PROCESO DE GESTIÓN DE FORMACIÓN PROFESIONAL INTEGRAL

FORMATO GUÍA DE APRENDIZAJE

IDENTIFICACIÓN DE LA GUIA DE APRENDIZAJE

- Denominación del Programa de Formación: OPERACION DE SERVICIOS TURISTICOS EN ESPACIOS RURALES
- Código del Programa de Formación: 63310024
- Nombre del Proyecto (si es formación Titulada)
- Fase del Proyecto (si es formación Titulada)
- Actividad de Proyecto(si es formación Titulada)
- Competencia: 260201021 ATENDER USUARIOS DE ACUERDO A POLÍTICAS DE SERVICIO.
- Resultados de Aprendizaje Alcanzar:
    - IDENTIFICAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL
    - DISEÑAR PROPUESTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS, NECESIDADES DEL CLIENTE Y LA OFERTA TURÍSTICA
    - OPERAR LOS RECORRIDOS O PRODUCTOS COMERCIALIZADOS, DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS
    - PROPONER ACCIONES DE MEJORAMIENTO A LA OPERACIÓN DE ACUERDO CON RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y LOS PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS ESTABLECIDOS
- Duración de la Guía: 100 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.

La base de la atención al cliente, es el Cliente, es este quien marca la pauta para la diversificación en el sector y a quien debemos contemplar a la hora de saber qué se le ofrecerá, aunque hay otro tipo de cliente indirecto del cual solemos no tener en cuenta, el empleado, este se encuentra en una participación activa con lo que se ofrece y su deber es transmitir esta intangibilidad como algo único e irrepetible.

El sector turístico es amplio y versátil, se divide en hotelería, restaurantes, comercio, producción artesanal, transporte, entre otros, cada uno cumple una necesidad diferente, dichos servicios, en su mayoría no pueden ser almacenados o repetidos, cada uno es único en su propia forma.



Debemos conocer la forma de abordar la atención a clientes, así como su mejora continua y lo que esto conlleva, el aspecto emocional, como la coherencia en el discurso son parte importante de lo que dichas estrategias deben abordar. Si algo nos ha enseñado la inclusión de la cultura pop dentro de muchos giros de negocio es que la nostalgia o la idea del recuerdo suele ser un gancho emocional importante, un aspecto que debe tomarse con cuidado, ya que al ser sensaciones o recursos intangibles es imposible repetirse en tiempo y forma. La confianza y el sentido de pertenencia son la clave.

No se trata solo de ofrecer experiencias y calidad, se trata de ser coherentes con lo que se promete, la identidad, así como la representación de la marca deben cumplir con los estándares marcados en su manual de identidad. Se debe pensar en el cliente como parte primordial, personalizar el servicio puede ayudar a entrar en confianza, el recibir información detallada por parte de los clientes, ayudará al área de atención a clientes para dar un servicio único e inspirado por las necesidades primordiales del cliente.

La incorporación de herramientas tecnológicas representa un avance para la forma de procesar la información y requerimientos de todos nuestros clientes, claro que se debe realizar una adaptación al giro para cumplir con las necesidades de ambos lados.

La planeación de los territorios son un punto estrategico determinar la prospectiva hacia donde se quiere llegar es vital, los temas de sostebilidad y sustentabilidad son relevantes dado que los recursos naturales pueden ser renovables siempre y cuando no se los lleve hasta el agotamiento.

Por todo ello los procesos de capacitación de atención al turista 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:



"El turismo es una actividad que compromete no solo a las organizaciones del sector, sino también a los prestadores de servicios turísticos, a los turistas y a la sociedad en general. Hacer posible la actividad turística implica la exploración, el descubrimiento y el reconocimiento de nuestra identidad, lo que el turista busca de nuestra región que esperiencias desea vivificar, que los turistas cuenten de lo somos, de nuestros recursos y de lo que debemos hacer para que nos sintamos orgullosos de pertenecer a nuestro territorio y así consolidarlo como destino turístico".

Actividad: Responda las siguientes Preguntas:

1. Visualice "COMO ES NUESTRO SERVICIO TURISTICO" y responda:

- ✓ *¿Cómo es la atención al turista?* _
- ✓ *¿Qué dice el turista de nuestros atractivos?*
- ✓ *¿Cuáles actividades que realiza el turista en nuestro territorio?* _
- ✓ *¿Cuáles actividades realizo en mi tiempo libre?* _
- ✓ *¿A dónde voy cuando quiero descansar?* _
- ✓ *¿Qué actividades culturales que se realizan en su territorio, ¿cómo se celebran, ¿cuándo y en dónde?*
- ✓ *¿A dónde he viajado?* _
- ✓ *¿qu motivan al turista Por lo qué visitan su territorio?* _

- ✓ *¿Qué comentario realizan el turista de su visita?* _

2. ¿Cómo se visualiza en el futuro al realizar aportes que potencialicen el desarrollo turístico de su región?

Ahora se realiza en plenaria la socialización sobre los puntos de vista de cada aprendiz frente al tema propuesto.

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 desrrollo de mis actividade he escuchado o se de que se trata:

Recursos turísticos, Atractivos turísticos. Desarrollo local, Turismo sostenible, tipo de turismo, Prestador de servicios turísticos, operador turístico, turismo Comunitario, Producto Turístico, Agencia de viajes. Servicios turísticos, Protocolo turístico. Promoción turística, planeación turística.Promotor turístico. Servicio turístico, protocolo de atención, Libreto turístico, minuta de atención, Itinerario turístico, Bitacora,

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. IDENTIFICAR LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL PRODUCTO SEGÚN POLÍTICA EMPRESARIAL:



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 contesto del triangulo 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. DISEÑAR PROPUESTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DE ACUERDO CON LAS TENDENCIAS, NECESIDADES DEL CLIENTE Y LA OFERTA TURÍSTICA



Tras la aproximación a los conceptos características del servicio, estrategias, estándares, variables, Políticas, clasificación, ciclo dinámico y expansivo del servicio, como el contesto del triangulo 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 prcedimientos de atención al cliente establecido por compañías del sector turismo a continuación encontrara material de apoyo.

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

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

Actividad:

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.

Evidencia:

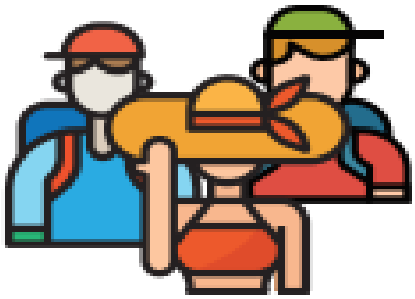
Reconocer los servicios turisticos y presentarlos como una oferta en un portafolio de servicios del territorio.

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

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

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

3.3.3 OPERAR LOS RECORRIDOS O PRODUCTOS COMERCIALIZADOS, DE ACUERDO CON TÉCNICAS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS



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.

Material de Apoyo
Consulte las siguientes paginas
https://issuu.com/jorgbot/docs/portafolio
https://fontur.com.co/es/comunicados/portafolio-de-servicios

Actividad:
Elaboración de un itenerario acorde al portafolio de servicios establecido.
Evidencia:
Evaluar el desempeño de la prestacion de los servicios turistico en el desarrollo local..

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

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

3.3.4 PROPONER ACCIONES DE MEJORAMIENTO A LA OPERACIÓN DE ACUERDO CON RESULTADOS OBTENIDOS DE LAS ACTIVIDADES DESARROLLADAS Y LOS PROCEDIMIENTOS TÉCNICOS ESTABLECIDOS

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. Presentar un plan de mejoramiento acorde a las respuestas dadas.

Evidencias: Evaluando el desempeño de una oferta turistica realizada a la medida

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

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 presentar un protocolo de atención alcliente de un prestador de servicios turísticos.

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

Para dicha actividad se utilizara 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
Evidencias de Conocimiento: 3.3.1 . Elaboración de un mapa, una infografía de forma digital o física mediante un documento o cartelera 3.3.2. 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 3.3.3 . Elaboración de un itenerario acorde al portafolio de servicios establecido. 3.3.4 . Establecer un metodo de evaluacion de satisfacion de los clientes. Presentar un plan de mejoramiento acorde a las respuestas dadas.	• Reconocer el entorno, los recursos turisticos, presentar los diversos actores del territorio y su importancia en el desarrollo turístico de su región • Reconocer el los servicios turisticos y presentarlos como una oferta en un portafolio de servicios del territorio. • Evaluar el desempeño de la prestacion de los servicios turistico en el desarrollo local. • Evaluando el desempeño de una oferta turistica realizada ala medida.	**Técnica de Valoración:** Organizador gráfico. **Instrumento:** Mapa conceptual, infografía **Técnica de Valoración:** Proyecto de aula **Instrumento:** Reporte de proyecto

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 satisfacérselos.

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 contactocon 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.pd

Horovitz, J. (2012). Diferenciación a través del Servicio al Cliente. Recuperado el Mayo de 2013, de ganaropciones.com: 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.

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.shtmltsu2. (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 Tecnológias Agroindustriales Cartago	Julio 2023

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

	Nombre	Cargo	Dependencia	Fecha	Razón del Cambio
Autor(es)					