



PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUÍA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: APLICACION DE TECNICAS DE SERVICIO AL CLIENTE EN TURISMO
- Código del Programa de Formación: 13530507
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto (si es formación Titulada)
- Competencia: 210601010 FACILITAR EL SERVICIO A LOS CLIENTES DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS DE LA ORGANIZACIÓN
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
 - PLANEAR LAS ACTIVIDADES RELACIONADAS CON EL SERVICIO AL CLIENTE A EJECUTAR EN LA
 - PRESTAR EL SERVICIO DE ACUERDO A MANUALES DE PROCEDIMIENTO Y ESTÁNDARES DE CALIDAD.
 - MEDIR LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE DE ACUERDO A LAS POLÍTICAS DE LA EMPRESA
 - IDENTIFICAR EL SERVICIO A PRESTAR ACORDE A LA NECESIDAD DEL CLIENTE Y EL TIEMPO NECESARIO PARA SU EJECUCIÓN.
- Duración de la Guía: 140 horas

2. PRESENTACIÓN



El turismo es un conjunto de relaciones y fenómenos resultantes de un viaje o estancia, por el motivo que sea, en otro lugar, siempre que esta sea temporal.

Una definición más holística de turismo, como “un estudio del hombre fuera de su residencia habitual, de la industria para satisfacer sus necesidades y de los impactos que ambos generan en ambientes físicos, económicos y socioculturales del área receptora”.

Las normas técnicas colombianas ntc muestran cuales son los parámetros que se deben evidenciar para el óptimo servicio, que es lo que el turista o huésped debe encontrar, y



para darle una estandarización al proceso y cuál es nuestra innovación en el servicio o en que nos debe diferenciar y se torna en una marca diferenciadora.

El buen servicio es la razón de ser de la empresa turística, para ello se debe conocer sus necesidades y expectativas, poder complacer sus experiencias y que sea satisfactoria su estadía.

Cada persona es un mundo de particularidades pero en su mayoría los mueve una serie de similitudes cuando llegan a un destino turístico. Que se sientan en un estado de confort es la meta para los operadores turísticos pero solo esto se logra cuando el personal esta preparado para ello, siendo conocedores que hay unos colaboradores que tiene impacto directo en el servicio dado que son la imagen de la empresa y son quienes interactúan con el turista.

Para dichos colaboradores es importante una serie de técnicas, estrategias y acciones para mantener al turista en estado de confort.

Por todo ello los procesos de capacitación en planeación turística son de gran importancia para los territorios y sus comunidades, construir procesos tecnificados permite valorar la relevancia de la actividad económica del turismo para cada territorio.

3. FORMULACIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE APRENDIZAJE

3.1 Reflexión Inicial

Reflexione sobre la siguiente Frase:



«Hagas lo que hagas, hazlo bien: tan bien que, cuando la gente te vea, quiera volver y traer a otros para mostrarles». Walt Disney

«Los clientes satisfechos son tus mejores promotores y pueden convertirse en tu equipo de ventas más exitoso». Lisa Masiello

«El primer paso para superar las expectativas de tus clientes es conocer esas expectativas». Roy H. Williams

«El propósito de un negocio es adquirir un cliente que te ayude a obtener otros clientes». Shiv Singh

Actividad: en un conversatorio y después de haber leído las frases de la reflexión inicial los aprendices realizaran diversas reflexiones:



Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería: marcadores, papel bond, cinta, fotocopias, tablero.

Técnicos: Computador - Celular, Internet, TV, proyector.

3.2 Actividades de Contextualización e identificación de Conocimientos:



Estimado aprendiz, su experiencia será un aporte valioso en la construcción colectiva del conocimiento; le invitamos a una activa participación.

¿Porque el turismo? Viajar y conocer diferentes lugares es una actividad que cada vez motiva más a las personas; les permite tener diversas experiencias, conocer la historia, la cultura, conocer la fauna, conocer la flora, los paisajes y las comunidades. El mundo está más conectado y es más fácil viajar; los costos de transporte han disminuido y se ofrecen más alternativas de alojamiento. El turismo dinamiza las economías locales gracias al dinero que gastan los visitantes durante su viaje y las inversiones necesarias para el desarrollo de la actividad.

En el desarrollo de mis actividades he escuchado o sé de que se trata:

Recursos turísticos, Servicio turístico, protocolo de atención, Atractivos turísticos. Libreto turístico, minuta de atención, Itinerario turístico, Bitacora, Turismo sostenible, tipo de turismo, Prestador de servicios turísticos, operador turístico, turismo Comunitario, Promoción turística, planeación turística. Promotor turístico.

Según su comprensión y de acuerdo con la información anterior, registre en el siguiente cuadro los conocimientos previos que posee para cursar el Programa en la primera columna y los que considere requiere aprender para lograr el perfil Profesional en la segunda columna.

LO QUE CONOZCO	LO QUE REQUIERO APRENDER

Socialice sus respuestas con el grupo de acuerdo con los lineamientos de su Instructor para fortalecer la percepción que se tiene sobre el tema.



Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería: marcadores, papel bond, cinta, fotocopias, tableros. **Técnicos:** Computador - Celular, Internet, TV para proyectar.

3.3 Actividades de Apropiación del conocimiento (Conceptualización e Interiorización):

3.3.1. Conocer las características, estrategias, estándares, variables, Políticas, clasificación, ciclo dinámico y expansivo del servicio, como el contexto del triángulo del servicio, su Contexto y ubicación de los actores. El establecimiento de la calidad del servicio, manejo de quejas y Reclamos.



Es el servicio que proporciona una empresa al relacionarse con sus clientes. Su objetivo primordial es 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.

Para su desarrollo profesional, es necesario que conozca el concepto de: características del servicio, estrategias, estándares, variables, Políticas, clasificación, ciclo dinámico y expansivo del servicio, como el contexto del triángulo del servicio, su Contexto y ubicación de los actores. El establecimiento de la calidad del servicio, manejo de quejas y Reclamos

Observe el material suministrado, vea los siguientes videos y siga la explicación del Instructor:



<https://www.entornoturistico.com/como-dar-un-buen-servicio-al-cliente/>

Cartilla: Servicio Al cliente Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA
Servicio Nacional de Aprendizaje

Actividad:

Reconocer los términos del turismo y de Atención del servicio al cliente

Proponer estrategias de servicio de acuerdo con los indicadores de gestión establecidos por la empresa.

Evidencia:

Elaborar una infografía o un mapa conceptual donde sintetice los temas vistos sobre turismo y servicio al cliente en la industria turística,.

Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería: marcadores, papel bond, cinta, fotocopias, tablero.

Técnicos: Computador - Celular, Internet, TV, proyector.

3.3.2 Identificar el servicio a prestar acorde a la necesidad del cliente y el tiempo necesario para su ejecución



El punto de partida para un prestador de servicios turísticos es la correcta atención del cliente, está relacionado con el conocimiento de principios y técnicas que él debe saber, pero más allá del simple conocimiento, el guía debe ejercitarse en el saber hacer, desarrollando habilidades que le permitirán atender al turista de manera competente, que no es más que prestar una atención profesional y de calidad, comprendiendo y aplicando normas de comunicación adecuadas.



Los principios están establecidos a manera de normas que rigen y reglamentan la vida de las personas, de una institución o de una empresa. Ellos reflejan la manera de pensar, actuar e informar.

Uno de los principios universales es la honestidad, la cual debe enmarcar el trabajo del guía de turismo en su proceso de interrelación con el usuario.

Honestidad en la información, sin ocultar nada; honestidad en los actos propios del trabajo, con transparencia diciendo siempre la verdad; honestidad en el actuar, obrando siempre de forma correcta y clara.

En cuanto a las técnicas a implementar para prestar una excelente atención al turista, se debe considerar la información que entrega el guía de forma oral. En este caso, se requiere de un buen tono de voz, empleando una velocidad de entrega comprensible; un timbre de voz moderado en su agudeza o gravedad, con buen manejo del lenguaje corporal que incluye mirar a los ojos, mostrar una sonrisa sincera, y mantener una distancia prudencial entre el cliente y el guía, es decir, respetar el espacio de cada uno.

En cuanto a los principios rectores de la actividad del turismo en Colombia, ellos quedan claramente establecidos en la LEY N° 1558 del 10 de Julio de 2012 en su Artículo 3; el cual modifica al Artículo 2 de la LEY 300 de 1996 al añadirle 4 nuevos principios. La nueva ley totaliza 13 principios rectores.

Ver: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf>

PERFIL DEL TURISTA DEL SIGO XXI

Según (Torrejón & Chahud, 2007) en los años 60 y 70, la relación entre el usuario y el sector turístico se basaba en la estabilidad, tanto en la prestación del servicio como en la estandarización de los destinos, con buena calidad pero sin mayores exigencias. Entre los años 70 y 80 la oferta es ampliada, rebasando la simple prestación del servicio, por un mercado en el que se incluye el conocimiento de nuevas culturas y mayor contacto con la naturaleza.

Durante los años 90 se presenta una situación particular, pasando del cliente indiferente y menos exigente, al nuevo consumidor turístico, caracterizado por poseer mejor información y deseoso de vincularse con la realidad sociocultural del entorno visitado. Este nuevo turista se apoya en las tecnologías de la información y la comunicación, para definir su destino y seleccionar los servicios que espera recibir. Lo cual trae implicaciones que afectan directamente la oferta turística, obligándola a subir ostensiblemente los estándares de calidad y la diversificación en el servicio y experiencias.

**Actividad:**

Reconocer los tipos de turistas y sus diversos comportamientos para ajustar los protocolos de atención y lograr la satisfacción del cliente.

Evidencia:

Mediante un socio drama acorde a la caracterización de los tipos de turistas y como se debe ajustar los protocolos de atención por parte de los funcionarios de la empresa prestadora de servicios turísticos.

Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería, tableros. **Técnicos:** Computador - Celular, Internet, TV.

3.3.3 Medir la satisfacción del cliente de acuerdo a las políticas de la empresa.



Instrumento para evaluar la satisfacción del servicio de atención al cliente son diversos cada empresa una estrategia para conocer y medir el grado de satisfacción reconocer las falencias. lo importante es la obtención de información acerca de los servicios prestados a los clientes externos. Sus resultados permiten definir un plan de mejoramiento sobre aquellos aspectos que requieren

ajuste, para alcanzar los estándares de calidad.

Para el desarrollo de la actividad consulte la siguiente información:

1. <https://www.entornoturistico.com/como-dar-un-buen-servicio-al-cliente/>
2. Cartilla: Servicio Al cliente Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA Servicio Nacional de Aprendizaje

Actividad: Establecer un metodo de evaluacion de satisfacion de los clientes.

Evidencias: Documento de registro de satisfacion de los clientes en una empresa prestadora de servicios turísticos

Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.



Materiales: Papelería: marcadores, papel bond, cinta, fotocopias, tableros. **Técnicos:** Computador - Celular, Internet, TV para proyectar.

3.3.4 PRESTAR EL SERVICIO DE ACUERDO A MANUALES DE PROCEDIMIENTO Y ESTÁNDARES DE CALIDAD



Tras la aproximación a los conceptos características del servicio, estrategias, estándares, variables, Políticas, clasificación, ciclo dinámico y expansivo del servicio, como el contexto del triángulo del servicio, su Contexto y ubicación de los actores. El establecimiento de la calidad del servicio, manejo de quejas y Reclamos es importante poder establecer protocolos de atención al cliente acorde con los lineamientos y políticas de cada empresa. Por lo que cada empresa establece manuales de procedimientos que permita tener estándares de calidad. de manera que se puedan ofrecer a los visitantes a través de productos turísticos, los servicios esperados de lo cual se debe resaltar las fortalezas de la región, y así ofrecer a los

visitantes, experiencias únicas que respondan a sus motivaciones.

Investigue sobre los manuales de procedimientos de atención al cliente establecido por compañías del sector turismo a continuación encontrará material de apoyo.

<https://www.zendesk.com.mx/blog/manual-de-servicio-al-cliente/>

<https://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/documentacion/26779.pdf>

Actividad:

Construcción de un protocolo de atención de servicio al cliente acorde a las necesidades y políticas empresariales del prestador de servicios turísticos

Evidencia:

Elaboración de un plan estratégico de atención al cliente para una empresa prestadora de servicio turístico de su región mediante una infografía de forma digital o física mediante un documento o cartelera



Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería: marcadores, papel bond, cinta, fotocopias, tablero.

Técnicos: Computador - Celular, Internet, TV, proyector.

3.4 Actividad de Transferencia del conocimiento:

Vamos a evaluar los conceptos aprendidos ya que hemos puesto en práctica las actividades anteriores, para ello le invitamos a realizar la siguiente actividad:

Actividad:



En los equipos de trabajo se presentará un protocolo de atención al cliente de un prestador de servicios turísticos.

El cual presentará los diversos tipos de turistas y las labores que desempeña la empresa de servicios turísticos fuente de estudio.

Para dicha actividad se utilizarán los insumos recogidos en las actividades desarrolladas en el desarrollo del curso.

Ambiente Requerido: Aula convencional, auditorio, sala de cómputo.

Materiales: Papelería: fotocopias, tableros.

Técnicos: Computador - Celular, Internet.



4. ACTIVIDADES DE EVALUACIÓN

Evidencias de Aprendizaje	Criterios de Evaluación	Técnicas e Instrumentos de Evaluación
<p>Evidencias de Conocimiento: 3.3.1. Elaborar una infografía o un mapa conceptual donde sintetice los temas vistos sobre turismo y servicio al cliente en la industria turística.</p> <p>Evidencias de Desempeño: 3.3.2 Mediante un socio drama acorde a la caracterización de los tipos de turistas y como se debe ajustar los protocolos de atención por parte de los funcionarios de la empresa prestadora de servicios turísticos</p> <p>Evidencias de Producto: 3.3.3 Documento de registro de satisfacción de los clientes en una empresa prestadora de servicios turísticos</p> <p>3.3.4 Elaboración de un plan estratégico de atención al cliente para una empresa prestadora de servicio turístico de su región mediante una infografía de forma digital o física mediante un documento o cartelera</p>	<p>Reconocer el entorno, presentar los diversos actores del territorio y su importancia en el desarrollo turístico de su región</p> <p>Propone estrategias de servicio de acuerdo con los indicadores de gestión establecidos por la empresa.</p> <p>"encuestas de investigación: encuestas, sesiones de grupo, puntos Críticos o momentos de verdad."</p> <p>"Identifica puntos críticos y de inconformidad de relación con clientes utilizando técnicas de seguimiento en el servicio."</p>	<p>Técnica de Valoración: Organizador gráfico. Instrumento: Mapa conceptual, infografía</p> <p>Técnica de Valoración: Proyecto de aula Instrumento: Reporte de proyecto</p>



5. GLOSARIO DE TÉRMINOS

Calidad en el Servicio: Cumplir con los requisitos o expectativas del cliente y hacer esto siempre bien desde la primera vez.

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

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.

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 satisfacerlos.

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 del servicio pactado; como consecuencia de la buena gestión de calidad en la que se ha comprometido la empresa.

Cortesía: Atención, amabilidad y buenos modales.

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



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

Momento de Verdad: Es un episodio en el cual el cliente entra en contacto con cualquier aspecto de la organización, y tiene una impresión sobre la calidad de su servicio.

Prontitud de Respuesta: Es la velocidad con la que la empresa responde a las llamadas. Tomas de decisiones rápidas, oportunas y confiables.

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

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.

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

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

6. REFERENTES BIBLIOGRÁFICOS Y WEBGRAFIA

Gobernación del Valle del Cauca, Secretaría de Turismo, Documentos de Interés, Actualización cartilla ABC del turismo abril 2022.pdf, MinCIT, Fontur, www.valledelcauca.gov.co/documentos/12990/documentos-de-interes/



TOURISTEANDO, 19 feb 2021, ¿QUÉ ES EL TURISMO?... ¿para qué sirve?, www.youtube.com/watch?v=vusy66vaPR0

Angulo, Á. A. (s.f.). Recuperado el 23 de junio de 2012 , de El cliente: <http://es.scribd.com/doc/59156044/EL-CLIENTE-separata> Congreso de Colombia. (12 de julio de 2012). Ley N° 1558 del 10 de Julio de 2012. Recuperado el 14 de junio de 2013, de Wsp.presidencia. gov.co: <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/ley155810072012.pdf>

Horovitz, J. (2012). Diferenciación a través del Servicio al Cliente. Recuperado el Mayo de 2013, de [ganaropciones.com](http://www.ganaropciones.com/horovitz.htm): <http://www.ganaropciones.com/horovitz.htm>

Lira Mejía, M. C. (2009). ¿CÓMO PUEDO MEJORAR EL SERVICIO AL CLIENTE? Recuperado el 22 de junio de 2012, de www.hacienda.go.cr: <http://www.hacienda.go.cr/centro/datos/Libro/C%C3%B3mo%20mejorar%20el%20servicio%20al%20cliente.pdf>

Morales, J. E., & Vargas Mendoza, J. (2010). (A. O. A.C, Ed.) Obtenido de SERVICIO AL CLIENTE: [http://www.bing.com/search?setmkt=es-XL&q=Aguilar-Morales%2C+J.E.+y+Vargas-Mendoza%2C+J.E.+\(2010\)+Servicio+al+cliente.+Network+de+Psicolog%C3%ADa+Organizacional.+M%C3%A9xico%3A+Asociaci%C3%B3n+Oaxaque%C3%B1a+de+Psicolog%C3%ADa+A.C.](http://www.bing.com/search?setmkt=es-XL&q=Aguilar-Morales%2C+J.E.+y+Vargas-Mendoza%2C+J.E.+(2010)+Servicio+al+cliente.+Network+de+Psicolog%C3%ADa+Organizacional.+M%C3%A9xico%3A+Asociaci%C3%B3n+Oaxaque%C3%B1a+de+Psicolog%C3%ADa+A.C.)

Thompson, I. (julio de 2009). Recuperado el 22 de junio de 2012, de <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.htm>

Torrejón, R., & Chahud, R. (2007). MANUAL DE BUENAS PRACTICAS AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO. Recuperado el 20 de junio de 2012, de Manual de Buenas Prácticas,Agencias de Viajes y Turismo: http://www.mincetur.gob.pe/Turismo/Otros/caltur/pdfs_documentos_Caltur/MBP_AGVT_VERSION_FINAL_181207/MBP_AGVT_V7.pdf



Tovar, E. (2 de Octubre de 2010). Excelencia en la Calidad de Servicio. Recuperado el 23 de junio de 2012, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos82/excelencia-calidad-servicio/excelencia-calidad-servicio2.shtml>

tsu2. (3 de Junio de 2009). Calidad y Productividad. Recuperado el 20 de Junio de 2012, de monografias.com: <http://www.monografias.com/trabajos81/calidad-y-productividad/calidad-y-productividad2.shtml>

7. CONTROL DEL DOCUMENTO

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha
Autor(es)	Enrique Ricardo Ordoñez Jennifer Andrea Montoya Perez	Instructor Instructora	Centro de Tecnologías Agroindustriales Cartago	Agosto 2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor(es)					