



ANEXO

Anfitriones en Servicios Turísticos

Docente/s a cargo: Perino Laura

Días de cursada: a definir

Carga horaria (horas de reloj: 8 horas)

Destinatarios: Persona en atención al cliente, actividad turística, emprendedores turísticos o afines a la actividad, público en general.

Cantidad de estudiantes: 25

Conocimientos previos requeridos: No se requieren conocimientos previos.

Fundamentación:

La realización de este taller, se enmarca dentro de una nueva propuesta de aprendizaje y formación dirigida a todos aquellos actores que están en relación directa con la actividad en atención al cliente en el ofrecimiento de Servicios y público en general. De esta manera el foco de dicho curso, será ser y sentirse Anfitriones en cada una de sus comunidades a la hora de recibir visitantes.

En este marco, dicha capacitación, tiene como objetivo transmitir los saberes prioritarios y necesarios que se debe tener al momento de ofrecer un servicio y/o producto, cuyo objetivo es la satisfacción del visitante/cliente. Nos encontramos dentro de un ámbito de interacciones dinámicas y cambiantes, donde la retroalimentación es una constante, por ello que se considera fundamental poder estar y responder a la altura de una demanda cada vez más exigente.

En el mundo actual, sabemos que las exigencias del mercado laboral, hacen que sus actores deban estar a la altura de las circunstancias y por ende atender a los nuevos requerimientos. Ante esta dinámica, la adquisición de conocimientos



introdutorios serán las herramientas primordiales que darán la formación y preparación necesaria a los actores en dichos ámbitos.

Sabemos que toda actividad de servicios, entendiendo a esta en todas sus diversidades, es prioritaria dentro de las políticas de Estado y que la misma es generadora de trabajo, de allí la importancia que las personas involucradas y relacionadas en dicha actividad, estén capacitadas y concientizadas frente a los diferentes desafíos que exige el mundo laboral actual.

Objetivos: Comprender, reconocer y significar: Reconocer a través de la comprensión la importancia que conlleva el significado de la palabra servicio y producto.

Analizar y Diferenciar: Analizar y poder diferenciar a través de diferentes situaciones los diferentes tipos de servicios.

Conocer: los diferentes modos de comunicación a la hora de ofrecer un servicio.

Resolver Problemáticas: a partir del análisis de diferentes situaciones saber cómo manejar las dificultades que se generan en el ofrecimiento de un servicio.
Entender: la dinámica e importancia de las diferentes relaciones interpersonales que se dan en el ámbito laboral.

Contenidos.

UNIDAD 1 Comunicación. Concepto. Elementos de la Comunicación. Objetivos de la comunicación. Comunicación Verbal y Gestual. Otros tipos de comunicación. Tipologías de clientes. Anfitriones y Visitantes. Características. Interacción entre Anfitriones y Visitantes.

UNIDAD 2 Servicios y Producto. Definición de Servicios y sus características. Servucción: Elementos que la componen. Definición de Producto y sus características. El ciclo de Vida de un Producto. La necesidad de diversificación de productos. La evolución e instrumentación de nuevos productos. Los factores de cambio y las nuevas tendencias

UNIDAD 3 Calidad. Introducción a la calidad. Ciclo de mejoras. Principios de la gestión de la calidad. Calidad en el servicio. La gestión de la calidad. Premios y criterios de los modelos de excelencia.

Propuesta Didáctica:

La propuesta de trabajo que se desarrollará en este taller introductorio será ofrecer un primer enfoque a la significación y comprensión de los conceptos, de los Servicios y Producto y su relación en la actividad de servicios. Para ello, se trabajará con material audiovisual y teórico explicativo para una mejor comprensión y relación de los temas. Se trabajará con experiencias y puestas en común que permitirán acercar al alumno a la realidad del mercado existente. Es importante destacar que esta propuesta de trabajo tiene como finalidad interactuar lo teórico con lo práctico a través de debates de ideas, experiencias que lleven al empleado no sólo al entendimiento de los servicios sino también a otorgarles herramientas para la innovación o creatividad que podrá utilizarlas en la práctica laboral cotidiana.

Modalidad de cursada: Híbrida

Criterios de Evaluación: Para la evaluación se tendrá en cuenta una participación del 75% de las clases y 1 Trabajo Práctico, donde el alumno deberá responder y relacionar diferentes situaciones de casos probables que se pueden dar en la actividad concreta.

Bibliografía:

- Balanza I.M.(2004) Diseño y Comercialización de Productos Turísticos Locales y Regionales. Madrid. Editorial Paraninfo S.A
- Chan, Nélica (2005) Circuitos Turísticos, Ediciones Turísticas



Iglesias, C (2015).Calidad de Servicio y Satisfacción al Cliente. Universidad Virtual de Quilmes. Capítulo I “Introducción a los Sistemas de gestión de calidad en las empresas turísticas”, pp 24- 36; 38-47).

- Wallingre.N (2012) Problemas Turísticos Contemporáneos. Universidad de Quilmes. Capitulo I “Conceptos Básicos para la comprensión del Turismo” pp 19-23/ 33-35. Capitulo III “Turismo y Territorio” pp 83-107

Cámara Argentina de Turismo /CAT(y Fundación Premio Nacional a la Calidad(2005), Guía para una Gestión de Excelencia. Empresas de Viajes y Turismo. Buenos Aires.

- Ministerio de Educación de la Nación.(2012) La Producción de Servicios – Educ.ar <https://www.educ.ar/recursos/70087/la-produccion-de-servicios>

Documentos audiovisuales y gráficos

-Marketing Turístico: El producto o Servicio Turístico. Escuela de Hostelería y Turismo de Madrid .Video You Tube (3.04 min) .

<https://www.youtube.com/watch?v=YNK0rdt1z94&list=TLPQMjQwMzlwMjA7T3xF1Gwscw&index=5>

-Los Diez Mandamientos. Como ofrecer un servicio. Video en You Tube (2016) (4.54min)

<https://www.youtube.com/watch?v=EkfiWMLBVjU>



Comunicación turística accesible

Docente: Paula Fernandez

Días de cursada: A confirmar.

Carga horaria (horas de reloj): 20 horas. (8 clases / 6 virtuales, 2 presenciales).

Destinatarios: Estudiantes de secundario con orientación en turismo, Personal de empresas turísticas de la comunidad, Comerciantes, Comunidad en general.

Cantidad de alumnos/as: Mínimo 10 - máximo 25

Conocimientos previos requeridos Secundario completo

Fundamentación:

Según la Organización Mundial de la Salud, cerca de un 15% de la población mundial son personas con discapacidad transitoria o permanente (OMS,2011). En nuestro país, según el último censo del 2010, un 19% de la población tiene algún tipo de limitación en su actividad o restricción en su participación, siendo la preponderante la limitación visual con mayor incidencia en mujeres.(INDEC,2010)

El turismo es una actividad que debe ser facilitada para todos sin discriminación alguna, por este motivo poder ofrecer servicios accesibles es fundamental y siempre se debe trabajar para lograr una comunicación eficaz, accesible, respetuosa, donde todos puedan ser partícipes.

Objetivos:

Informar sobre la Convención de los derechos de personas con discapacidad en general y la Ley Nacional de Turismo Accesible (25.643) en particular

Describir la importancia del turismo accesible como fuente de ventaja competitiva en un destino

Analizar casos de éxito de destinos que se promocionan como inclusivos y ver como utilizan la comunicación de sus destinos/productos

Establecer el uso de la terminología adecuada, a la hora de dirigirse a las personas con discapacidad.



Sensibilizar sobre las dificultades que presentan las personas con discapacidad al interactuar con el medio.

Contenidos:

UNIDAD 1 Marca e imagen de un destino turístico accesible. Nociones básicas de discapacidad. El turismo accesible como fuente de ventaja competitiva

UNIDAD 2 Buenas prácticas para una comunicación inclusiva. Buen trato y calidad de atención. Recomendaciones. El rol de los recursos humanos en turismo accesible

UNIDAD 3 Herramientas para asegurar la comunicación inclusiva. LSA. Material gráfico. Material en lectura fácil. Material en Braille y macrotipo. Normas IRAM de accesibilidad. Las tecnologías de información y comunicación: uso en el turismo inclusivo. Material digital: accesibilidad web. Accesibilidad en redes sociales.

Accesibilidad en documentos digitales. Material audiovisual: subtulado abierto y cerrado. Audiodescripción y audioguía. Apps para la vida independiente y específicos de turismo accesible. Evaluación final de la propuesta.

Propuesta Didáctica:

Encuentros virtuales sincrónicos y participativos. Charlas-debate.

Análisis de experiencias exitosas e innovadoras. Análisis de casos ejemplo con su posterior crítica. Material de lectura y análisis ofrecido por las talleristas. Ley de discapacidad 22.431. Convención de los derechos humanos de las personas con discapacidad. Ley de turismo accesible 25.643. Material audiovisual sobre las temáticas tratadas.

Modalidad de cursada: Presencial/Virtual

Criterios de Evaluación:

Se realizará de manera escrita y virtual una serie de preguntas tendientes a identificar las expectativas que poseen los participantes acerca de lo que se trabajará en el taller e indagar en sus conocimientos previos.



Evaluación post-taller:

Se realizará la evaluación de la propuesta mediante una rúbrica utilizando Google Forms. En la evaluación se analizará la pertinencia de los contenidos trabajados, las dinámicas de trabajo propuestas y el posible impacto que la propuesta puede tener sobre las actividades desarrolladas por los participantes.

Requisitos de Aprobación: Cumplimiento de asistencia requerida (75%) y presentación de trabajo práctico final.

Bibliografía:

Convención de los derechos de personas con discapacidad. (2006).

Recuperado el 15 de 7 de 2021, de

<https://www.un.org/esa/socdev/enable/documents/tccconvs.pdf>

ACS, F. (2014). Manual sobre turismo accesible para todos. Recuperado el 10 de 8 de 2021, de

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

Aires, P. d. (2016). Manual de accesibilidad turística. Recuperado el 22 de 7 de 2021, de

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

Aires, P. d. (s.f.). El rol de los recursos humanos en el turismo accesible. Recuperado el 15 de 8 de 2021, de

https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1BNuDIRP_NrQKinA4tElgppqlxvGHdlPN

Aires, S. d. (2010). Turismo Accesible. Recuperado el 12 de 7 de 2021, de

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

CABA, S. d. (2019). Manual práctico de comunicación inclusiva. Recuperado el 1 de 8 de 2021, de

<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

Calgaro, M., Capel, G., & Fernández, A. (s.f.). ¿El turismo accesible es fuente de ventaja competitiva ? Recuperado el 30 de 7 de 2021, de



<https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1w72LFpmq5hh2ch5pkUtmtty87k7gbx4Cm>

Casanova Ferro, G. (s.f.). Turismo : el camino de la discapacidad a la accesibilidad. Recuperado el 2 de 8 de 2021, de http://www.academia.edu/594410/Turismo_El_camino_de_la_discapacidad_a_la_accesibilidad

Fernández, V., & Fernández, A. (s.f.). Buen trato y calidad de atención a personas con discapacidad. Recuperado el 22 de 7 de 2021, de <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

Hostel Tur. (s.f.). Recuperado el 25 de 7 de 2021, de Turismo accesible: un 56% no viaja por la falta de una oferta adecuada: https://www.hosteltur.com/108426_el-56-de-las-personas-con-movilidad-reducida-no-viaja-por-falta-de-accebil.html

INDEC. (2010). Censo Nacional . Recuperado el 23 de 8 de 2021, de <https://www.indec.gob.ar/indec/web/Nivel4-CensoNacional-3-2-Censo-2010>

Mazza, M. (2015). Personas con discapacidad intelectual: accesibilidad y comunicación en turismo. Recuperado el 19 de 7 de 2021, de https://docs.google.com/document/d/1vwSJtRD6-a4acL1MNg5Hw27rDoqaUWpsv3_R9WnVdk/edit

Nación, M. d. (2010). Directrices de accesibilidad en servicios turísticos. Recuperado el 14 de 7 de 2021, de <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1SGZY9tZtSuHKbtMbygkDZX-3179IXywU>

OMS. (2011). Informe Mundial sobre la discapacidad. Recuperado el 20 de 8 de 2021, de https://www.who.int/disabilities/world_report/2011/summary_es.pdf

Once, F. (2014). Manual sobre turismo accesible. Recuperado el 24 de 7 de 2021, de https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1BNuDIRP_NrQKinA4tElggpqlxvGHdlPN

Rucci, A. (2018). Discapacidad en el MERCOSUR: la accesibilidad turística como una propuesta de desarrollo regional. Recuperado el 22 de 8 de 2021, de <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/66822>



Ruival, J. (s.f.). Nuevas tecnologías en el turismo. Recuperado el 29 de 7 de 2021, de https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1BNuDIRP_NrQKinA4tElggpqlxvGHdlPN

Quezada, L., Grundmann, G., Expósito Verdejo, M., & Valdez, L. (2001). Preparación y ejecución de talleres de capacitación: una guía práctica. Recuperado el 22 de 8 de 2021, de http://bibliotecavirtual.clacso.org.ar/Republica_Dominicana/ccp/20120731051903/prepara.pdf



Desarrollo Emprendedor

Docentes Fernández, Marisol - Leguizamon, Angela

Días de cursada: A confirmar.

Carga horaria (horas de reloj): 10 horas. (4 clases / 2 virtuales, 2 presenciales).

Destinatarios: Estudiantes de secundario con orientación en turismo, Personal de empresas turísticas de la comunidad, Comerciantes, Comunidad en general.

Cantidad de alumnos/as: Mínimo 10 - máximo 25

Conocimientos previos requeridos Secundario completo

Fundamentación: El emprendedurismo desempeña un papel fundamental en la creación de nuevos empleos. Las oportunidades de negocios en el sector turístico han ido transformándose de la mano de las necesidades de los turistas, quienes cuentan con mayor información y expectativas, y que buscan disfrutar de experiencias que justifiquen cada vez más la relación calidad-precio de los servicios que consumen, en un mercado con oferentes cada vez más competitivos. El desafío de generar nuevos negocios obliga a los emprendedores turísticos y hoteleros a planificar criteriosamente sus proyectos, empleando metodologías, técnicas e instrumentos de análisis y gestión propios de la etapa de generación y ejecución inicial de cualquier empresa, adaptándose tanto a las particularidades del mercado de servicios turísticos en general como a aquellas propias del mercado particular (ya sea local o regional) en el cual se ubicará y/o prestará servicios el emprendimiento.

Objetivos:

Realizar una introducción en lo referido al desarrollo emprendedor y sus características principales.

Brindar herramientas prácticas para aplicar al desarrollo de un emprendimiento.



Emplear la terminología básica referida a la estrategia del negocio y aplicar las técnicas de análisis del entorno y del proyecto para comprender la dinámica competitiva del mercado y definir estrategias coherentes con esta.

Contenidos:

UNIDAD 1 Emprendedores y tipos de emprendedores. ¿Qué es un negocio? ¿Qué es un servicio? Características de los servicios turísticos. Modelos de negocios, método Canvas Oportunidades de negocios. Ideas de negocios y Tipos de Ideas de Negocio. Fuentes de ideas de negocio

UNIDAD 2 La estrategia empresarial. Análisis FODA. Método Canvas.

UNIDAD 3 Matriz de las fuerzas competitivas de un sector. Matriz de barrera de ingreso y egreso Estrategias competitivas. Dimensiones y factores de diferenciación según Kotler. Cadena de valor. Posicionamiento

Propuesta Didáctica: Serán encuentros participativos teórico- prácticos. Se brindará material de lectura y audiovisual.

Modalidad de cursada: Presencial/Virtual

Criterios de Evaluación: Se realizará un trabajo final a presentar en la última clase. Se requiere 75 % de asistencia.

Bibliografía:

Albarellos, Aldo F. (2013) Marketing, Universidad Virtual de Quilmes, Bernal.

Fasiolo Urli, C. y Ledesma, J. (2015) Emprendimiento de servicios, Universidad Virtual de Quilmes, Bernal.

ANEXO DECLARACIÓN (C.D.EyA) N°: 026/22