombia.

Ley 1558 de 2012. (2012). Colombia.

Ley General del Turismo - Ley 300 de 1996. (1996). Colombia.

MINISTERIO DE INDUSTRIA, COMERCIO Y TURISMO. (2010). Metodología para la Elaboración de Inventarios Turísticos. Colombia.

Normas APA: http://normasapa.net/normas-apa-2016/. (s.f.). Recuperado el 6 de Abril de 2017, de Normas APA: http://normasapa.net/normas-apa-2016/

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor (es)	**LIDA BIBIANA MORALES GIL**	**INSTRUCTOR**	**TURISMO**	**25/04/2023**

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor (es)					