



CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

CÓRDOBA

CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

**INFORME FINAL: "Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el
Sector Turístico"**

Noviembre 2015



INDICE GENERAL

Introducción	3
Tarea 1 - Análisis y definición de los perfiles de puestos a capacitar	6
Tarea 2 - Definición del Programa de Capacitación y Cronograma de aplicación	8
Tarea 3 - Diseño de material para docentes (Diseño Curricular) y alumnos (Material Didáctico)	12
Tarea 4 - Elaboración de Cronograma de actividades a aplicar y sus contenidos	699
Tarea 5 - Formación y Fortalecimiento del Equipo del Equipo de Trabajo	711
Tarea 6 - Elaboración de la Campaña de difusión	763
Tarea 7 - Pautas generales para la Inscripción y selección de alumnos	770
Tarea 8 - Implementación de las capacitaciones	777
Tarea 9 - Jornadas de asesoramiento en Inserción laboral	883
Tarea 10 - Elaboración del Documento de Encuesta de Satisfacción	922
Tarea 11 - Elaboración del diagnostico Final del Programa de Formación por Capacidades t Saberes para el Sector Turístico	954
Tarea 12 - Elaboración del Plan sugerido de acciones	993
Conclusiones	1003



INTRODUCCIÓN

La Provincia de Córdoba se encuentra en un proceso de crecimiento cualitativo, dirigido tanto a los Turistas que nos visitan como a los residentes de cada localidad, el sector Turismo en este contexto, entiende como estratégica la formación basada en la calidad aplicada tanto a los nuevos Talentos (recursos humanos), así como también actualizando las capacidades de los actuales trabajadores.

El logro de la optimización de la calidad aplicada a los distintos servicios del sector, tiene como fin generar el aumento de la demanda del destino, como consecuencia del grado de satisfacción de los visitantes, factor que incide el incremento de las fuentes laborales, provocando un impacto directo en la economía provincial.

El turismo se ha posicionado como uno de los sectores más importantes en cuanto a la generación de una rápida reactivación económica, facilitando la transformación socioeconómica y generando empleo de mano de obra local e importantes fuentes de ingresos.

La mesa sectorial de diálogo integrada por los distintos actores público/privado y sector académico afín al turístico de Córdoba coordinada por la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional del Gobierno de la Provincia de Córdoba en colaboración con la Agencia Córdoba Turismo, coincidieron en forma unánime, en la necesidad de trabajar en una estrategia de capacitación, a fin de generar recursos humanos donde la calidad ocupe un lugar preponderante,



aplicando la misma tanto en la atención, como en los distintos servicios y procesos que incluyen esta actividad. En razón de todo lo antedicho se estimo de alta importancia la implementación de las acciones planteadas por el presente proyecto.

El objetivo principal del presente radico en desarrollar recursos humanos capacitados de acuerdo a las necesidades definidas por el sector y la localidad donde se llevó a cabo cada curso piloto de capacitación. Para ello se facilitaron herramientas que permitirán, por un lado la inserción de los participantes en el ámbito laboral, así como también brindar los conocimientos necesarios, de manera que ambos elementos favorezcan la generación de habilidades acordes a los requerimientos del mercado laboral.

Para implementar el proceso se determino una agenda de cursos de formación profesional, consensuando con el sector y los perfiles requeridos en cada área.

Para ello se llevo a cabo una evaluación previa de saberes de manera de diagnosticar las competencias de los trabajadores y poder generar un trayecto formativo adecuado y nivelado. El programa se desarrollará bajo una estructura modular que permita acreditar etapas formativas según las competencias de cada perfil.

Las capacitaciones estuvieron destinadas a hoteleros, gastronómicos, organizadores de eventos, agentes de viaje, agentes del ámbito público, y demás actores locales relacionados en forma directa o indirecta a la actividad, así como también a estudiantes o potenciales trabajadores del sector.

Se distribuyeron los cursos pilotos en las diferentes áreas turísticas de Córdoba ya que la provincia se encuentra sectorizada turísticamente en 8 áreas de acuerdo a sus valles y oferta turística en razón de las cuales se organizó el trabajo:



1. Córdoba Centro
2. Noroeste y Valle de Traslasierra
3. Punilla
4. Norte y Sierras Chicas
5. Paravachasca, Valle de Calamuchita y Sierras del Sur
6. Mar Chiquita
7. Rutas de acceso
8. Lagos Fortines

En el proceso del presente proyecto se realizaron tareas con el fin de ir logrando los objetivos propuestos en cuanto al diseño de material, implementación de los cursos pilotos y a las devoluciones como resultado del proyecto que demandó un período de 10 meses.

A continuación se presentan los informes con los resultados del proceso del presente proyecto comprendido en 12 tareas, en el marco del "Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico", de la provincia de Córdoba.



TAREA 1

ANÁLISIS Y DEFINICIÓN DE LOS PERFILES DE PUESTOS A CAPACITAR

OBJETIVO DE LA TAREA

Esta tarea tuvo como fin definir la descripción de los perfiles de puestos para los diferentes actores del sector, según la especialidad de cada actividad: hotelero, gastronómico, organización de eventos, agentes de viajes, actores del ámbito público.

En base a las especialidades mencionadas, al finalizar esta tarea, se definieron 8 (ocho) perfiles prioritarios, y se procedió a definir en forma detallada los criterios a utilizar en cada uno de ellos, ya que serían los utilizados al momento de seleccionar los asistentes según se expresa la "tarea 6" del presente proyecto.



Se determinaron los siguientes perfiles de puestos a capacitar mediante encuentros mantenidos con instituciones que representan el sector turístico de la provincia de Córdoba: Cámara de Turismo de Córdoba, UTHGRA seccional Córdoba, FEDECOM, Asoc. Hotelera Gastronómica de Córdoba, Asociación Hotelera Gastronómica de Calamuchita, Asociación Hotelera Gastronómica de Río Cuarto, Asociación Serrana de Hoteles y Afines de La Falda, Asociación Empresaria Hotelera, Gastronómica Afines y Servicios Turísticos de Carlos Paz, AHT sede Córdoba, ACAV, Córdoba Convention & Visitor Bureau, Cámara Cordobesa de Hostel, Cámara de Turismo Cinegético, Cámara de Locatarios y Concesionarios de la Terminal de Ómnibus.

Para lo cual se llegó a la conclusión de que los perfiles prioritarios a formar y/o actualizar sean:

Para el Sub Sector Hotelero:

- Recepcionista
- Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1

Para el Sub Sector Gastronómico:

- Expendedor de Bebidas y Alimentos

Para el Sub Sector Organización de Eventos:

- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Para el Sub Sector Agentes de Viajes:

- Agente de Viajes Receptivo
- Tic's aplicadas al Turismo

Para el Sub Sector Público:

- Informante Turístico
- Animación y Recreación



TAREA 2:

DEFINICIÓN DEL PROGRAMA DE CAPACITACIÓN Y CRONOGRAMA DE APLICACIÓN

OBJETIVO DE LA TAREA

En base a la necesidad identificada respecto a la demanda de capacitación, se elaboro el programa de contenidos de la misma, organizada por ejes, con el detalle de las temáticas comprendidas en cada uno de ellos.

Asimismo se estableció el cronograma de aplicación, definiendo la cantidad de horas para cada uno de los ejes temáticos establecidos, el nivel al cual corresponde, y los destinatarios en cada uno de los casos.

La implementación de las acciones de capacitación abarcarán un período de 4 (cuatro) meses.

Para arribar al logro propuesto se procedió a la confección del “Cronograma de Aplicación” el cual establecía:

- las fechas de cada actividad,
- los ejes temáticos comprendidos,



- los destinatarios según la temática y
- la metodología de convocatoria.

Mes	Tareas
Octubre	Del 22/10 al 3/11: Elaboración del Cronograma de Actividades a aplicar (selección de lugares para el dictado de los 24 cursos pilotos)
Noviembre	Del 01/11 al 9/11: Convocatoria a docentes para toma de entrevistas a través de medios digitales (http://protur.cba.gov.ar) * se adjunta en el anexo 1 el perfil a solicitar. 07/11, 14/11, 21/11 toma de entrevistas para evaluar los perfiles docentes. Del 24 al 28/11: Identificación, análisis y selección de futuros capacitadores.
Diciembre	Del 1 al 5/12: Armado del taller de Sensibilización y Capacitación para Formadores y elaboración de pautas generales para la inscripción y selección de Alumnos. Impresión de manuales Del 10 al 12/12: Sensibilización y capacitación de los Formadores para los cursos pilotos. Del 15 al 19/12: Sensibilización de los referentes locales sobre la importancia de la formación profesional en el territorio. Del 15 al 29/12: Elaboración y puesta en marcha de la campaña de difusión del los Cursos que se van a dictar.
Enero	Comienzo de Curso Piloto
Febrero	Dictado de Cursos Pilotos
Marzo	Dictado de Cursos Pilotos



Abril	Dictado de Cursos Pilotos Jornada de asesoramiento en inserción laboral. Realización de encuesta de satisfacción
Mayo	Evaluación final de los cursos pilotos (análisis de encuesta de satisfacción) Elaboración del Plan sugerido de acciones

ANEXO 1: Perfil del Capacitador - Sector de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Educación formal:

1. Graduado universitario, terciario o estudiante avanzado preferentemente proveniente de carreras técnicas relacionadas con el sector.
2. Podrá considerarse la postulación de aquellas personas que, sin certificación formal, cuenten con experiencia probada en la docencia de cada una de las áreas temáticas enunciadas.
3. **Habilidades:**
 - Administración eficaz del tiempo.
 - Capacidad para trabajar en equipo y transferir conocimientos, actitudes y valores
 - relacionados con la educación y el trabajo.
 - Capacidad para el trabajo en el turismo y la hotelería conociendo y poniendo en práctica toda la Normativa emanadas de los organismos que las regulan la actividad.
 - Capacidad para la transferencia de acciones para la aceptación de la diversidad.
 - Capacidad de escucha, contención y argumentación.
 - Capacidad para el análisis y la resolución de problemas.
 - Operación de PC (Word, Excel).
 - Experiencia en coordinación de equipos de más de veinte personas.
 - Experiencia en actividades de capacitación y/o de coordinación de grupos.



Cualidades personales:

- Responsabilidad, sociabilidad, buen trato y buena comunicación, dominio propio, honestidad, integridad.
- Capacidad para establecer y mantener buenos vínculos personales.

Actividades Principales

1. Confeccionar el Formulario de Planeamiento Didáctico y Práctica Pedagógica con anterioridad al inicio del Trayecto Formativo.
2. Firmar el Formulario de Presentación de Proyectos confeccionados por el Equipo Administrativo – Pedagógico del CEDER informándose de los horarios previstos, la condición presupuestaria que asume como Instructor de la Capacitación y el monto a percibir una vez finalizada la capacitación.
3. Controlar la asistencia y el cumplimiento de los horarios de los participantes, por medio de un registro de asistencia semanal, que deberá firmar y remitir al Responsable del Centro de Desarrollo Regional (CEDER) encargado del trámite administrativo del trayecto formativo.
4. Desarrollar los contenidos correspondientes a los Talleres que implemente, con una metodología participativa y un proceso de evaluación formativo sumativo.
5. Proponer y poner en práctica actividades de nivelación e integración de los contenidos que faciliten el proceso de apropiación de los mismos por parte de los participantes.
6. Comunicarse sistemáticamente con el Responsable del CEDER, participar de los encuentros que este convoque y proveerle de la información pertinente.



TAREA 3

DISEÑO DE MATERIAL PARA DOCENTES (DISEÑO CURRICULAR) Y ALUMNOS (MATERIAL DIDÁCTICO)

OBJETIVO DE LA TAREA

Elaboración del Análisis Funcional, Diseño de Normas de Competencias y Mapa Funcional

Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Diseño de Documentos Curriculares



Perfiles:

Recepcionista

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Expendedor de Bebidas y Alimentos

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Agente de Viajes Receptivo



1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Agente de Viajes Receptivo

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Tic's aplicadas al Turismo

7. Diseño de Norma de Competencia
8. Mapa Funcional
9. Análisis Funcional
10. Diseño Curricular
11. Material Didáctico
12. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Informante Turístico

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular



5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Animación y Recreación

1. Diseño de Norma de Competencia
2. Mapa Funcional
3. Análisis Funcional
4. Diseño Curricular
5. Material Didáctico
6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones



Perfil: RECEPCIONISTA

1. Diseño de Norma de Competencia:

Datos generales de la ocupación: Recepcionista

Área de competencias: Servicios.

Sub - área de competencia: Hotelería.

Áreas ocupacionales:

- Hoteles de diferentes categorías, apart hotel, complejo de cabañas, hosterías.
- Normas generales de la actividad:

El marco legal de aplicación esté definida por la ley de riesgos de trabajo, decretos, resoluciones y normas legales establecidas por el PEN, el organismo de control del sistema de aplicación de la ley de riesgos de trabajo en nuestro país, la superintendencia de riesgos del trabajo y el GCBA así como la legislación municipal de cada provincia en particular.

- Ley 19587/72.
- Ley de riesgo de trabajo 24557/95.

Alcances y condiciones del rol profesional:

El recepcionista gestiona los servicios del área de recepción, organiza las actividades, registra reservas, ingreso y egreso del huésped y atiende al mismo prestando un servicio de calidad según procedimientos del establecimiento.

Relaciones funcionales y jerárquicas en el espacio social de trabajo:

El recepcionista se desempeña bajo supervisión del jefe de recepción, del gerente general, gerente de recepción, de acuerdo a la categoría del hotel.

Asimismo, supervisará las actividades del conserje y del/ de los maletero/s.

Interactuará con el ama de llaves, mantenimiento, seguridad, con el sector de alimentos y bebidas, ventas, reservas, marketing y el área financiera y contable.

Cobertura de la norma de competencia: Provincial

Organización del trabajo:



- Organiza la secuencia de trabajo según el turno asignado.
- Prepara en su turno, todas las actividades previstas hacia el huésped.
- Toma, modifica y cancela reservas.
- Registra el ingreso.
- Atiende a los huéspedes y no huéspedes durante su estadía.
- Realiza la salida del huésped de acuerdo a procedimientos preestablecidos por el hotel.
- Mantiene informado a todas las áreas operativas y gerenciales del hotel.
- Realiza chequeos administrativos.
- Informa al personal de recepción mediante Libro de Novedades.

2. Mapa Funcional:

Unidad 1

Organizar y gestionar la Recepción de un hotel. Ubicar el rol, tareas y responsabilidades de un recepcionista dentro de la operación general del hotel.

1.1 Funcionamiento interno de la recepción

1.2: Planificación de actividades del día según recursos disponibles

Unidad 2

Administrar y vender los productos que ofrece el hotel, registrando los cargos por consumo que realizan los huéspedes. Ofrecer los productos, venderlos y registrar las reservas de huéspedes en los sistemas.

2.1 Ventas y Reservas

2.2: Recepción: registro de Check in, Check out y consumos de servicios.

2.3: Administración

Unidad 3

Atender al huésped considerando sus necesidades, reconociendo criterios vinculados a superar sus expectativas utilizando siempre normas de cortesía.

3.1 Procedimientos de atención al huésped. Normas de cortesía.

3.2 Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes



3. Análisis Funcional:

Unidad 1

Organizar y gestionar la Recepción de un hotel. Ubicar el rol, tareas y responsabilidades de un recepcionista dentro de la operación general del hotel.

Elemento 1.1:

Funcionamiento interno de la recepción:

Criterios de desempeño:

Reconocer la ubicación de la Recepción en el organigrama general del hotel.

Comprender todas sus funciones: atención al huésped, ventas y administración.

Organizar las actividades por turno, considerando la disponibilidad de recursos materiales y humanos.

Coordinar las funciones y actividades de la Recepción con los diferentes sectores del hotel

Evidencias de desempeño:

Se presenta uniformado considerando la presentación, pulcritud y los procedimientos definidos por el hotel.

Se verifica el estado general del puesto de trabajo en el turno asignado

Se informa al área de ama de llaves (gobernanta) los pronósticos de ocupación de habitaciones aplicando los procedimientos del establecimiento

Se registra solicitudes especiales y anticipadas en los pedidos de reserva de habitaciones considerando los procedimientos del establecimiento.

Se verifica las reservaciones garantizadas del día, cancelaciones, modificaciones, cambios de habitaciones, según indicaciones del parte del día.

Se asignan las habitaciones considerando las tarifas diferenciales y el tipo de reserva.

Evidencias de producto:

Uso de la lista de chequeo del turno asignado para verificar el cumplimiento de todas las responsabilidades asignadas.



Estado de habitaciones verificado de acuerdo a requerimientos del huésped.

Solicitudes especiales ordenadas de acuerdo a los requerimientos de la gerencia y del huésped.

Registro de reserva conforme a lo solicitado por el huésped.

Evidencias de conocimiento:

- Conocimiento fundamental
- Nociones básicas de lecto-escritura, idioma básico y glosario de la actividad.
- Aplicación de reglas de cortesía en los procesos de atención al huésped.
- Estado de habitaciones y circuitos administrativos.
- Funciones aritméticas básicas.
- Cálculo de disponibilidad de habitaciones para la venta, salidas y reservas del día.

Conocimiento circunstancial:

- Procedimientos internos de acuerdo a la categoría del establecimiento.
- Nociones básicas de manejo de planillas en uso administrativas- contables y aplicadas a la elaboración de informes.
- Nociones básicas de manejo PC: utilitarios de oficina y hotelería.
- Campo de aplicación
- Hoteles de diferentes categorías; complejos habitacionales
- Guías de evaluación
- Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se le solicita:
- Realizar previsiones respecto al uso de las listas de chequeo por turno para verificar: llegadas del día, salidas del día, habitaciones disponibles, estado general del hotel.
- Asignar habitaciones de acuerdo a las habitaciones solicitadas.
- Organizar las actividades del día.
- Reportar novedades.



El evaluador deberá considerar el entorno inmediato de cada establecimiento y sus procedimientos de acuerdo al perfil del cliente.

Elemento1.2:

Planificación de actividades del día según recursos disponibles

Criterios de desempeño:

Organizar las actividades diarias considerando los recursos humanos y materiales disponibles según demanda de servicio previsto.

Registrar estado del servicio considerando la actualización de la información en conjunto con otras áreas, y los requerimientos del huésped, según procedimientos del hotel.

Informar por registro escrito en un Libro de Novedades de la recepción, y a otras áreas de la organización manteniendo actualizada la información a lo largo del proceso.

Evidencias de desempeño:

Se organiza las actividades diarias considerándola cantidad de recursos materiales y personal necesario para satisfacer demandas de servicio.

Se actualiza la información referida al estado de las habitaciones, recabando información del área de ama de llaves (gobernanta) según procedimientos del establecimiento.

Se reporta al área correspondiente las novedades surgidas respecto a anomalías en habitaciones para su reparación.

Se mantiene informado al superior a cargo sobre cambios, conforme procedimientos del establecimiento.

Se registra en el libro de novedades los cambios e imprevistos considerando los procedimientos del establecimiento.

Evidencias de producto:

Lectura de las listas de chequeo de la Recepción.



Habitaciones asignadas considerando preferencias del huésped, reserva y disponibilidad según procedimientos del establecimiento.

Lectura de novedades descriptas en el turno asignado.

Evidencias de conocimiento:

Conocimiento fundamental

Nociones básicas de lecto-escritura, idioma básico y glosario de la actividad.

Aplicación de reglas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Circuitos operativos del establecimiento.

Conocimiento circunstancial:

Procedimientos internos de acuerdo a la categoría del hotel.

Nociones básicas de manejo de planillas en uso administrativas-contables y aplicadas a la elaboración de informes.

Nociones básicas de manejo PC: utilitarios de oficina y hotelería.

Campo de aplicación

Hoteles de diferentes categorías

Guías de evaluación:

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se le solicita:

Realizar previsiones respecto a: llegadas del día, salidas del día, habitaciones disponibles.

Asignar habitaciones de acuerdo a las habitaciones solicitadas.

Organizar las actividades del día.

Reportar novedades.

El evaluador deberá considerar el entorno inmediato de cada establecimiento y sus procedimientos de acuerdo al perfil del cliente.

Unidad 2



Administrar y vender los productos que ofrece el hotel, registrando los cargos por consumo que realizan los huéspedes. Ofrecer los productos, venderlos y registrar las reservas de huéspedes en los sistemas.

Elemento 2.1

Ventas y Reservas

Criterios de desempeño:

Registrar reservas de servicios considerando la disponibilidad del establecimiento y las necesidades del huésped según procedimientos del hotel.

Informar sobre diferentes variantes de tarifas, paquetes, promociones, considerando los requerimientos del cliente y los planes de ventas, marketing y estrategias del hotel.

Evidencias de desempeño:

Se mantiene actualizado el registro de ingresos y egresos, previendo problemas futuros de ocupación.

Se informa al cliente sobre las diferentes variantes de las tarifas, paquetes especiales, promociones, formas de pago, etc., considerando los planes de ventas, marketing y estrategias del hotel

Se informa al cliente sobre las habitaciones del establecimiento considerando disposición, disponibilidad, tipos, comodidades y facilidades de pago.

Se confirma disponibilidad y se da cumplimiento de la solicitud del huésped, en cuanto a estadía, tipo de habitación y otros requerimientos adicionales, siguiendo la secuencia de preguntas establecidas por el establecimiento.

Se registra la reserva en soporte manual o informático cotejando los datos ingresados con los requerimientos del huésped en relación a fecha de ingreso y egreso, tipo de habitación, precio convenido y garantía

Se actualiza las reservas, considerando altas, bajas y modificaciones.

Evidencias de producto:



Registro de reserva completo y actualizado, considerando fecha de ingreso, egreso y otras preferencias según disponibilidad habitacional.

Evidencias de conocimiento:

Conocimiento fundamental

Nociones básicas de lecto-escritura, idioma básico y glosario de la actividad.

Aplicación de reglas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Servicios que brinda el establecimiento: todos los que se le ha de proponer al futuro huésped.

Servicios que brinda sobre el contexto: localidad y provincia donde está situado el hotel.

Conocimiento circunstancial:

Procedimientos internos de acuerdo a la categoría del hotel

Nociones básicas de manejo de planillas en uso administrativas-contables y aplicadas a la elaboración de informes.

Nociones básicas de manejo PC: utilitarios de oficina y hotelería.

Campo de aplicación: Hoteles de diferentes categorías

Guías de evaluación:

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se le solicita:

Registros de reservas (en soporte físico o electrónico) para verificar documentación existente con la información registrada.

Chequeo de reservas del día con los detalles solicitados por el cliente.

Registro de ingresos y egresos.

El evaluador prestará particular atención: a la interacción del postulante con el cliente en la atención de quejas y reclamos, en el manejo de objeciones, etc.

Elemento 2.2:



Recepción: registro de Check in, Check out y consumos de servicios.

Criterios de desempeño:

Registro de todos los datos exigidos por el hotel y por la legislación vigente, de los huéspedes que deseen alojarse en el hotel: Check in.

Control de los registros de consumos realizados por los huéspedes.

Proceso de facturación y trámites administrativos exigidos por el hotel

Normas de cortesía utilizadas en hotelería aplicadas en el momento de la salida del huésped del hotel: Check out.

Evidencias de desempeño:

Se chequea la información de la reserva al momento del ingreso de un huésped al hotel.

Se solicita al huésped y sus acompañantes que se registren con todos los datos exigidos por el hotel y la legislación vigente.

Se corroboran los servicios contratados: fechas, servicios, tarifas, extras.

Se informa al huésped sobre las condiciones especiales de los servicios.

Se registran los consumos de los huéspedes en las planillas administrativas que dispone el hotel.

Se controlan los consumos realizados por los huéspedes.

Se controlan las cuentas de los huéspedes.

Se realiza el cierre de la facturación cuando el huésped se retira del hotel, controlando que se cobrará correctamente los servicios solicitados.

Se despide al huésped utilizando todas las normas de cortesía.

Evidencias de producto:

Fichas de registro de huéspedes. Libro de registro de pasajeros.

Cuenta del huésped alojado

Facturación de huéspedes que se han retirado



Evidencias de conocimiento:

Conocimiento fundamental

Nociones básicas de lecto-escritura, idioma básico y glosario de la actividad.

Aplicación de reglas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Servicios que brinda el hotel con detalles, horarios y costos.

Reglamento interno sobre facturación

Conocimiento circunstancial:

Procedimientos internos de acuerdo a la categoría del hotel

Nociones básicas de manejo de planillas en uso administrativas-contables y aplicadas a la elaboración de informes.

Nociones básicas de manejo PC: utilitarios de oficina y hotelería.

Campo de aplicación: Hoteles de diferentes categorías

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo.

Se le solicita:

Registro del huésped: ficha de registro y libro de registro de pasajeros

Control de consumos diarios de huéspedes

Facturas realizadas por el recepcionista.

El evaluador prestará particular atención: a la interacción del postulante con el cliente en la atención de quejas y reclamos, en el manejo de objeciones, etc.

Elemento 2.3

Administración

Criterios de desempeño

Administrar dinero: fondo fijo

Registrar y controlar los consumos realizados por los huéspedes

Realizar el cierre de caja administrativo según procedimientos del hotel.



Evidencias de desempeño:

Se recibe dinero por parte de la administración general del hotel para realizar cobros y pagos según procedimientos del hotel.

Se controla el dinero y se registran todos los usos del mismo.

Se realizan cobros de dinero efectivo, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cheques, por sistemas electrónicos entre otros, según procedimientos administrativos.

Se informa diariamente a la administración sobre el cierre del turno del recepcionista y cierre diario de facturación.

Se rinde el dinero cobrado, las facturas realizadas y los pagos que pudieran hacerse desde el fondo fijo.

Evidencias de producto

Control de fondo fijo

Rendición de caja a la administración

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental

Nociones básicas de lecto-escritura, idioma básico y glosario de la actividad.

Aplicación de reglas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Nociones sobre manejo de dinero efectivo, tarjetas de crédito, cuentas corrientes, cheques, y sistemas electrónicos de cobro de dinero.

Nociones básicas sobre facturación.

Conocimiento circunstancial

Procedimientos internos de acuerdo a la categoría del hotel

Nociones básicas de manejo de planillas en uso administrativas-contables y aplicadas a la elaboración de informes.

Nociones básicas de manejo PC: utilitarios de oficina y hotelería.

Campo de aplicación: Hoteles de diferentes categorías



Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se le solicita:

Controles de caja para corroborar el uso del dinero.

Cierres de caja y presentación a administración según procedimiento del hotel.

El evaluador prestará particular atención: a la interacción del postulante con el cliente en la atención de quejas y reclamos, en el manejo de objeciones, etc.

Unidad 3

Atender al huésped considerando sus necesidades, reconociendo criterios vinculados a superar sus expectativas utilizando siempre normas de cortesía.

Elemento 3.1

Procedimientos de atención al huésped. Normas de cortesía.

Criterios de desempeño

Ofrecer los diferentes servicios del establecimiento considerando las necesidades del huésped y las facilidades disponibles.

Orientar al huésped sobre los servicios anexos (restaurantes, bares, lavandería, telefonía, etc.), detectando la necesidad no expresada, formulando preguntas.

Utilizar normas de cortesía

Evidencias de desempeño

Se ofrece los diferentes servicios, considerando las necesidades de los huéspedes relativas a seguridad, confort y conveniencia.

Se vende los servicios del hotel considerando la demanda existente y los procedimientos

Se orienta al huésped en la elección del servicio a contratar considerando sus necesidades y preferencias según propuestas del hotel.

Se orienta al huésped sobre restaurantes, bares, lavandería y telefonía, considerando sus requerimientos.



Evidencias de producto

Ventas acordes a las necesidades de los huéspedes y las facilidades disponibles del establecimiento.

Información transmitida al huésped sobre servicios adicionales disponibles.

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental

Aplicación de normas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Uso de técnicas de venta aplicada a los servicios del hotel de acuerdo a las políticas de comercialización.

Servicios ofrecidos por el establecimiento.

Técnicas de comunicación (capacidad de escucha, amplitud de criterio, sentido de iniciativa, buena disposición para dar la bienvenida).

Trabajo en equipo y articulación con otros departamentos: alimentos y bebidas, ama de llaves, mantenimiento, etc.

Conocimiento circunstancial

Productos y servicios que ofrece el hotel y alrededores.

Normas de cortesía.

Campo de aplicación: Todo tipo de establecimiento hotelero o aquel afín que tenga contacto directo con el público.

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se le solicitará que atienda los requerimientos del huésped, que ofrezca los servicios internos del establecimiento e informe sobre los servicios externos al hotel.

▪ Se focaliza la evaluación en los siguientes aspectos de la interacción con el huésped:

Claridad en la comunicación.

Capacidad de empatía.



Tono de voz.

Uso de normas de cortesía.

Lenguaje corporal.

Escucha activa.

Elemento 3.2

Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes

Criterios de desempeño

Reconocer situaciones que puedan derivar en quejas y anticipar soluciones

Delegar a un superior las quejas que considere no poder solucionar.

Comunicar las quejas a los sectores del hotel involucrados

Registrar quejas en Libro de quejas.

Registrar sugerencias mediante libros y/o encuestas

Utilizar normas de cortesía

Evidencias de desempeño

Se escucha atentamente al huésped y se consulta con empatía sobre el problema o queja que propone.

Se realiza un chequeo de la información propuesta por el huésped.

Se le da respuesta al huésped con alternativas de solución.

Se deriva la queja a un superior en el caso de que el tema exceda al recepcionista.

Se comunica a los otros sectores sobre el tema que despertó la queja del huésped y se capacita sobre soluciones y alternativas para que no vuelva a ocurrir.

Se registra la queja del huésped en el Libro de quejas.

Las sugerencias de los huéspedes se registran e informan internamente según procedimientos del hotel.

Se responden las quejas y sugerencias del huésped.

Evidencias de producto

Libro de quejas

Formularios o libro de sugerencias.



Respuestas de quejas y sugerencias a huéspedes.

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental

Aplicación de normas de cortesía en los procesos de atención al huésped.

Técnicas de comunicación (capacidad de escucha, amplitud de criterio, sentido de iniciativa, buena disposición para dar la bienvenida).

Trabajo en equipo y articulación con otros departamentos: alimentos y bebidas, ama de llaves, mantenimiento, etc.

Conocimiento circunstancial

Atención de situaciones problemáticas

Normas de cortesía.

Campo de aplicación: Todo tipo de establecimiento hotelero o aquel afín que tenga contacto directo con el público.

4. Diseño Curricular:

- a) **Marco contextual**
- b) **Marco pedagógico**
- c) **Objetivo general**

Con este curso se pretende que el alumno haya desarrollado las capacidades y conocimientos necesarios para gestionar los servicios que se ofrecen en el área de Recepción, atendiendo en forma integral al huésped y superando sus expectativas, brindando un servicio de calidad según los procedimientos del hotel y bajo la supervisión del responsable del sector.

- d) **Estructura curricular modular**



El cuadro que se presenta a continuación muestra las relaciones establecidas entre las funciones del rol laboral (unidades de competencia) y los módulos propuestos

e) Criterios de enseñanza

- Dirigido a personas adultas, con conocimientos previos y experiencias personales que se expondrán durante el desarrollo del curso para enriquecer el tratamiento de cada módulo.
- Los conocimientos previos de los alumnos se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para la corrección de fundamentos erróneos.
- Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.
- - Se implementarán actividades individuales y grupales: las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos, mientras que las actividades grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas.
- Se realizarán actividades que desarrollen en los destinatarios dos capacidades comunicativas fundamentales para el ejercicio del rol: expresión oral y escucha.
- Favorecer la reflexión permanente de los participantes en los momentos de demostración, observación y análisis de situaciones reales de trabajo con el objetivo de facilitar la construcción de aprendizajes significativos.
- Todas las actividades propuestas están apoyadas por material escrito que se encuentra en la sección de “Material Didáctico”.



La secuencia didáctica modular estará organizada en: Actividades de inicio, cuyo propósito es explorar los saberes previos, las expectativas e intereses de los cursantes; presentar de manera significativa el módulo y explicitar los objetivos y la metodología de trabajo para que los participantes sepan qué van a realizar, por qué se propone y cómo van a trabajar.

Actividades de desarrollo, las cuales profundizan las capacidades específicas a desarrollar en cada módulo y promueven la integración de las mismas, interrelacionando en forma equilibrada las actividades prácticas con las de reflexión, las ejemplificaciones, los debates, las explicaciones y las demostraciones adecuadamente, de modo de contribuir al logro de las capacidades requeridas. Desde esta misma concepción, se propone la estrategia de observación y análisis del desempeño del rol en una situación simulada de trabajo real a través de una filmación (de ser posible) con el objetivo de identificar los errores de manera concreta y plantear las alternativas para superarlos.

Actividades de cierre, que consisten en ejercicios de rescate y síntesis de los conocimientos trabajados. En el caso de final de módulo, se sugieren actividades integradoras, para la aplicación de todas las capacidades adquiridas durante la cursada del mismo. Pero las actividades de cierre también pueden ser pequeños ejercicios integradores propuestos al final de cada clase, a modo de síntesis.

f) **Criterios de evaluación**

La concepción pedagógica planteada implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y momento del aprendizaje en que se implementan:

- Evaluación diagnóstica: al comenzar cada módulo o bloque, el docente deberá implementar la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.
- Evaluación de proceso: a lo largo del desarrollo de los módulos, el docente deberá evaluar el proceso de aprendizaje, con técnicas e instrumentos que



dependerán de las características del grupo. El docente debe registrar sus observaciones, para poder hacer un efectivo seguimiento individual y grupal. El objetivo de esta evaluación continua es el de hacer los ajustes necesarios a la planificación previa del módulo y tener información sobre la evolución de cada alumno. Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

- Evaluación de resultados o final: al finalizar cada módulo, los alumnos deberán aprobar una evaluación final o de resultados, cuyos criterios de evaluación serán las evidencias de desempeño y conocimiento pretendidas como logro de las capacidades desarrolladas, establecidas como objetivos modulares.

g) **Requisitos para la implementación**

Infraestructura:

- Aula con capacidad para 25/30 personas.
- Recepción modelo o espacio de simulación que cumpla con las características necesarias.

Equipamiento básico:

- Conmutador y/o teléfono
- Tablero de llaves o Sistema de llaves magnéticas
- Material de escritorio.

Documentación técnico-administrativa:

- Planillas de registro de huéspedes utilizadas en hotelería.
- Planillas utilizadas en la Recepción de sanatorios u otras instituciones.
- Planillas para reporte de tareas.
- Planillas para registro de solicitud y prestación de servicios.
- Libro para el registro de quejas, comentarios y sugerencias.
- Libro de novedades.



- Formularios tipo (memorándum, mensajes para el huésped, etiquetas para guardar equipaje, otros).
- Folletería de servicios de hoteles.
- Folletería de servicios ofrecidos complementarios a los ofertados por el hotel
- Ejemplares de reglamentos internos de hoteles.

Equipamiento de aula:

- Sillas y mesas
- Pizarra y fibrones.
- Material didáctico (un ejemplar por alumno).
- Fotografías y/o filminas.
- Reproductor de CD, DVD, y TV.
- Software de reservas de alojamiento u otros pertinentes.

h) **Bibliografía**

MÓDULO 1:

Recepción: organización y gestión del área

1. Introducción:

El presente módulo se considera estructurante del proceso de formación para el rol profesional de recepcionista, ya que introduce a los asistentes en los conceptos e informaciones requeridas tanto sobre el desempeño del rol en la Recepción.

Se busca desarrollar las capacidades vinculadas con la implementación de las actividades programadas considerando los movimientos del área, la relación con todos los demás sectores del hotel, la disponibilidad de los recursos materiales y humanos y la aplicación de normas pre establecidas en el hotel, junto con las correspondientes a seguridad e higiene.

Se pretende promover el desarrollo de las capacidades de anticipación de imprevistos y adecuación al cliente entendiendo que las mismas permiten evitar



demoras, errores y faltantes de insumos al momento de garantizar un servicio de calidad en la atención al cliente.

2. Objetivos

- Reconocer la ubicación de la Recepción en el organigrama general del hotel y comprender todas sus funciones: atención al huésped, ventas y administración.
- Organizar las actividades por turno, considerando la disponibilidad de recursos materiales y humanos.
- Mantener actualizada la información referida a las operaciones del hotel para cumplir las distintas tareas con eficacia, de acuerdo al turno en que se va a desempeñar.
- Coordinar las funciones y actividades de la Recepción con los diferentes sectores del hotel, teniendo en cuenta la buena comunicación entre los mismos para brindar servicios de calidad.

3. Contenidos

- Bloque I: Funcionamiento interno de la recepción
- Hotel: su organización según los objetivos comerciales, y recursos humanos y materiales disponibles. Organigrama y funciones.
- El rol de Recepcionista: características generales y funcionales.
- Rutina de trabajo por turno: integración entre departamentos o sectores y los turnos de trabajo.
- Vocabulario y códigos para la operación.
- Sistemas de administración hotelero: diferentes tipos. Opción manual.
- Asignación de habitaciones. Verificación de estado de habitaciones: informe del Ama de Llaves.
- Reservas: toma, modificación y cancelación.
- Problemas típicos de los cambios de turno: fallas o errores en la comunicación.



- Bloque II: Planificación de actividades del día según recursos disponibles
- Procedimientos de información de anomalías y desperfectos: comunicación al Superior, al cada departamento operativo, otros.
- Procedimientos de información de novedades e imprevistos: libro de novedades.
- Problemas típicos de la organización de actividades: información desactualizada, relaciones intersectoriales, otros. Estrategias de resolución.

4. Actividades:

Actividades de inicio:

- Presentación del docente y los participantes, explicitando objetivos del curso en general y del módulo en particular.
- Exploración de las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus saberes previos acerca del rol y las expectativas con que llegan al curso.

Actividades de desarrollo:

- Visita a un hotel de categoría para que los participantes identifiquen las instalaciones (Recepción, áreas públicas, Office, habitaciones, entre otras) y entrevisten a un recepcionista, un jefe de recepción y algún otro miembro del hotel que aporte experiencias y conocimientos para el desempeño del rol.
- Exposición dialogada, rescatando los aspectos observados en la visita, sobre los distintos roles de un hotel y la importancia de su interacción. Síntesis mediante el análisis del organigrama provisto en el Material Didáctico.
- Demostración por parte del docente de los principales procedimientos vinculados a la organización de las actividades por turno, teniendo en cuenta las relaciones con los demás sectores y la actualización de la información referida a los movimientos del hotel.
- Posterior síntesis, en grupos pequeños, mediante ejercicio realizado y evaluado provisto en el Material Didáctico.



- Elaboración conjunta de listas de chequeo por turno. El mismo podrá ser utilizado como guía de observación.
- Interpretación de sistema de códigos utilizado en hotelería, detallado por área y los cuales deben ser incorporados por todo el personal.
- Reconocimiento de sistemas de administración hotelera. Ventajas y desventajas de los reconocidos por el alumnado. Diferencias con sistemas manuales.
- Puesta en común de cuáles son los criterios de asignación de habitaciones que los recepcionistas deben incorporar.
- Resolución en caso práctico provisto en Material Didáctico de una reserva de habitaciones que debe ser modificada por el recepcionista, como debe actuar y que debe informar.
- Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas de comunicación entre sectores que repercute en la calidad de atención al cliente.
- Resolución en caso práctico provisto en Material Didáctico de un problema edilicio que afecta la operación normal del hotel y donde el recepcionista debe reconocer cual es el alcance de las decisiones que tome.
- Análisis de situaciones que deben ser informadas en el Libro de Novedades.

Actividades de cierre:

- Simulación, en parejas, del proceso de organización del Recepcionista al tomar el turno, considerando las relaciones intersectoriales y la actualización constante de la información referidas a las operaciones del hotel. Mientras un compañero realiza la práctica, el otro observará con la ayuda de la guía de observación antes realizada. Luego alternarán los roles y finalmente, intercambiarán las observaciones con el fin de efectuar una autoevaluación del desempeño realizado.
- Puesta en común de las conclusiones obtenidas en la actividad anterior.

5. Criterios de evaluación:



El docente evaluará si el alumno:

- Se presenta en el espacio de trabajo con el uniforme requerido.
- Interpreta la orden de trabajo y organiza las tareas a realizar.
- Aplica los procedimientos considerando las normas del hotel.
- Presenta y ordena el mobiliario de la Recepción acorde a procedimientos del hotel.
- Utiliza el vocabulario hotelero adecuado.
- Registra las tareas realizadas mediante diversos sistemas de reporte.
- Informa adecuadamente a cada área sobre la operación del hotel y la dinámica del comportamiento de los huéspedes.
- Traslada el resultado de su trabajo al turno siguiente y a las áreas operativas con las que se vinculó de manera eficiente.

MÓDULO 2:

Administración y ventas en Recepción

1. Introducción:

La complejización y la ampliación del sector hotelero hacen necesario que aquellas personas que desempeñen el rol de Recepcionista, desarrollen capacidades vinculadas a la administración y ventas.

La gestión administrativa es una actividad permanente y vincula a todas las áreas ya que se registran todos los consumos, se archivan los datos y se informa a todos los sujetos: cliente interno y huésped.

La gestión de ventas es muy importante para que el negocio hotelero sea rentable. El personal de recepción debe contar con las herramientas necesarias para poder ofrecer todos los servicios que la gerencia haya dispuesto. La venta se registra desde la toma de reservas hasta cada consumo del área que el huésped haya consumido.

Al finalizar el día de trabajo, se realiza un cierre administrativo, contable y de ventas que queda registrado y sirve como insumo para el análisis y posterior toma de decisiones en las estrategias futuras.



2. Objetivos:

- Ventas y Reservas: reconocer la reserva como resultado de una venta previa. Realizar una reserva de servicios considerando necesidades del huésped, según procedimientos del hotel
- Recepción: registrar el ingreso y egreso del huésped según normas del hotel.
- Administración: registrar los consumos de servicios, respetando los procedimientos establecidos por la gerencia.
- Registrar el servicio prestado al huésped.

3. Contenidos:

- Bloque I: Ventas y Reservas
- Ventas: que se vende en un hotel. Características de los productos.
- Disponibilidad de habitaciones. Controles.
- Sistemas de reservas.
- Formularios y sistemas de registro de reservas. Ingreso de datos. Cotejo de datos.
- Sistemas internos de comunicación intersectorial del servicio reservado.
- Planillas.
- Comunicación telefónica: venta telefónica.
- Reglas de cortesía: su importancia.
- El huésped: quién es, qué necesita. Procedimientos de información y ofrecimiento de servicios al huésped.
- Derivación del huésped.
- Bloque II: Recepción: registro de Check in, Check out y consumos de servicios.
- Procedimiento de recepción de huéspedes: Check in. Cotejo de reserva. Tarjeta de registro. Folio del huésped.



- Aplicación de las reglas de cortesía: secuencia de preguntas para confirmación de servicios al huésped.
- Procedimiento para el egreso de huéspedes: Check out. Chequeo de cuenta. Cobro de factura.
- Conformidad del cliente: cómo constatarla.
- Bloque III: Administración
- Fondo fijo y dinero en Recepción: tipos y controles. Opciones de usos de dinero.
- Tarjetas de crédito y cuentas bancarias.
- Registro de consumos de los huéspedes: sistema de comandas por departamento. Control y archivo.
- Pre pago de servicios: opciones y registro.
- Cierre de cuenta: facturación
- Cierre de caja: cierre por turno. Reporte administrativo.

4. Actividades:

Actividades de inicio:

- Indagación oral mediante el diálogo para detectar el criterio de los participantes acerca de la importancia para la buena práctica que reviste el correcto registro de todas las actividades referentes a los huéspedes en su estadía en el hotel, respetando los procedimientos establecidos por la dirección.
- Exposición dialogada sobre la importancia del registro de reservas, ingreso y egreso de un huésped.
- Actividades de desarrollo:
- Exposición dialogada sobre los diferentes componentes de un paquete como oferta del hotel: componentes, costos y precios.
- Identificación de productos dentro de los servicios que ofrece un hotel. Resolución de opciones propuestas en el Material didáctico.



- Demostración y explicación por parte del docente de los detalles a considerar para asignar habitaciones reservadas. Posterior resolución individual de ejercicios provistos a tal fin en el Material Didáctico.
- Demostración y explicación por parte del docente sobre los componentes de una reserva de alojamiento, planillas de reservas, toma de reservas con el cliente en frente, vía correo electrónico o telefónico. Posterior resolución individual de ejercicios presentados a tal fin en el Material Didáctico.
- Exposición dialogada sobre los conceptos de Check in y Check out individuales y grupales. Posterior resolución de situaciones propuestas en el Material Didáctico, a modo de facilitar la comprensión de dichos conceptos.
- Demostración y explicación por parte del docente del uso y las herramientas para la administración y control de los consumos de los huéspedes dentro del Hotel. Posterior resolución individual de ejercicios provistos a tal fin en el Material Didáctico.
- Exposición dialogada sobre los conceptos de fondo fijo, administración de dinero en la Recepción. Manejo de dinero y rendición de cuentas a la Administración del Hotel: cierres de caja y cierres de día. Posterior resolución individual de ejercicios provistos a tal fin en el Material Didáctico.

Actividades de cierre:

- Simulación del procedimiento adecuado para el registro de reservas de servicios, Check in de un huésped, cobro de consumos, control de la cuenta y posterior Check out del Hotel. Simulación siguiendo los procedimientos del hotel.
- Role playing de una situación de trabajo basada en la venta de servicios de alojamiento en la que se deberá considerar la disponibilidad del hotel y aplicando los procedimientos de la dirección.
- Evaluación del desempeño realizado detectando fortalezas y debilidades.
- Simulación de un cierre de caja y de turno con formularios para reportar los ingresos y egresos diarios.



5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

- Reconoce cuales son los productos que posee un hotel para ofrecerlos como parte de un paquete de servicios.
- Distingue los pasos a seguir para la toma de una reserva en diferentes canales de recepción de reservas.
- Se organiza para realizar el Check in de un grupo de personas que han contratado varios servicios del hotel.
- Informa al huésped los servicios existentes y aplica reglas de cortesía en el proceso de atención al mismo.
- Registra los ingresos (Check in) y egresos (Check out) de los huéspedes utilizando registros manuales y/o informáticos.
- Escucha, comprende e interpreta las solicitudes del huésped.
- Realiza los procedimientos administrativos de registro y cobro de los consumos, corrobora que estén correctamente cargados. Registra los servicios prestados para su cobro.
- Controla y administra su caja y fondo fijo. Realiza el cierre administrativo y operativo de su jornada de trabajo.

MÓDULO 3:

Actitud de servicio y normas de cortesía para el tratamiento quejas y sugerencias de los huéspedes.

1. Introducción:

Es importante que se promueva en el alumno el desarrollo de capacidades vinculadas tanto a la atención con calidad, reconocimiento de problemas y manejo de quejas y sugerencias de los huéspedes.

Se espera que los asistentes adquieran paulatinamente la capacidad de captar las expectativas del huésped para poder anticiparse a sus requerimientos y así poder ofrecer y vender un mejor servicio.



2. Objetivos:

- Incorporar de manera permanente el uso de normas de cortesía.
- Escuchar y comprender los requerimientos del huésped en cuanto a los servicios que éste solicitare.
- Prestar y vender el servicio requerido por el huésped, en caso de que las pautas del Hotel así lo determinen.
- Atender al huésped durante su estadía considerando sus demandas específicas.
- Registrar sus quejas viabilizando posibles soluciones conforme a procedimientos del hotel.
- Registrar sugerencias del huésped en libro de sugerencias o quejas.

3. Contenidos:

Bloque I: Procedimientos de atención al huésped.

- Normas de cortesía utilizadas en hotelería: viejos conceptos, nuevas tendencias.
- Tratamiento de las necesidades del huésped. Orientación al huésped sobre servicios dentro y fuera del hotel.

Bloque II: Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes.

- Libro de quejas. Procedimiento para registro de quejas. Derivación al Jefe de Recepción.
- Procedimiento para el registro de sugerencias: durante y al final de la estadía.

4. Actividades:

Actividades de inicio:

- Repaso de las normas de cortesía y su aplicación.
- Exposición dialogada sobre la función del Libro de quejas y su utilización.



- Reconocimiento de Sugerencias de los huéspedes.

Actividades de desarrollo:

- Identificación de las principales Normas de cortesía, frases y actitudes de los Recepcionistas.
- Lectura guiada de texto provisto en el Material Didáctico acerca de un Reglamento interno de un hotel y posterior resolución de situaciones problemáticas vinculadas a su no cumplimiento
- La valoración del huésped como insumo para prepararse en la atención. Lectura y desarrollo del ejercicio en Material Didáctico
- Exposición dialogada acerca de los perfiles de los distintos clientes, apelando a experiencias vividas por los participantes y con al apoyo de ejercicios del Material Didáctico.
- Reconocer las oportunidades que tiene el Hotel a partir de las sugerencias de los huéspedes. Diseño de formulario para toma de sugerencias.

Actividades de cierre:

- Simulación de situación de la vida laboral en la que se produce el ofrecimiento por parte del Recepcionista de servicios complementarios considerando las expectativas del huésped, y prestando atención a las normas de cortesía establecidas por la entidad: caso servicio de Spa en el Hotel.
- Simulación de situación de la vida laboral en la que se produce una falta en el cumplimiento de un servicio del hotel que deriva en una fuerte queja de un huésped.
- Simulación de los modos de registrar sugerencias.

5. Criterios de evaluación:

El docente evaluará si el alumno:

- Escucha y comprende las solicitudes del huésped.
- Aplica las normas de cortesía en los procesos de atención al huésped.
- Informa al huésped de los servicios existentes en el hotel.



- Registra los comentarios, quejas y/o sugerencias del huésped, viabilizando una posible solución de acuerdo a los procedimientos establecidos en el área.
- Deriva al área correspondiente el servicio solicitado en caso de no estar incluido en su tarea.

5. Material Didáctico:

MÓDULO 1:

Mapa de formación:

Recepción: organización y gestión del área.

Unidad de competencia:

Organizar y gestionar la Recepción de un hotel. Ubicar el rol, tareas y responsabilidades de un recepcionista dentro de la operación general del hotel.

Elementos de Competencia:

Organización de las actividades de la recepción por turno.

Planificación del día de acuerdo con el material disponible.

Comunicación al resto de los departamentos operativos.

Registro de actividades que deben ser comunicadas: libro de novedades.

Bloque I: Funcionamiento interno de la recepción

- Hotel: Organigrama y funciones.
- El rol de Recepcionista
- Rutina de trabajo por turno
- Vocabulario y códigos para la operación.
- Sistemas de administración hotelero
- Asignación de habitaciones.
- Reservas

Bloque II: Planificación de actividades del día según recursos disponibles

- Procedimientos de información de anomalías y desperfectos: comunicación al Superior, al cada departamento operativo, otros.



- Procedimientos de información de novedades e imprevistos: libro de novedades.
- Problemas típicos de la organización de actividades: información desactualizada, relaciones intersectoriales, otros. Estrategias de resolución.

Objetivos:

- Reconocer la ubicación de la Recepción en el organigrama general del hotel y comprender todas sus funciones: atención al huésped, ventas y administración.
- Organizar las actividades por turno, considerando la disponibilidad de recursos materiales y humanos.
- Mantener actualizada la información referida a las operaciones del hotel para cumplir las distintas tareas con eficacia, de acuerdo al turno en que se va a desempeñar.
- Coordinar las funciones y actividades de la Recepción con los diferentes sectores del establecimiento, teniendo en cuenta la buena comunicación entre los mismos para brindar servicios de calidad.

Contenidos:

Bloque I: Funcionamiento interno de la recepción

- Hotel: su organización según los objetivos comerciales, y recursos humanos y materiales disponibles. Organigrama y funciones.
- El rol de Recepcionista: características generales y funcionales.
- Rutina de trabajo por turno: integración entre departamentos o sectores y los turnos de trabajo.
- Vocabulario y códigos para la operación.
- Sistemas de administración hotelero: diferentes tipos. Opción manual.
- Asignación de habitaciones. Verificación de estado de habitaciones: informe del Ama de Llaves.
- Reservas: toma, modificación y cancelación.



- Problemas típicos de los cambios de turno: fallas o errores en la comunicación.

Bloque II: Planificación de actividades del día según recursos disponibles

- Procedimientos de información de anomalías y desperfectos: comunicación al Superior, al cada departamento operativo, otros.
- Procedimientos de información de novedades e imprevistos: libro de novedades.
- Problemas típicos de la organización de actividades: información desactualizada, relaciones intersectoriales, otros. Estrategias de resolución.

Evaluación diagnóstica:

Contesten en forma individual y luego compartan con el resto del grupo:

1. ¿Por qué se inscribieron en este curso?
2. ¿Tienen alguna experiencia en el trabajo de RECEPCIONISTA? ¿Cuál? ¿Dónde?
3. ¿Qué esperan aprender a lo largo de la cursada?
4. Nombre distintos establecimientos en los cuales podrían desempeñar el rol de Recepcionista.
5. Expliquen la importancia del rol de Recepcionista dentro del establecimiento

Recepción: funciones y responsabilidades.

- a) Describir 5 características y/o atributos que debe poseer un Recepcionista.
- b) Compartir con 2 compañeros. Elaborar un listado en conjunto con los 3 más importantes. Justifiquen.
- c) Análisis en conjunto con todos los participantes del curso.

Organigrama general de un Hotel:

Observen el siguiente organigrama y realicen las actividades consignadas a continuación

- a) Identifique al Departamento Recepción.
- b) Elabore un cuadro con las posibles relaciones y/o vinculaciones que posee el Departamento Recepción con las siguientes Áreas Operativas:



Planificación del Turno:

¿Qué aspectos deben ser tenidos en cuenta por el Recepcionista cuando toma su turno en la Recepción? Justifique por áreas de vinculación:

Tareas por Turno

- a) Realizar una lista de las actividades que realiza un recepcionista del turno mañana:
- b) En grupos de 3 alumnos, diagramar una lista de chequeo que un recepcionista podría utilizar para hacerse cargo del turno tarde.
- c) El turno noche realiza un cierre de la jornada en términos administrativos. En grupos de 3 alumnos describir qué áreas deberían ser cerradas, cuales son los informes que debe presentar por áreas.

Vocabulario y códigos:

En grupos de 3 alumnos, realizar una lista de los principales códigos o frases que se utilizan en el ámbito de la hotelería considerando las diferentes áreas:

Sistema de administración Hotelero:

Existen en el mercado una gran variedad de sistemas con los que es posible administrar y gestionar la operación del Hotel.

En grupos de 3 alumnos responda:

1. ¿Ha utilizado algún sistema de administración hotelero? Nómbralos.

a) Ventajas:

b) Desventajas:

2. ¿Ha utilizado algún sistema de administración manual?

a) Ventajas:



b) Desventajas:

Asignación de habitaciones:

Nombre 5 criterios que deben ser considerados antes de asignar habitaciones:

- 1.
- 2.
- 3.
- 4.
- 5.

Reservas:

Llega un mail al hotel a las 19 hs con el pedido de modificación de la fecha de llegada de una familia que tenía fecha de ingreso al hotel para ese día. La reserva es de 2 habitaciones, por 3 noches, con cama adicional, media pensión y estacionamiento.

1. Responda de manera individual: ¿qué debe hacer el recepcionista del turno tarde?
 - a. Responder el mail
 - b. Llamar por teléfono
 - c. No responder a la solicitud
 - d. Dar de baja la reserva
 - e. Cobrar la noche de ambas habitaciones
 - f. Cobrar toda la estadía
2. En grupos de 3 compartir las respuestas.
3. Elaborar una conclusión conjunta de como actuaría el Recepcionista.

Manejo de situaciones con problemas:



Un huésped llama a Recepción consultando sobre la hora. Le informan que son las 8:50 am. El huésped enojado reclama que no se lo despertó a las 7:00 am como lo habría solicitado la noche anterior al recepcionista.

1. Responda:

- a. ¿Qué debe hacer el recepcionista?
- b. ¿Cómo y dónde debe chequear la falla?
- c. ¿Qué debe hacer con este tipo de problemas?

Bloque II: Planificación de actividades del día según recursos disponibles

Una mucama informa a recepción sobre una gran mancha de humedad en una de las paredes de la habitación. El recepcionista sabe que esa habitación puede ser utilizada esa noche.

- a. Describa como se vincula este inconveniente con cada área que a su criterio va a verse afectada, que motivo la afecta, cuánto tiempo tardará la solución y quien es el responsable de solucionar el inconveniente.
- b. Si la habitación estaba ocupada: ¿qué posibles inconvenientes y soluciones aplicaría?
 - El huésped no se quiere mudar:
 - No hay habitaciones libres disponibles para mudar al huésped:



Cambio de turno y libro de novedades:

a) Describa que tipo de información debe ser incluida en el traspaso de turnos: de turno mañana a turno tarde, de turno tarde a turno noche, de turno noche a turno mañana.

.
. .
. .
. .
. .

b) Reúnanse en pequeños grupos y elaboren la fundamentación de la siguiente frase:

“El Libro de Novedades debe ser completado con toda prolijidad, con tinta y es fundamental no olvidarse de consignar la fecha en que es utilizado. El modo de dirigirse a los destinatarios debe ser cordial, pero no informal”.

.
.

c) De los siguientes casos, marquen con una cruz aquellos que deberían ser comunicados a través del Libro de Novedades.

- El hotel tiene un convenio con los locales del centro para que utilicen los huéspedes.
- La empresa tiene la política de agasajar a los huéspedes que arriban con un trago de bienvenida.
- Ese día es el cumpleaños de dos pasajeros.
- La empresa de Energía Eléctrica ha avisado que a la tarde cortarán la luz por arreglos.



- Se han sacado de servicio dos habitaciones por problemas con humedad.

MÓDULO 2

Mapa de formación:

Administración y ventas en la Recepción

- **Unidad de competencia:**

Administrar y vender los productos que ofrece el hotel, registrando los cargos por consumo que realizan los huéspedes. Ofrecer los productos, venderlos y registrar las reservas de huéspedes en los sistemas.

- **Elementos de Competencia:**

Reconocer los productos que ofrece el hotel

Realizar una reserva de servicios considerando necesidades del huésped

Registrar el ingreso y egreso del huésped

Registrar los consumos de servicios.

Administrar un fondo fijo (dinero)

Realizar cierres administrativos y operativos

Bloque I: Ventas y Reservas

- Ventas: que se vende en un hotel. Características de los productos.
- Disponibilidad de habitaciones. Controles.
- Sistemas de reservas.
- Formularios y sistemas de registro de reservas. Ingreso de datos. Cotejo de datos.
- Sistemas internos de comunicación intersectorial del servicio reservado.
- Planillas.
- Comunicación telefónica: venta telefónica.
- Reglas de cortesía: su importancia.
- El huésped: quién es, qué necesita. Procedimientos de información y ofrecimiento de servicios al huésped.
- Derivación del huésped.



Bloque II: Recepción: registro de Check in, Check out y consumos de servicios.

- Procedimiento de recepción de huéspedes: Check in. Cotejo de reserva. Tarjeta de registro. Folio del huésped.
- Aplicación de las reglas de cortesía: secuencia de preguntas para confirmación de servicios al huésped.
- Procedimiento para el egreso de huéspedes: Check out. Chequeo de cuenta. Cobro de factura.
- Conformidad del cliente: cómo constatarla.

Bloque III: Administración

- Fondo fijo y dinero en Recepción: tipos y controles. Opciones de usos de dinero.
- Tarjetas de crédito y cuentas bancarias.
- Registro de consumos de los huéspedes: sistema de comandas por departamento. Control y archivo.
- Pre pago de servicios: opciones y registro.
- Cierre de cuenta: facturación,
- Cierre de caja: cierre por turno. Reporte administrativo.

2. OBJETIVOS

- Ventas y Reservas: reconocer la reserva como resultado de una venta previa. Realizar una reserva de servicios considerando necesidades del huésped, según procedimientos del establecimiento.
- Recepción: registrar el ingreso y egreso del huésped según normas del establecimiento.
- Administración: registrar los consumos de servicios, respetando los procedimientos establecidos por la gerencia.
- Registrar el servicio prestado al huésped.

Bloque I: Ventas y Reservas



Elaborar tres productos considerando las siguientes características del hotel:

Hotel Lugar X | 45 habitaciones: 20 matrimoniales, 15 twin, 5 pares se conectan entre matrimoniales y twin, 9 suites matrimoniales con baño con hidromasajes, 1 suite presidencial con 2 habitaciones, balcón privado, baño con hidromasaje, living. | Camas adicionales | Cunas | Restaurante con servicio de media pensión | Bar abierto de 7 a 23 hs | Salón de usos múltiples con capacidad para 30 personas en auditorio| Piscina externa con solárium | Juegos para niños en parque externo | Considerar mercado corporativo, de reuniones y familias.

Asignación de habitaciones:

Al momento de tomar una reserva es importante no olvidar las características de todas las habitaciones del hotel, y de acuerdo a ellas ofrecer al huésped la mejor opción al momento de alojarse.

Las habitaciones que se presentan a continuación del Hotel Lugar X, son la única oferta disponible en este momento:

- Dos habitaciones matrimoniales por una noche
- Tres habitaciones doble twin.
- Una habitación suite.
- Una habitación suite presidencial

Deberán tomar las decisiones adecuadas para resolver la asignación de habitaciones. Para cada caso que se detalla a continuación, deberán describir que habitación asignaría y también qué otros aspectos deben ser tenidos en cuenta:

- a) Sr López y Sr Coronel. Organizadores del Evento que se desarrolla en el Hotel.
- b) Familia González: matrimonio y dos hijos
- c) Sr Lorenzo y Sra. Pérez: recién casados
- d) Sra. Lupi, Sra. Romano y Sra. Caseros: participantes del evento



- e) Sr Jurado y esposa: invitados de los dueños
- f) Sr Cardozo Luis, Sr Cardozo Pedro y Sr Cardozo Carlos: participantes del evento
- g) Sr y Sra. Funes: pareja de ancianos, extranjeros, no hablan castellano, se alojan por 2 meses.

Reservas:

Realizar la descripción de una reserva en Hotel Lugar X para el Evento del Sr López considerando: Salón para 15 personas, Gastronomía para evento, Alojamientos para 8 personas, Servicios para los invitados, fechas, formas de pago.

Reserva vía telefónica:

El Hotel se encuentra completo. Un huésped llama solicitando alojamiento para su familia y no conoce otro hotel en la zona. Describa la secuencia de recomendaciones que debe hacer el recepcionista para derivar al huésped.

Bloque II: Recepción: registro de Check in, Check out y consumos de servicios.

Llega al hotel el grupo del Sr López para el evento que se lleva a cabo al día siguiente.

El ROOMING es el siguiente:

- Sr López, Gustavo, in 12/12 out 15/12.
- Sr. Coronel, Luis, in 12/12 out 15/12.
- Sra. Lupi, Graciela, in 12/12 out 14/12.
- Sra. Romano, Lucia, in 12/12 out 14/12.
- Sra. Caseros, Magdalena, in 12/12 out 14/12.
- Sr. Cardozo, Luis, in 12/12 out 14/12.
- Sr Cardozo, Pedro, in 12/12 out 16/12.
- Sr Cardozo, Carlos, in 12/12 out 16/12.



Check In y asignación de habitaciones:

De acuerdo a la reserva que efectuaron, describir el proceso de Check in del grupo, la distribución y asignación de habitaciones.

Consumos de huéspedes:

Las Sras. Lupi, Romano y Caseros realizaron consumos en el Lobby Bar del Hotel.

- a) Elabore un modelo de comprobante para constatar el servicio que han consumido y las características formales que debe tener un comprobante de uso interno.
- b) El mozo encargado del evento se dirige a Recepción con la siguiente orden de servicio realizado:
 - Salón: media jornada: \$1500
 - Equipo técnico: cañón, pantalla y rota folio: \$ 300
 - Gastronomía: coffee break completo para 15 personas: \$ 30 por persona, almuerzo ejecutivo 15 personas \$ 45 por persona, coffee media tarde para 15 personas: \$25 por persona.
 - Propina: \$100

El recepcionista se encuentra con este documento y deberá: responde sí o no y porque:

- a) Chequear previamente con ventas, la reserva o el instructivo del evento
- b) Cargar todo el evento en un solo importe
- c) Dejar la orden de servicio en el archivo del Sr López
- d) Registrar en el Libro de Novedades



Registro de consumos de huéspedes:

El recepcionista del turno noche tiene como tarea específica administrativa la de chequear las órdenes de servicio y los cargos realizados en las cuentas de los huéspedes. La noche anterior a retirarse el grupo del Sr López chequea la cuenta general y encuentra el siguiente detalle:

Responda las siguientes preguntas:

- a) ¿Es correcta esta cuenta?
- b) ¿Cómo puede saber si estos cargos corresponden al Sr López?
- c) ¿Cuáles son los cargos extras de huéspedes?
- d) ¿Cómo puede controlar el recepcionista si este estado de cuenta es correcto?
- e) ¿Qué necesita el recepcionista para realizar la factura de esta cuenta?

Bloque III: Administración

Fondo Fijo:

La administración de dinero en recepción es una de las funciones que demanda mayor atención y responsabilidad.

Responda de forma individual: ¿qué es un fondo fijo y para que se utiliza?

Tarjetas de Crédito y Cuentas Bancarias:

Por política de ventas el Hotel Lugar X exige una señal para realizar reservas de alojamiento. Junto a otro alumno elaboren un esquema de procedimiento para el cobro de señas a través de depósitos bancarios y tarjetas de crédito.

- a) Procedimiento para cobro de señal por depósito y/o transferencia a cuenta bancaria:



b) Procedimiento para cobro de seña con tarjeta de crédito:

Cierre de Caja: informe a Administración.

Al finalizar el turno, cada recepcionista debe presentar un cierre administrativo y operativo: describir que debe cerrar, registrar, informar y reportar.

Módulo 3:

Mapa de formación:

Actitud de servicio: atención al huésped, asesoramiento y tratamiento quejas de sugerencias.

Unidad de competencia:

Atender al huésped considerando sus necesidades, reconociendo criterios vinculados a superar sus expectativas utilizando siempre normas de cortesía.

Elementos de Competencia:

Aplicación de normas de cortesía como hábito.

Bloque I: Procedimientos de atención al huésped. Normas de cortesía.

Bloque II: Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes.

Objetivos:

- Incorporar de manera permanente el uso de normas de cortesía.
- Escuchar y comprender los requerimientos del huésped en cuanto a los servicios que éste solicitare.
- Prestar y vender el servicio requerido por el huésped, en caso de que las pautas del Hotel así lo determinen.
- Atender al huésped e invitados durante su estadía considerando sus demandas específicas.
- Registrar sus quejas viabilizando posibles soluciones conforme a procedimientos del hotel.



- Registrar sugerencias del huésped en libro de sugerencias o quejas.

Contenidos:

Bloque I: Procedimientos de atención al huésped.

- Normas de cortesía utilizadas en hotelería: viejos conceptos, nuevas tendencias.
- Tratamiento de las necesidades del huésped. Orientación al huésped sobre servicios dentro y fuera del hotel.
- Bloque II: Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes.
- Libro de quejas. Procedimiento para registro de quejas. Derivación al Jefe de Recepción.
- Procedimiento para el registro de sugerencias: durante y al final de la estadía.

Bloque I: Procedimientos de atención al huésped.

Normas de Cortesía:

En grupos de 3 personas, realice una definición de Normas de Cortesía.

Ejemplifique con pequeñas frases:

- a)
- b)
- c)

Ejemplifique con actitudes:

- a)
- b)
- c)

Todo Recepcionista debe conocer los productos y servicios que posee el Hotel y los alcances que tienen en vinculación a los huéspedes. Pero también debe conocer a los principales competidores. Reflexionen sobre el rol de Recepcionista: ¿de qué modo puede ser útil esta información?



En el Hotel existe un reglamento interno sobre el uso de la piscina. Describa como debe desempeñarse un Recepcionista en los casos planteados:

- a) Un niño de 8 años se presenta solo al gimnasio para utilizar la bicicleta.
- b) Una mujer quiere caminar descalza en la cinta para correr.
- c) Un huésped se presenta con un instructor de gimnasia externo al hotel y no está registrado.

Valoración del huésped:

Del siguiente listado, clasifiquen con la escala propuesta cuales son los conceptos más valorados por los huéspedes a la horade alojarse en un hotel. Piensen por un momento en ustedes mismos, ocupando el rol de huésped, paraverificar si están o no de acuerdo con los mismos.

Utilicen la siguiente escala:

Importante (I) Da igual (=) No importante (N)

- Precio razonable.
- Adecuada relación de calidad por lo que paga.
- Atención amable y personalizada.
- Salones para eventos con gastronomía regional.
- Buen servicio habitación.
- Personal bilingüe.
- Horario cómodo para ir al salón comedor.
- Servicio de estacionamiento (valet parking)
- Cierta proximidad geográfica a los atractivos turísticos.
- Sala de entretenimiento para niños

Bloque II: Manejo de quejas y Sugerencias de los huéspedes.

Libro de quejas:

Analicen y contesten las siguientes preguntas:



a) ¿Cómo debe proceder el personal de Recepción ante el pedido del Libro de Quejas por parte de un cliente?

b) ¿Cuándo consideran que es necesario derivar un reclamo al Jefe de Recepción?

Perfiles de huésped:

A continuación se presentan características de distintos tipos de clientes y sugerencias sobre cómo tratar con ellos. Léanlas con atención.

Describa con un ejemplo como identificar al cliente:

- a) Dubitativo:
- b) Deliberado:
- c) El Tipo Duro:

Sugerencias:

- a) Propongan distintos medios de recabar las sugerencias de los clientes.
- b) En grupos de 3 alumnos, diagramar un formulario de Sugerencias que el huésped pueda completar en su habitación durante su estadía.



GLOSARIO HOTELERO

ADR (AVERAGE DAILY RATE O TARIFA DIARIA PROMEDIO): Una medida de la tasa promedio pagada por habitaciones vendidas, que se calcula dividiendo los ingresos por habitación por habitaciones vendidas. (ADR = ingresos por habitación / habitaciones vendidas).

ALL INCLUSIVE (TODO INCLUIDO): Forma de facturación hotelera en la que el establecimiento proporciona, dentro del precio acordado y con carácter adicional al alojamiento y la pensión completa, una serie de servicios y consumiciones, en la mayoría de los casos con una gran amplitud en su utilización y consumo.

ALL SUITE: Como su nombre lo indica, hotel que está conformado totalmente por suites.

ALLOTMENT: Cantidad de habitaciones reservadas por un propósito específico o mayorista. Se hace referencia a la cantidad de cupo que tiene una agencia en un hotel.

AMENITIES O AMENIDADES: son los artículos de acogida para que el cliente utilice durante su estancia, como los productos para el aseo diario, zapatillas, bata, etc.

AMERICAN BREAKFAST: Desayuno que normalmente incluye lo mismo que el continental, más beicon, huevos (fritos, o revueltos), salchichas, cereales, postres lácteos y zumos de frutas.

AMERICAN PLAN: Pensión completa, Full Board.

AP: American Plan.

APARTHOTEL: Acrónimo de Apartamento y hotel. Es una modalidad de hotel que se caracteriza por disponer de las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de cada unidad del alojamiento.

ASCENSOR DE SERVICIO: Ascensor en el área de servicio del hotel, normalmente conecta el área de servicio con los pasillos de las habitaciones y es utilizado por bell boys, cocina, camareras y técnicos, usualmente no visible.

AUDITOR NOCTURNO: Empleado de la recepción durante la noche que realiza el cierre del día y analiza las cuentas hotel.

ASCENSO (UPGRADE): Aumento de la categoría de hospedaje sin cargo extra, a una categoría mejor de la reservada.



B&B: Bed and Breakfast. Tipo de facturación hotelera que incluye sólo el alojamiento y el desayuno.

BACK OF THE HOUSE: Áreas de servicio en un hotel, usualmente no vistas por los clientes.

BACK TO BACK: Tipo de cupo en el que unos clientes salen el mismo día que otros entran, cubriendo así periodos de tiempo consecutivos. Típico de hoteles vacacionales.

BALNEARIO: Instalación que dispone de aguas mineromedicinales declaradas de utilidad pública, servicio médico e instalaciones adecuadas para llevar a cabo los tratamientos que se prescriban.

BAR: Parte de un bar o cafetería donde se sirven las bebidas. Mostrador que suelen tener los bares y cafeterías a lo largo del mismo.

BARRA LIBRE: Servicio complementario de un acto social, ofrecido por el hostelero, y consistente en permitir el consumo ilimitado y gratuito de bebidas durante un tiempo pactado y a un precio cerrado de antemano.

BIENVENIDO: Tarjeta de registro que llenan los huéspedes al hacer Check in. Contiene frases de bienvenida junto a las normas de régimen interior del hotel y los datos referidos a la estancia del huésped.

BLANCO: Término generalizado que se da en hotelería a toda la ropa del hotel: ropa de cama, toallas, mantelería, etc.

BLOQUEO HABITACIONES: Número de habitaciones asignadas a un grupo en el hotel

BLOQUEO O PICK UP: bloquear una habitación significa que recepción no puede disponer de ella para su venta. Las causas más habituales pueden ser por algún desperfecto, obras, malos olores, ruidos etc.

BOTONES (BELL BOY): o portero, miembro uniformado responsable de llevar maletas huésped

BRUNCH: Comida realizada por la mañana entre el desayuno y el almuerzo

BUFFET: Tipo de servicio de restauración que presenta los alimentos en bandejas y cestas sobre varios tableros, dispuestos en gradas. Existebuffetfrío, caliente o mixto.

CAJERO: Empleado responsable de recibir pagos de clientes.



CALANDRIA: Máquina que sirve para prensar y satinar telas gracias a dos cilindros calentados generalmente al vapor.

CAMA EXTRA: Cama portátil que se coloca en una habitación cuando la ocupación de la misma es mayor del número de camas de las que normalmente dispone.

CAMARERA: o mucama. Persona encargada de la limpieza y puesta a punto de las habitaciones para un nuevo uso o alquiler.

CAMBIO DE HABITACIÓN: Transferir a un huésped a una habitación diferente. El cambio debe de ser con el huésped presente.

CANCELACIÓN: Anulación de una reserva confirmada.

CASA LLENA: Full House, hotel al 100% capacidad ocupada.

CHAMBREAR: Adaptación de la palabra francesa Chambrier y significa: "dejar los vinos a temperatura ambiente".

CHECK IN: Proceso de inscripción en un hotel o medio de transporte. Se realiza en recepción a la llegada del cliente donde se registran sus datos personales, se le asigna un número de habitación y se hace entrega de la llave.

CHECK OUT: Proceso de salida de un establecimiento hotelero con la correspondiente liquidación de la cuenta de gastos.

CIERRE: Consolidación de un alquiler, reserva o final de turno o de día.

CLASE: Categoría determinada por la calidad y servicio (turista, ejecutiva, standard, superior).

CLASIFICACIÓN DE HOTELES: Categorías de hoteles según su tipo y sus estrellas.

COMANDA: Petición que el camarero hace a la cocina de un plato o varios conjuntamente.

COMISIONABLE: Reserva hecha por un agente de viajes y se paga comisión varía del 8 al 20%.

COMPLIMENTARY: Complementario, servicio que se presta gratuitamente.

COMPROBANTE: Documento legal que da derecho al portar a un servicio de alojamiento, comprobante de pago anticipado con detalles de entrada salida, no de hab., no de pax, etc.

CONCIERGE: Persona responsable de informar al huésped de servicios externos así como atención personalizada a cliente VIP en sus peticiones.



CONFIRMAR: Asegurar una reserva a la cual se va a respetar con un número específico de confirmación.

CONGRESO: Término usado frecuentemente en lugar de convención. Es el término europeo, mientras que "convención" es americano.

CONNECTING ROOMS: Habitaciones conectadas por medio de una puerta entre ellas. No confundir con Adjoining Rooms

CONTINENTAL BREAKFAST: Desayuno que normalmente incluye infusión o cacao, leche, bollería o tostadas, mantequilla y mermelada. Es más ligero que el desayuno americano.

COVER CHARGE: Cargo que se suma a las facturas de alimentos y bebidas, especialmente en Room Service, por concepto de subir el pedido a la habitación. No confundir con Service Charge.

CRM: Software utilizado para administrar la relación de clientes, base de datos de clientes.

CRUCERO: Viaje todo comprendido realizado por vía acuática en el que el barco se convierte en un hotel flotante. Se aplica también el nombre al buque que realiza este servicio.

CUENTA: Cargo o pago registrado a nombre de un cliente, se dice cuenta maestra cuando es enfocada a un grupo.

CUENTA CASA: Expresión que se aplica a los servicios cuyo coste asume la empresa que explota un hotel o restaurante. Se diferencia de las gratuidades en que no están fijadas por contrato, sino que son discrecionales u ocasionales. Se utiliza tanto en alojamiento (esporádico o permanente) con su respectivo régimen alimenticio en su caso, como a consumiciones en bares y restaurantes.

CUENTA CORRIENTE: expresión que se aplica al otorgamiento de crédito por un monto y fecha determinado a una empresa o cliente. No se cobran los cargos del huésped cuando se retira del hotel. Se envía la factura a la empresa que posee cuenta corriente según la fecha acordada (15, 20 o 30 días).

CUENTA POR COBRAR: Cuenta en que los cargos son a crédito, cantidad que adeuda el cliente al hotel.



CUPO: Conjunto de plazas reservadas sin nombre de clientes, pero que precisan confirmación. Pueden ser FIT, back to back, etc.

CXL: Abreviatura que indica en una hoja de reserva que su contenido ha sido anulado.

DAY USE: Uso de una habitación o similar durante un período corto de tiempo, sin pernoctación.

DE LUJO: Deluxe, máximo nivel de elegancia.

DÉBITO: Cantidad que incrementa el saldo de la cuenta, contrario de crédito.

DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO: Departamento de contabilidad, procesos de información y elaboración de informes, auditoría de ingresos, cuentas por cobrar y pagar, auditoría de calidad, compras.

DEPÓSITO: pago parcial para reserva de habitación o asignación para cargos extras.

DESBARASAR: Del francés débarasser. Acción de retirar el camarero los servicios de la mesa.

DESPERTADOR: llamada telefónica con modalidad de servicio de café y periódico.

DESTINO: Lugar al que los viajeros eligen para visitar y pasar el tiempo, sin importar cuáles sean las motivaciones, necesidades o expectativas.

DISPONIBILIDAD: Número de habitaciones disponible para venta en día específico.

DIVISIÓN DE HABITACIONES: Departamento responsable de las actividades de la recepción y administración de las habitaciones.

DOBLE: Habitación ocupada por dos adultos, cama para dos personas.

DOBLE DOBLE: Twinbeds, habitación con dos camas separadas, individuales o de matrimonio. Cupo máximo de 4 personas.

DOBLE USO INDIVIDUAL (DUI): Facturación de una habitación doble cuando es ocupada por un solo cliente.

EARLY DEPARTURE: Salida imprevista, de uno o más días de lo previsto.

EARLY DEPARTURE FEE: Cargo al cliente por salida imprevista.

EGRESOS DE CAJA: Cantidad erogada para gastos de operación del hotel.

EN SUITE: Término que se aplica a las instalaciones que están dentro de la habitación, especialmente, al cuarto de baño.



ESTADO DE HABITACIÓN (Room Status): Estado de una habitación en la condición actual o del momento, puede ser vacía limpia, vacía sucia, ocupada limpia, ocupada sucia o fuera de servicio.

ESTANCIA: o estadía. Período durante el cual el huésped ocupa una habitación.

ESTANCIA PROLONGADA: Estancia o estadía larga, la cual varía de entre 7 días, 15 días o hasta meses con una tarifa especial.

ESTUDIO: Habitación en que el sofá se convierte en cama.

F&B: Siglas de Food and Beverages, nombre en inglés del departamento de alimentos y bebidas de un establecimiento hotelero.

FAM TRIP o FAM TOUR: Viaje turístico que las empresas ofrecen a sus empleados o distribuidores para que éstos conozcan personalmente el producto que venden o van a vender.

FAM PRESS: viaje de grupo de periodistas para que conozcan el hotel y sus servicios. Luego realizan publicaciones que son herramientas de marketing y posterior venta.

FECHA LIMITE: tiempo límite donde se debe de pagar una reservación individual o grupal.

FEE: En agencias, cargo por emisión de billetes de transporte.

F.I.T. (Foreign Independent Traveler): tour extranjero independiente, tour sin guía y pagado que incluye hospedaje y tarifa. Se negocian en venta libre para un cierto número de reservas y determinadas épocas del año, y a partir de entonces, a petición.

FLIP CHART: Atril en que se colocan hojas grandes de papel para escribir o dibujar durante una clase, charla o conferencia. Rotafolios.

FOLIO: Registro de un cliente

FRANELA: Tela hilada suave de peso medio, simple o asargada, usualmente hecha con un algodón con una terminación afelpada en uno o ambos lados.

FRANQUICIA: Licencia para operar un hotel utilizando una marca registrada la cual ofrece capacitación, estándares de operaciones y apoyo de mercadeo ejemplo hoteles best western.



FRONT OF THE HOUSE: Áreas de servicio en un hotel a la vista de clientes o público en general.

FUERA DE SERVICIO: Habitación no disponible por mantenimiento, reparación, etc., y que no se encuentra incluida en el inventario de habitaciones a la venta del hotel.

FULL BOARD: Pensión completa.

FULL CREDIT: Modalidad de estancia en alojamientos que supone el crédito indefinido para el huésped o huéspedes, a cargo, bien de una agencia de viajes, bien de una empresa.
GARANTÍA: Método para asegurar una reserva, puede ser pago en efectivo, cargo a tarjeta, etc.

GDS: Siglas de Global Distribution System. Sistema informático de reservas que no se limita a compañías aéreas, sino que cubre cualquier reserva en otro tipo de industria turística. Surgieron a partir de los CRS.

GOP: Gross Operation Profit, Beneficio Operacional Bruto.

GRAN TURISMO: Clasificación que se le asigna a los hoteles de lujo que sobrepasan la clasificación de 5 estrellas.

GRATUIDAD: Concesión de alojamiento (a veces, otros servicios) gratuitamente como parte de un acuerdo comercial. Se suele aplicar a parte de un grupo.

GRUPO: Habitaciones que se venden simultáneamente en bloques de un mínimo de diez habitaciones o más (por ejemplo, visitas de grupos, grupos nacionales e internacionales, asociaciones, convenciones y grupos corporativos).

GUERIDÓN: Mesa destinada al uso de los camareros para emplatar, colocar cubiertos u otros fines.

HABITACIÓN: Alojamiento que ofrece el hotel.

HABITACIÓN COMUNICADA: Connecting rooms, habitaciones que se comunican a través de una puerta.

HABITACIÓN DE CLIENTE O STAYOVER: Habitación en la que el cliente se queda y por lo tanto, no lleva asociado los cambios de la habitación de salida.

HABITACIÓN DE SALIDA O DUE OUT: Habitación que el cliente deja definitivamente y que implica una limpieza más a fondo con cambio de ropa de cama y baño y reposición completa de amenities



HABITACIONES DISPONIBLES (OFERTA DE HABITACIONES): El número de habitaciones en un hotel o un conjunto de hoteles, multiplicado por el número de días en un período de tiempo especificado. Ejemplo: 100 habitaciones disponibles en el hotel sujeto x 31 días del mes de suministro = habitación de 3.100 para el mes.

HALF BOARD: Media pensión.

HISTORIAL: Registro de visitas anteriores del cliente con el fin de dar un servicio personalizado.

HOJA DE REGISTRO: Una hoja de planilla o formulario en la que los huéspedes que lleguen registran sus nombres, direcciones y otros detalles, incluida la nacionalidad, el propósito de la visita (por lo general de negocios o de placer), forma de pago y la duración de la estancia. Un espacio también está disponible por tarifa firma y número de habitación. Preguntas adicionales pueden ser incluidas como una parte de la plataforma del hotel de investigación de mercado. También se le llama Bienvenido.

HOSPITALIDAD: Calidad de acoger y agasajar con amabilidad y generosidad a personas. Industria constituida por establecimiento de alojamiento y restaurantes, recibimiento cordial que se procura a huéspedes o extraños.

HOSPITALITY DESK: Escritorio o mostrador temporal que el hotel cede a los organizadores de un grupo o convención para su uso. Puede usarse para check in de grupos, reparto de credenciales, de información, etc.

HOSPITALITY ROOM: cuarto de hospitalidad, habitación especial para que el cliente haga uso de ella una vez desocupado su habitación, esta habitación cuenta con baños, regaderas, sala de estar , TVy lugar para poner maletas.

HOT SPOT: Zona de cobertura Wi-Fi, en la que uno o varios puntos de acceso proporcionan servicios de red. Los hotspots se encuentran en lugares públicos (aeropuertos, estaciones de tren, centros de convenciones, cafeterías, hoteles, etc.) o al aire libre, como sucede en algunas ciudades. Este servicio puede ofrecerse de manera gratuita o no, según determine el proveedor, y habitualmente se usa para acceder a Internet.

HOTEL: Establecimiento de hospedaje, con servicios complementarios de alimentación, bebidas, salón de eventos, spas, club de playa y en algunos casos casino o malls.



HOTEL DE SERVICIO LIMITADO: Hoteles que disponen de servicio limitado de sólo operaciones de habitaciones, (es decir, sin servicio de alimentos y bebidas) o tienen un dormitorio y cuarto de baño por la noche, pero muy pocos otros servicios y comodidades.

HUÉSPED: Persona que se hospeda en un hotel cubriendo la tarifa asignada.

HUÉSPED EXTRA: Persona adicional que se hospeda en una unidad doble, haciéndola triple. Por lo general se cobra un suplemento por esta tercera persona.**I.A.T.A (International Air Transport Association):** Asociación internacional de transporte aéreo, cuerpo regulador de aerolíneas internacionales, así como sistema de venta bajo capacitación o certificación IATA para venta de aéreos con hospedaje (GDS).

INBOUND: (Receptivo) Indica flujos turísticos receptivos.

INGRESOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS (F & B): Los ingresos derivados de la venta de alimentos (incluyendo café, leche, té y refrescos), bebidas (incluyendo cerveza, vino y licores), bebidas para banquetes y otras fuentes de F & B. Otras fuentes de F & B incluyen alquiler de salas de reuniones, audiovisuales alquiler de equipos, cargas de cubierta o de servicio y otros ingresos en el departamento de alimentos y bebidas (incluye servicios para banquetes cargos).

INPLANT: Agencia de viajes situada físicamente en las instalaciones de otra empresa, a la cual presta sus servicios.

INVENTARIO: Número total de habitaciones para uso del huésped.

JET LAG: Desequilibrio producido entre el reloj interno de una persona (que marca los periodos de sueño y vigilia) y el nuevo horario que se establece al viajar en avión largas distancias.

JUNIOR SUITE: Denominación habitual de las habitaciones dobles con salón.

KING SIZE: Cama de tamaño aproximado de 1,95m de ancho por 2m de largo.

LATE CHECK OUT: Cuando el cliente ha solicitado y se le permite salir más tarde de lo normal del hotel. Por lo general conlleva a un cargo adicional por este concepto.

LAVANDERÍA: Unidad de servicio de un hotel cuya misión es controlar, limpiar, planchar y cuidar de toda la ropa del establecimiento, además de atender el servicio de ropa de clientes. Dependiendo del organigrama establecido, puede ser



considerada como su departamento de Pisos o como departamento a las órdenes del Director de Alojamiento o del Director General.

LENCERÍA: En los establecimientos de restauración y hospedaje que no disponen de un departamento específico para labores de lavandería, se suele denominar lencería al lugar donde se guarda la ropa blanca.

LÍMITE DE CRÉDITO (Credit Limit): Máxima cantidad de cargos autorizados de crédito del huésped. **LITO:** Paño de tela generalmente de color blanco que los camareros llevan en el brazo para evitar quemaduras, repasar la cubertería etc.

LLAMADA DESPERTADOR: Wake up call.

LLAVE MAESTRA: Llave que puede abrir cualquier habitación del hotel, uso general de Gerente de División de Habitaciones, Ama de Llaves, Seguridad y Gerencia.

LLEGADAS: Número de habitaciones que tienen la misma fecha de ingreso del huésped al hotel.

LLEGADA ANTICIPADA (Early Check In): Entrada que llega antes de la hora prevista. El hotel se reserva el derecho de dar sin cargo la entrada del huésped en su habitación pagando una penalización (Early Check In Fee) o hacerle esperar a la hora correspondiente de entrada (o hasta que la habitación que ha reservado esté lista, en casos de Full House el día anterior).

MAITRE: Persona con un alto grado de conocimiento gastronómico el cual está a cargo de restaurantes de especialidades.

MEDIA PENSIÓN: Tipo de facturación hotelera que comprende el alojamiento, el desayuno y una comida.

MERCADO: Personas que viajan con un determinado fin, leisure, convención, tour, ect.

MINIBAR: Pequeño refrigerio, privado y con bebidas, que a menudo se encuentra en las habitaciones de los hoteles de todo el mundo.

M.O.D: Manager On Duty. Gerente que está de guardia en un turno determinado.

MOTEL: Tipo de alojamiento turístico caracterizado por estar próximo a carreteras y ofrecer alojamiento y garaje o aparcamiento independiente para estancias de corta duración.

MULETÓN: Tela de algodón o lana afelpada, de mucho abrigo



NO MOLESTAR: Cartel que se encuentra presente en la habitación que indica que el huésped no desea ser molestado si se coloca colgado en la puerta de la habitación. Mientras éste permanezca, no se debe abrir para limpieza, ni deliverys, ni tocar la puerta ni llamadas.

NO SHOW: Cliente que no se presenta a la prestación de un servicio previamente contratado, lo que generalmente implica la pérdida del mismo. Se hace un cargo por penalización, el hotel dejó de vender por apartar el lugar al cliente, el estándar es una noche de penalización sin reembolso. También puede aplicarse a aquellos que no utilizan el servicio por no estar en posesión de los documentos requeridos.

NTBK: Not To Be Known: huésped alojado que no quiere ser reconocido, no se le pasan llamadas y no se informa sobre su estadía en el hotel.

OCUPACIÓN: Porcentaje de habitaciones disponibles que fueron vendidas durante un período específico de tiempo. La ocupación se calcula dividiendo el número de habitaciones vendidas por habitaciones disponibles.

OFFICE: En un hotel es un pequeño almacén en el que la camarera tendrá almacenados los stocks de lencería, dotaciones, maquinaria, utensilios y productos de limpieza necesarios para la realización de sus tareas. Por lo general se encuentra cerca de las habitaciones para uso interno de las camareras de pisos. En los restaurantes y hoteles, lugar situado entre la cocina y el comedor destinado al lavado de la cristalería, vajilla, cubertería y demás menaje que se emplea en el comedor.

ON REQUEST: Reserva solicitada, pero pendiente de confirmación.

OPL (ON PROPERTY LAUNDRY): Hotel que dispone de lavandería dentro de sus instalaciones, para la limpieza y stock de sus blancos (No existe ninguna lavandería externa, todo se limpia en casa).

OTA: Sigla de The OpenTravel Alliance. Organización sin ánimo de lucro y autofinanciada que incluye grandes líneas aéreas, hoteleros, compañías de alquiler de coches, proveedores de ocio, agencias de viajes, GDS, proveedores de tecnología y otros que trabajan para crear y poner en servicio especificaciones de e-business abiertas y para toda la industria del turismo. Estas especificaciones forman un lenguaje común de negocios electrónicos que pretende animar el desarrollo de



sistemas para crear nuevos servicios que atiendan mejor las demandas y expectativas de los viajeros y la industria de los viajes.

OTROS INGRESOS (OTHER REVENUE): Incluye todos los demás ingresos excluyendo los ingresos por habitación e ingresos de Alimentos y Bebidas. Otros ingresos = ingresos totales - (ingresos por habitación + F & B).

OUT OF SERVICE (OOS): Habitaciones fuera de servicio o bloqueadas temporalmente por razones de arreglos menores, preparación de VIPs, baja ocupación, etc. No se deducen del inventario del hotel.

OUT OF ORDER (OOO): Habitación que no se puede vender y se deduce del inventario del hotel. Una habitación puede estar OOO por una variedad de razones, incluyendo la necesidad de mantenimiento (pintura, goteras, etc), restauración y limpieza (tratamiento químico de olores, desinfección de ácaros, etc).

OUTBOUND: Se refiere a corrientes turísticas emisoras.

OVERBOOKING: Situación en la que han sido tomadas por un hotel más reservas de habitaciones de lo que el hotel es capaz de acomodar. Los hoteles usan el overbooking como una política cada vez más en la mira de los mayoristas y operadores turísticos, en un intento de controlar mejor y reducir al mínimo los efectos adversos graves de comercialización que tiene para todos los interesados.

PAQUETE: Nombre dado a un conjunto de componentes en un sistema de precios en uno. Por lo general, el precio del paquete básico se incluyen: transporte de regreso, transporte terrestre, manejo de equipaje, el alojamiento, una o más comidas al día y los impuestos aplicables.

PAX: Abreviatura de pasajero. También se utiliza para contabilizar clientes y huéspedes.

PENSIÓN COMPLETA: Tipo de facturación hotelera que incluye el alojamiento y las tres comidas.

PERCAL: un tejido denso. Tejido simple, tela hilada hecha de algodón cardado y peinado. Las sábanas de percal son las más finas. La alta cuenta de hilos da a la tela una sensación de seda.



PESEBRE: Zona de la lavandería donde se clasifica la ropa, tiene este nombre por su parecido con el pesebre en el que comen los animales de granja. Está forrado de azulejos para que su limpieza sea más fácil.

PLANTA HOTELERA: Conjunto de construcciones para uso hotelero con que cuenta un territorio determinado (ciudad, región, país,...), una empresa hotelera o un grupo de éstas.

PROTOCOLO: Conjunto de reglas o normas a seguir en determinados contextos.

QUEEN SIZE: Cama de tamaño aproximado de 1,50m de ancho por 2m de largo

RACK DE HABITACIONES: Panel o casillero en el que están representadas todas las habitaciones del hotel y que sirve para controlar permanentemente el estado de las mismas (libre, ocupada, bloqueada, etc.). En muchos hoteles funciona como un archivador de documentación de cada reserva.

RACK RATE: Máxima tarifa publicada a la cual se puede vender una habitación sin descuento.

RATE: Tarifa.

RECEPCIÓN: Este departamento es la tarjeta de presentación del hotel. Tiene gran importancia de cara a la clientela, ya que es el primer departamento con el que el cliente tiene relación, bien sea de una forma personal a su llegada, bien a través de cualquier medio de comunicación.

RÉGIMEN: Modalidad de estancia en un establecimiento hotelero en lo que se refiere a alojamiento y comidas. Los regímenes pueden ser: Sólo alojamiento, alojamiento y desayuno, media pensión o pensión completa.

RELEASE DE CUPO: Fecha tope para anular las reservas en contratos de alojamiento o transporte.

REPASAR: Frotar cubiertos y vajilla con un paño para eliminar manchas de agua y sacar brillo.

RESILIENCIA: Capacidad de un material elástico para absorber y almacenar energía de deformación.

RESORT: Complejo residencial turístico autónomo.

REVPAR (Revenue per Available Room): Es el ingreso habitación total dividido por el número total de habitaciones disponibles. RevPAR difiere de ADR porque



RevPAR se ve afectada por la cantidad de habitaciones no ocupadas disponibles, mientras ADR muestra sólo la tasa media de habitaciones realmente vendidas.
Ocupación x ADR= RevPAR.

REVENUE TOTAL: Los ingresos de todas las operaciones del hotel, incluidas las habitaciones vendidas, F & B, estacionamiento, lavandería, teléfono, varios, etc.

ROOM REVENUE (Ingreso por habitaciones): ingresos totales generados por la venta o el alquiler de habitaciones.

ROOMING LIST: listado elaborado por recepción de las habitaciones asignadas a un grupo.

ROUND TRIP: Viaje de ida y vuelta.

SALA: Sección de un restaurante encargado de la acogida, recepción y servicio de los clientes, así como de gestionar las reservas.

SALIDA O CHECK OUT: Cuando el huésped finaliza su estancia en el hotel y paga la cuenta, entrega la habitación y las llaves

SALIDA IMPREVISTA O ANTICIPADA: Cliente que decide marcharse en el momento, teniendo prevista su salida en una fecha posterior. Puede tener una penalización dependiendo de los detalles de la reserva, por lo general muchos hoteles aplican un Early Departure Fee

SALIDA TARDÍA O LATE CHECK OUT: en los hoteles la hora de salida por lo general es a las 12:00pm. Sin embargo, uno de los servicios que está muy de moda últimamente es ampliar el horario de salida hasta las 15:00 o 16:00 horas (depende de la política del hotel) a cambio de una compensación económica.

SATIN: Tejido que tiene más superficie de hebra en el anverso de la tela que otros tejidos básicos, y ofrece una superficie suave y lustrosa.

SERVICE CHARGE: Porcentaje que se suma al importe de las facturas emitidas por conceptos de comida y bebida. No confundir con Cover Charge.

SHOW ROOMS: Habitaciones para enseñar a los clientes, agentes de viajes, etc.

SOLO ALOJAMIENTO: Tipo de facturación hotelera que no incluye ninguna de las comidas en el precio.



SPA: Establecimiento que dispone de un espacio de bienestar donde se aplican tratamientos que se realizan con agua proveniente de la red general de abastecimiento.

SUITE: Tipo de habitación más lujosa que la estándar. Las Suites ofrecen más espacio y muebles que una típica habitación de hotel; a diferencia del tamaño de las camas en una habitación normal, una suite típicamente tendrá una sala, usualmente con un sofacama, comedor, oficina y algunas veces una cocina.

TARIFA COMERCIAL: Tarifa convenio otorgada por el departamento de ventas a empresas que viajan frecuentemente a un destino, la cual tiene un descuento de un 15 al 30% debajo de la tarifa rack

TARIFA GRUPAL: Tarifa otorgada con un mínimo de 10 habitaciones con un porcentaje de un 10 a 15% menos que la tarifa rack con algunas gratuidades como cortesía por cada 15 hab. pagadas por noche, desayunos de cortesía, cocktail de bienvenida, manta de bienvenida, estas gratuidades dependen de las políticas, volumen y tarifa negociada.

TARIFA NETA: Valor monetario señalado para un producto o servicio turístico antes de añadirsele comisiones e impuestos.

TARIFA PROMEDIO: se calcula entre el total de ingresos de habitaciones entre el número de habitaciones ocupadas.

TARIFA PÚBLICA: Es la tarifa más alta visible al público y registrada ante secretaria de turismo.

TARIFA RACK: Máxima tarifa publicada a la cual se puede vender una habitación sin descuento.

TIEMPO COMPARTIDO (TIME SHARE): Derecho de uso o disfrute de un periodo de tiempo de vacaciones cada año de una unidad de alojamiento en un complejo turístico, durante un número de años determinado o a perpetuidad. Este derecho puede adquirirse comparando títulos de un club, acciones de la sociedad propietaria o un derecho real. En este último caso, se denomina multipropiedad.

TOILETTE: Referido a sanitarios. Referido a habitaciones equivale a day use. Hace referencia a que la habitación se utiliza para asearse.



TRANSIENT ROOMS (RESERVAS TRANSIENT): Habitaciones ocupadas por personas con reservas rack, corporativas, corporativas de paquete negociado, gobierno. También incluye habitaciones ocupadas reservadas a través de sitios web de terceros (excepción: reservas simultáneas de 10 o más habitaciones, que se define como grupo).

TRAVEL CHECK: Documento emitido por una entidad financiera que puede canjearse por dinero en otro país o servir de medio de pago.

TTOO: Siglas de Tour Operadores.

TURISMO: Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

TURISTA: Todo visitante que permanece una noche por lo menos en un medio de alojamiento colectivo o privado en el lugar visitado.

TUROPERADOR: Grandes agencias de viajes que se centran en la confección de paquetes turísticos, elaborados para un elevado número de clientes y puestos a la venta con anticipación a la demanda real. Dichas agencias forman grupos empresariales mediante la integración horizontal o vertical.

TWIN: Tamaño de cama individual para una sola persona. Se denomina twin porque es costumbre colocar dos camas de este tipo en la misma habitación (para dos personas) y el término en inglés se refiere a "camas gemelas"

UPGRADE: Mejora en la categoría de un producto o servicio contratado sin coste alguno para el huésped o cliente.

UPSELL: Acción de vender más o mejores servicios de los inicialmente contratados.

VACANTES: Habitaciones no ocupadas.

VALET: También denominado mozo de habitaciones, depende directamente de la gobernanta o subgobernanta de pisos y realiza actividades complementarias al trabajo de las camareras en la limpieza de habitaciones, o en el transporte de objetos pesados.

VIAJE DE FAMILIARIZACIÓN (Fam Trip): Viaje turístico que las empresas ofrecen a sus empleados o distribuidores para que éstos conozcan personalmente el producto que venden o van a vender.



VISITA INSPECCIÓN SITE INSPECCION: recorrido a un grupo de agentes de viajes a las principales áreas del hotel.

VIP: Very important person, huésped con atención especializada por cargo o importancia.

VOUCHER: También conocido como Bono de Agencia, es un comprobante de pago por adelantado de los gastos de viaje (por ejemplo, reservas de hoteles, comidas, alquiler de coches, etc.) emitido por agencias y operadores de turismo.

WAITING LIST: Lista de espera. Término empleado en las compañías aéreas para designar que no existen billetes disponibles a menos que se anule una reserva.

WAKE UP CALL: Llamada despertador

WALK IN: huésped que llega al hotel sin reserva y al cual se procura vender sobre tarifa rack.

YIELD MANAGEMENT: Proceso o estrategia que los operadores hoteleros utilizar para maximizar sus ingresos por habitación de hotel en el logro de un equilibrio adecuado entre tarifas y ocupación que genere los mayores ingresos.

ZONA DE TRÁNSITO: Parte de un aeropuerto, puerto o estación en la que esperan el nuevo medio de transporte los viajeros llegados de otro país que han de continuar viaje hacia un tercero. Tales viajeros no están sometidos a los trámites fronterizos normales.



6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerde
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumiñal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 **Google Forms**

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: INGLÉS APLICADO AL SECTOR TURISMO - NIVEL 1

1. Diseño de Norma de Competencia:

2. Mapa Funcional:

UNIT 1 – PRESENTACIONES Y CONOCIENDO AL CLIENTE

- Information questions with BE (review and common errors)
- Modification with adjectives (review)
- Yes/no questions and short answers with be(review)

UNIT 2 – SALIDAS-INVITACIONES(cómo aceptar o rechazar una invitación)

- Prepositions of time and place
- Questions with When, What Time and Where(review)

UNIT 3 – OFRECIENDO UN VIAJE PARA TODA LA FAMILIA

- The simple present tense(review)
- Affirmative and negativestatements
- Yes/no questions
- Informationquestions
- Commonerrors

UNIT 4 – GUSTOS EN LAS COMIDAS Y SUGERENCIAS DE RESTAURANTES

- There is and there are with count and non-count nouns
- Anything and nothing: commonerrors
- Definitearticlethe: usage

UNIT 5 – PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO A VENDER

- The present continuous (review):
- Action in progress and future plans



- Statements and questions

UNIT 6 – PRESENTACIÓN DE OPCIONES ALTERNATIVAS AL CLIENTE

- Can and have to: meaning, form, and usage
- The present continuous and the simple present tense (review)
- The present continuous: common errors

UNIT 7 – RELATANDO EXPERIENCIAS DE VIAJES ANTERIORES

- The past tense of be (review): statements and questions
- The simple past tense (review) statements and questions
- Regular and irregular verb forms

UNIT 8 – CÓMO SUGERIR LUGARES PARA HACER COMPRAS

- Uses of object pronouns
- Object pronouns: common errors
- Comparative adjectives

UNIT 9 – COMENTARIOS SOBRE TIPOS DE TRANSPORTES MÁS CONVENIENTES

- Modals should and Could: statements and questions
- Be- going to -/ Express the future review and expansion

UNIT 10 – RECOMENDANDO LAS MEJORES OPCIONES DE VIAJES DE ACUERDO AL CLIENTE

- Superlative adjectives
- Too and enough: usage and common errors

3. Análisis Funcional:

CURSO DE INGLÉS APLICADO AL TURISMO- NIVEL I



ACTIVIDADES

Descripción

Análisis y definición del perfil a capacitar:

Las personas que están trabajando en el área de turismo ,en agencias de turismo, atención al público en hoteles, oficinas de información, personal de compañías aéreas que realizan reservas para el turismo receptivo o emisor, son los sujetos de este proyecto, ya que debe poseer la información y la práctica necesaria en una segunda lengua, Inglés, la que se habla internacionalmente para realizar todo tipo de interacción comercial.

El Turismo Internacional hacia y desde la Argentina ha sido de gran importancia en los últimos años y se prevee un aumento significativo para el futuro, para lo que Córdoba debe preparar a todo el personal en relación a esta actividad teniendo en cuenta su bagaje turístico.

Para realizar este curso en nivel I, el alumno necesita tener conocimientos muy básicos o nulos y el objetivo principal es que se pueda comunicar básica pero claramente en los tres tiempos de verbos: presente , pasado y futuro simples, con una pronunciación adecuada y clara, como así también que pueda comprender al extranjero e interpretar sus necesidades. Las situaciones que se practican son las habituales en cada ámbito en que trabaja (agencias, hoteles, atención al público en general)

CURSO DE INGLES APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Objetivos del programa de capacitación

El propósito principal de este diseño curricular es:

-a)Que las instituciones dispongan de un documento como herramienta de referencia y guía para la creación y certificación de ofertas formativas de calidad en relación a los ámbitos productivos relevados en los perfiles profesionales



- b) Que los docentes cuenten con una base bien clara para la preparación de sus clases incluyendo la metodología a aplicar.
- c) Que los participantes puedan:
 - Lograr la habilidad lingüística para comunicarse básicamente en situaciones laborales relativas al turismo.
 - lograr la comprensión de los problemas planteados por el cliente extranjero y ofrecer soluciones acordes utilizando el Inglés como herramienta.
 - Certificar competencias relativas al uso de esta segunda lengua como una manera de superación profesional.

Programa de Contenidos

Cantidad de horas : 100

Tiempo de duración del curso: 4 meses

UNIT 1 – PRESENTACIONES Y CONOCIENDO AL CLIENTE

- Preguntas para obtener información con el verbo: to BE (errores más comunes))
- Modificación de situaciones usando adjetivos .
- Preguntas cuyas respuestas son SI/ NO usando el verbo TO BE

UNIT 2 – SALIDAS-INVITACIONES(cómo aceptar o rechazar una invitación)

- Preposiciones de tiempo y lugar
- Preguntas con :When, What Time , Where

UNIT 3 – OFRECIENDO UN VIAJE PARA TODA LA FAMILIA

- El tiempo Presente Simple de los verbos más comunes
- Oraciones afirmativas y negativas
- Preguntas para respuestas SI /NO
- Preguntas para lograr información
- Errores comunes
-



UNIT 4 – GUSTOS EN LAS COMIDAS Y SUGERENCIAS DE RESTAURANTES

- THERE IS / THERE ARE con sustantivos contables e incontables
- Uso de ANYTHING /NOTHING : errors comunes
- Uso del artículo definido THE

UNIT 5 – PRESENTACIÓN DEL PRODUCTO A VENDER

- Tiempo PRESENTE CONTINUO:
- Acciones en progreso y futuro
- Oraciones y preguntas

UNIT 6 – PRESENTACIÓN DE OPCIONES ALTERNATIVAS AL CLIENTE

- Uso de CAN / HAVE TO: significado, forma y uso.
- EI PRESENTE SIMPLE vs PRESENTE CONTINUO

UNIT 7 – RELATANDO EXPERIENCIAS DE VIAJES ANTERIORES

- Pasado del verbo TO BE: oraciones y preguntas
- Pasado Simple de otros verbos : oraciones y preguntas
- Verbos regulares e irregulares

UNIT 8 – CÓMO SUGERIR LUGARES PARA HACER COMPRAS

- Usos de PRONOMBRES OBJETIVOS
- Errores más comunes
- Adjetivos comparativos

UNIT 9 – COMENTARIOS SOBRE TIPOS DE TRANSPORTES MÁS CONVENIENTES

- Verbos Modales SHOULD /COULD : oraciones y preguntas
- Be- GOING TO - para expresar futuro



UNIT 10 – RECOMENDANDO LAS MEJORES OPCIONES DE VIAJES DE ACUERDO AL CLIENTE

- Adjetivos Superlativos
- Uso de TOO/ENOUGH

Bibliografía:

Top Notch 1 (A y B) Editorial Pearson / Speak Out elementary(Flexi Course 1 y 2) – Editorial Pearson

CRONOGRAMA

Las 100 horas de capacitación se llevarán a cabo en 4 meses o sea, dos veces al año. Desde marzo a julio y de agosto a diciembre. La cantidad de horas semanales serán distribuidas de acuerdo a la disponibilidad horaria de los sujetos a capacitar y del capacitador.

Referencias: U= Unidad / Gr= Gramática / Voc = Vacabulario

Unidades	Contenidos	Tiempo de dictado del curso			
		Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4
1	Gr. Presentaciones y conociendo al cliente: Information questions with BE (review and common errors). Modification with adjectives (review). Yes/no questions and short answers with be(review). Voc: Saludos, números, lugares	x			
2	Gr. Salidas-Invitaciones(Cómo aceptar o declinar una invitación)	x			



	Prepositions of time and place. Questions with When, What Time and Where(review) Voc:lugares de entretenimiento,eventos				
	Evaluación	x			
3	Gr. Ofreciendo un viaje para toda la familia The simple present tense(review o Affirmative and negative statements o Yes/no questions o Information questions o Common errors Voc:miembros de la familia, opciones de paseos		x		
4	Gr. Gustos en las comidas y sugerencias de restaurants There is and there are with count and non-count nouns. Anything and nothing: common errors. Definite article the: usage. Voc: comidas, bebidas, atención en restaurantes y bares		x		
	Evaluación		x		
5	Gr. Presentación del producto a vender			x	



	<ul style="list-style-type: none"> • The present continuous(review): <ul style="list-style-type: none"> o -Action in progress and future plans o -Statements and questions Voc: destinos a vender				
6	Presentación de opciones alternativas al cliente <ul style="list-style-type: none"> • Can and have to: meaning, form, and usage • The present continuous and the simple present tense (review) • The present continuous: common errors Voc: lugares en la ciudad y fuera de la misma			x	
	Evaluación			x	
7	Gr. Relatando Experiencias de viajes anteriores <ul style="list-style-type: none"> • The past tense of be (review): statements and questions • The simple past tense(review) statements and questions • Regular and irregular verb forms Voc: preferencias de viaje. Adjetivos para cada experiencia				x
8	Cómo sugerir lugares para hacer compras Uses of object pronouns. Objet				x



	pronouns: common errors. Comparativ adjectives. Voc: Ropas y objetos para comprar como souvenir				
	Evaluación				x
9	Gr. Comentarios sobre tipos de transporte más convenientes • Modals should and Could: statements and questions • Be going to Express the future review and expansion Voc: Formas de transporte (pros y cons)				
	Examen Final				x

DETALLE DEL CRONOGRAMA:

TOTAL DE HORAS: 100

TIEMPO TOTAL DEL PROGRAMA: 4 meses

FECHAS DE CADA ACTIVIDAD: como indica el cronograma según el curso comience en marzo o en agosto.

NIVEL : I

DESTINATARIOS : Personal que trabaje en el área de Turismo

METODOLOGÍA DE CONVOCATORIA: a través de las Cámaras de Turismo, Agencia Córdoba Turismo, ACAV, etc

CANTIDAD DE HORAS POR EJE TEMÁTICO:

Unidades 1 y 2: 22 horas (se sugiere 2 veces por semana, 3 horas por clase) o 3 veces por semana de dos horas por clase. En el Manual del profesor lo planteamos de esta última forma. En caso de que se desee optar por 3 horas en



un día, el profesor debería dar la clase uniendo dos planes consecutivos, pero dando un descanso de 15' entre cada clase.

Unidades 3 y 4: 22 horas

Unidades 5 y 6: 22 horas

Unidades 7 y 8: 22 horas

Unidad 9: 10 horas

Examen Final : 2 horas

Diseño de Material para el docente y para el alumno

3.1-Análisis funcional del docente: Para lograr los resultados buscados en la capacitación de los alumnos en esta área, el docente debe tener un nivel intermedio superior y/o avanzado de conocimiento de la lengua inglesa (Niveles B2 / C1/C2 de acuerdo al Marco Común de Referencia Europeo en relación a la enseñanza de una segunda Lengua: MCRE). Por otro lado debe poseer un Inglés claro y con buena pronunciación con poca o nula interferencia del español en la segunda lengua. El vocabulario usado debe ser adecuado al nivel que se está enseñando

Normas de Competencia: Se sugiere que los docentes tengan un diploma de Universidades Nacionales y/o Profesorados Nacionales en la formación de profesores de Inglés. En regiones donde no haya esta posibilidad se aceptaría aquella persona que tuviese un certificado de examen internacional , nivel B2 (FCE, TOEFL) o aquella persona que conozca la segunda lengua por haber vivido durante algún tiempo (más de un año) en algún país de habla inglesa.

En estos casos en los que las personas que realizarán la tarea docente no tengan título habilitante, se les deberá entrenar especialmente . De la misma manera, esta capacitación se deberá extender a todos los docentes previendo la falta de actualización en técnicas metodológicas .

Mapa funcional:

El docente deberá tener las siguientes características personales:

- persona recta pero paciente.
- amable pero exigente.



- abierta para aceptar grupos con diferentes características y niveles
- abierta a aprender
- generosa para brindar todo lo que sabe

El docente deberá tener las siguientes características profesionales:

- buena pronunciación.
- claridad en las explicaciones al alumno
- manejo de diferentes técnicas metodológicas para dar variedad a la clase.
- buen manejo del grupo
- buen manejo del tiempo y de recursos (tecnológicos, lúdicos, material didáctico, etc) en la clase

3.2- Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones

Se realizará una encuesta en la mitad y al final del curso. Los datos que se evaluarán son medibles y evaluables. Al finalizar la encuesta se podrá realizar un cuadro para su mejor interpretación, pudiendo identificar los puntos a mejorar realizando las sugerencias a continuación.

ENCUESTA

Estimado Alumno,

Con la presente encuesta obtendremos los datos que nos permitirá brindarte cada día un servicio mejor que se oriente a cubrir todas tus expectativas.

Es por eso que necesitamos conocer lo que pensás para que nos ayudes a mejorar. Por favor califica cada pregunta con la mayor sinceridad posible:

1- ¿Cómo te parece que has avanzado en la lengua en este periodo?

	Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
Hablando			



Escuchando			
Leyendo			
Escribiendo			

2- Tu profesor,

	Siempre	A veces	Nunca
¿Demuestra haber preparado las clases?			
¿Atiende y responde mis preguntas?			
¿Explica claramente los conceptos?			
¿Añade valor a la clase?			
¿Mantiene mi interés?			
¿Usa eficientemente el tiempo disponible?			
¿Comienza y termina las clases puntualmente?			
¿Muestra paciencia y cordialidad?			

3- El material...

	Siempre	A veces	Nunca
...me entretiene, es interesante			
...tiene un contenido gradual			
...tiene ejercicios acordes a la teoría			
...tiene una cantidad suficiente de ejercicios			



4- ¿Cómo calificarías la infraestructura de la academia?

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Aulas					
Pupitres					
Pizarras					
Recursos Didácticos (Audio, TV, Video)					
Baños					

5- ¿Cómo calificarías la atención en temas administrativos?

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Calidez en la atención					
Capacidad de respuesta					

6- ¿Nos recomendarías con amigos o conocidos?

SI		NO		
¿Por qué?:				

7- ¿Qué podrías sugerirnos para mejorar?



--

Nombre y Apellido:			
Curso:		Turno:	
Profesor:			

Muchas gracias por tu ayuda !!!



4. Diseño de Documentos Curriculares:

Los organizadores y capacitadores del curso deberán tener en cuenta el nivel socio cultural de los alumnos, los recursos disponibles para el dictado de las clases(los que pueden ser desde los más óptimos: internet, pantallas, reproductores de audio y de video) hasta lo mínimo que sería la copia del libro para este nivel. El profesor deberá capacitarse para dar variedad al curso con los recursos mínimos, llegado el caso.

Los siguientes ítems se deberán tener en cuenta:

a) Adecuación de los objetivos generales al contexto socio-económico y cultural y a las características de los alumnos.

Cada capacitador podrá adapta los mismos a esta realidad para lograr los mejores resultados.

b) Diseño de objetivos, contenidos y criterios de evaluación.

Al realizar cambios en los objetivos, el contenido podría tener que adaptarse, como así también el criterio de evaluación.

En cuanto a éste último se sugiere que deba aprobar con un mínimo de 60% de los contenidos en relación al conocimiento de la segunda lengua y sus cuatro habilidades(oral, escrito, comprensión auditiva y de lectura) .

	Etapa	Descripción
1	Planificación de Clases	De acuerdo con las pautas de CIL Method y con los Plazos de Avance definidos para el Programa, se realiza la Planificación de cada una de las clases.
2	Recursos Necesarios	De acuerdo a la planificación de cada clase, se identifican los recursos que serán necesarios, ej: reproductor de DVD, internet, musica, juegos, etc.



3	Verificación de los recursos	Se realiza la verificación de la disponibilidad de los recursos necesarios para la clase, gestionando los que sean necesarios.
4	Dictado de Clases	Se desarrolla la clase de acuerdo a la Planificación.
5	Control de Asistencia	Completar en cada clase la Planilla de Control de Asistencia.
6	Seguimiento del Programa	Se verifica periódicamente que el avance en las clases se esté realizando de acuerdo con los Plazos de Avance. En caso de encontrarse desviaciones, se realizan los ajustes necesarios para corregir lo observado. Esto es registrado en el Programa del Curso correspondiente.

c) Definición sobre la metodología : sugerimos aplicar una metodología holística en la que tiene en cuenta a la totalidad del educando en sus capacidades intelectuales, físicas y emocionales. Se incluye el uso de la música y del uso del cuerpo y el movimiento dentro del aula, e incluyendo elementos lúdicos lo que hace a la actividad en la clase mucho más interesante, interactiva y de mejores resultados.

Desarrollo de una clase normal utilizando CILMETHOD:

Los siguientes pasos corresponden a una clase de una hora y media.

Inicio:

a) Recibir los alumnos con música alegre, al tipo de “Misión Imposible”, al comienzo de la clase, mientras los alumnos van entrando.



b) Solicitud de Password: la contraseña debe ser pedida a cada alumno antes de que entre a clase. El contenido de la misma tiene relación al nivel del grupo y al contenido de las clases.

El objetivo es que cada alumno pueda iniciar su mente en L2 antes de empezar la clase. Esto ahorra 5' en la ubicación del alumno en L2.

Brain Gym

Realizar ejercicios de lateralidad cruzada. Ver más ejemplos en:

www.youtube.com/watch?v=VL4an7UC3wA

www.youtube.com/watch?v=O5ChXC-rHLE

www.youtube.com/watch?v=YXBcxDSS9Do

El objetivo es estimular las neuronas para la ejercitación mental del aprendizaje.

Desarrollo de la Clase

- a) Juegos de repaso de vocabulario (ver hojas anexas de juegos) o “2 minutes talk “para los niveles más altos, en el cual se practica vocabulario y fluidez.
- b) Introducción de un nuevo tema (actuación de la situación por parte de la profesora, alumnos repiten los ítems nuevos de diversas maneras, se divide en partes el contenido, se vuelve a unir todo el contenido, el profesor explica la gramática o procedimiento, el alumno vuelve a repetir con más fluidez volviéndose más independiente).
- c) Repaso de temas anteriores.
- d) Deben estar contextualizados en diálogos o historias que los alumnos puedan hacer Role play o contar. Se tiende a la independencia del alumno en el uso de las estructuras.
- e) Producción independiente, cambiando partes de vocabulario utilizando las mismas estructuras.
- f) Copia del pizarrón. (Música suave: Mozart, por ejemplo) Esta música debe ser empleada cuando los alumnos deben pensar o mientras componen algo o realizan una evaluación).
- g) Revisión de tarea asignada para esa clase.
- h) Ejercicio corto de escritura.
- i) FEEDBACK de los alumnos con respecto al contenido de la clase,



expresan lo que aprendieron ese día.

j) Música para despedir a los alumnos.

En cuanto a la cantidad de alumnos por nivel, se recomienda un número no mayor de 15 para que tengan la opción de la práctica oral suficiente, lo que es el objetivo principal del curso. Se recomienda tomar una prueba de nivel para separar los alumnos que tienen un nivel de iniciación a otros niveles más avanzados.

En esta prueba hay que tener en cuenta que para un segundo nivel el alumno debe tener conocimiento del uso oral de los siguientes temas: -Verbo To be, presente simple de los verbos habituales, presente continuado, have/has got, There is/are, nociones básicas de pasado y futuro.

D) Para la evaluación del aprendizaje se sugiere tomar pruebas parciales escritas(que contengan ejercicios de lecto-comprensión, comprensión auditiva, gramática y redacción de escritos útiles a la actividad), y pruebas orales, cada dos unidades. Las cuatro habilidades lingüísticas deben ser evaluadas con un mínimo de 60%

Ejemplo de Evaluación Parcial (Unidades 1 a la 4 incluida)

Quiz 1

Name:.....

Date:.....

Use of English:

1- Complete with the correct form of the verb to be

-María.....(to be) a very patient person.

-My parents.....(to be/not) from Cordoba.

-The ACAV students.....(to be) the best.

-.....(to be) you a famous person?

-My friend and I.....(to be/not) going to the party on Friday.



2- Complete the blank spaces with "there is/there are".

-a lot of traffic in Valencia.
-a place to park here?
-plenty of sugar.
-any milk in the fridge?

3- Complete the text with the verbs in the present simple

George.....(live) in New York city. He.....(to be) a 40-year-old man who.....(love) living in a big city.
 He.....(work) as a lawyer, but he..... (not like) it very much.
 He.....(have) a big family: his wife, Ruby and his four children, Debbie, Margot, Jean and Luke. They(be) always very happy.

4- Use the words to write four comparative sentences:

- autumn, spring (romantic)
- travelling by car, travelling by plane (fast)
- shoes, trainers (comfortable)
- books, magazine (interesting)

Reading Comprehension

1- Put the dialogue into order

- ___B: Really? When is it?
- ___B: See you John!
- ___A: Hey Matt! How are you?
- ___A: It's on Friday! Would you like to go? It'll be fun!
- ___A: Okay, don't worry, maybe another time. See you Matt!
- ___B: Fine! How are you John?
- ___B: I'm sorry, I can't on Friday, I have a date with my girlfriend.
- ___A: I'm okay, too! Did you hear there is a Shakespeare play this week at the Musical Theatre?



2-

Put the words into order to form the directions

-on/ Martine/The bookstore/Avenue Street/ is/ corner/of/and/the/bank.

-around/ the street/ The Movie Theatre /is /the/corner/and/ down.

-corner/ The house/ is/ around/ the/ street/ and/ across/ the.

Listening comprehension

<http://www.esl-lab.com/hotel1/hotel1.htm>

1. The man makes a reservation finally for which day?

- A. March 20th
- B. March 21st
- C. March 22nd

2. What kind of room does the man prefer?

- A. a non-smoking room
- B. a smoking room
- C. either one is okay

3. Why doesn't he want to reserve the suite?

- A. It doesn't have a nice view.
- B. It doesn't come with a sauna bath.
- C. It's too expensive.

4. Including tax, how much is the man's room?

- A. 80 dollars
- B. 88 dollars
- C. 96 dollars

5. How do you spell the man's name?

- A. Maxner
- B. Maexner
- C. Mexner

Writing (Use about 80 to 100 words)



-Write a short paragraph telling some personal information (name, age, nationality, etc) and talking a little about your family. If you wish to do so, you can also write about your routine at the travel agency(present simple).

(EJEMPLO DE Examen final escrito)

STUDENT'S NAME..... DATE:

FINAL WRITTEN EXAM

LEVEL I

I – LISTENING

Listen to the conversations. Check whether, at the end of the vacation, the person had a good experience or a bad one. (Top Notch 1B p 83 CD 4 Track 13)

- | | |
|----------------------------|-----------------------|
| 1 - a good experience_____ | a bad experience_____ |
| 2 - a good experience_____ | a bad experience_____ |
| 3 - a good experience_____ | a bad experience_____ |
| 4 - a good experience_____ | a bad experience_____ |

Listen again and complete the statements about each vacation

- 1 – The food was really good / bad.
The room was great / terrible
The entertainment was really good / bad
- 2 – The hotel was terrible / terrific
Someone stole their luggage / car
Disney World was horrible / wonderful
- 3 – He didn't have any more clothes / money
The people were very nice / cold
The hotel was great / terrible
Someone stole his passport / laptop
- 4 – The food was great / awful



The people were cold / nice

The vacation was too short / long

II – READING COMPREHENSION

Read the paragraph. Mark the sentences TRUE (T) or FALSE (F).

Mary has got a lot of hobbies and interests. She usually gets up early so she can run before work. She doesn't often have time to ski, but she occasionally goes on Saturdays during the winter. Mary often rides a horse at a stable near her home. She sometimes goes after work, but she usually goes horseback riding on Sundays. She loves music. She usually goes choir practice on Wednesday evenings and sings in church on Sundays. She doesn't have much extra money, so she rarely goes to concerts in the city. She seldom watches TV because she likes doing things outside. She usually goes to the gym if it's raining outside. She isn't often alone because she has a lot of friends. She occasionally does something alone, but she usually does her activities with one of her friends. She is a happy woman!

1 – She never gets up early. ____

2 – Mary usually goes horseback riding on Sunday. ____

3 – She isn't a happy woman. ____

4 – She loves music. ____

5 – Mary has a lot of friends. ____

III – GRAMMAR

A - Complete the paragraph with the appropriate tense verb. Underline time markers.

Dear Anna,

Here I _____(be) in Las Vegas!!. I am having a wonderful time. The weather _____(be) hot and dry. The houses _____(be) beautiful. I _____(visit) some museums last week. Yesterday, I _____(go) to New York. There, I _____(see) my friend Peter!. We _____(meet) in 1998. He is from Cordoba but now he _____(study) in the US. I think he _____(get) a degree next year. He usually _____(go) to the cinema so he _____(invite) me to go with him.



Tomorrow we _____ (rent) a car to visit San Francisco.

B – Ask questions to these answers

1 – A: _____ ?

B: I live in Córdoba.

2 – A: _____ ?

B: No, she isn't. She is a teacher.

3 – A: _____ ?

B: They went to the cinema last Saturday.

4 – A: _____ ?

B: Paul is washing his car

5 – A: _____ ?

B: They are having a party this Friday.

C – Complete the dialogue with the correct form of comparative or superlative adjectives.

0 – A: Why did you choose that hotel? It's a long way from the centre of town.

B: I chose it because it was cheaper than (cheap) the hotel in the centre.

0 – A: Can we sit in the living room?

B: Yes. It's the warmest (warm) room in the house.

1 – A: Did you enjoy being a student?

B: Yes. It was _____ (happy) period of my life.

2 – A: Is she famous in this country?

B: Yes. She's _____ (famous) than any other singer.

3 – A: I'm not a very good cook.

B: I'm sure I'm _____ (bad) than you. I can't cook anything well.

4 – A: Do you like this programme?

B: Yes. I think it's _____ (good) programme on TV.

5 – A: What did you have for dinner?

B: I chose _____ (expensive) dish on the menu.

IV – COMPOSITION

Choose one of the topics and write a paragraph, write at least 10 lines.

A – Describe your daily routine at the Travel Agency and compare it with your



best friend 's routine.

B – Describe your last vacation (say where you went, who with, how long you stayed. Describe the place and say what you did.

e) La definición de materiales y recursos didácticos dependerán del lugar a desarrollar el curso, pero deberá existir el manual para el alumno y para el profesor como elementos básicos indispensables. Aparte de éstos se debería contar con un reproductor de audio y de video. Si fuera posible la conexión a internet ayuda a otorgar variedad a los contenidos.

f) El criterio de evaluación escrita será de tener el 60% de los ejercicios requeridos correctamente.

En cuanto a la evaluación oral se seguirá el siguiente cuadro , teniendo en cuenta un total de 100 puntos.

Curso

Profesor

Fecha

1	Pronunciación y entonación	15	puntos
2	Fluidez	15	puntos
3	Recursos de Vocabulario	20	puntos



4	Conocimiento de los temas	20	puntos
5	Precisión Gramática	30	puntos

Nombre de los estudiantes	1	2	3	4	5	Oral	Escrito	Audic.	Comp

Todos estos valores para evaluar tendrán que ser acompañados por la asistencia del alumno al 80% de las clases.

Diseño Curricular:

TOTAL DE HORAS: 100

TIEMPO TOTAL DEL PROGRAMA: 4 meses

FECHAS DE CADA ACTIVIDAD: como indica el cronograma según el curso comience en marzo o en agosto.

NIVEL : I

DESTINATARIOS : Personal que trabaje en el área de Turismo



METODOLOGÍA DE CONVOCATORIA: a través de las Cámaras de Turismo, Agencia Córdoba Turismo, ACAV, etc

CANTIDAD DE HORAS POR EJE TEMÁTICO:

Unidades 1 y 2: 22 horas (se sugiere 2 veces por semana, 3 horas por clase)

Unidades 3 y 4: 22 horas

Unidades 5 y 6: 22 horas

Unidades 7 y 8: 22 horas

Unidad 9: 10 horas

Examen Final : 2 horas

Los organizadores y capacitadores del curso deberán tener en cuenta el nivel socio cultural de los alumnos, los recursos disponibles para el dictado de las clases (los que pueden ser desde los más óptimos: internet, pantallas, reproductores de audio y de video) hasta lo mínimo que sería la copia del libro para este nivel. El profesor deberá capacitarse para dar variedad al curso con los recursos mínimos, llegado el caso.

Los siguientes ítems se deberán tener en cuenta:

a) Adecuación de los objetivos generales al contexto socio-económico y cultural y a las características de los alumnos.

Cada capacitador podrá adapta los mismos a esta realidad para lograr los mejores resultados.

b) Diseño de objetivos, contenidos y criterios de evaluación.

Al realizar cambios en los objetivos, el contenido podría tener que adaptarse, como así también el criterio de evaluación.

En cuanto a éste último se sugiere que deba aprobar con un mínimo de 60% de los contenidos en relación al conocimiento de la segunda lengua y sus cuatro habilidades (oral, escrito, comprensión auditiva y de lectura) .

c) Definición sobre la metodología : sugerimos aplicar una metodología holística en la que tiene en cuenta a la totalidad del educando en sus capacidades intelectuales, físicas y emocionales. Se incluye el uso de la música



y del uso del cuerpo y el movimiento dentro del aula, e incluyendo elementos lúdicos lo que hace a la actividad en la clase mucho más interesante, interactiva y de mejores resultados.

En cuanto a la cantidad de alumnos por nivel, se recomienda un número no mayor de 15 para que tengan la opción de la práctica oral suficiente, lo que es el objetivo principal del curso. Se recomienda tomar una prueba de nivel para separar los alumnos que tienen un nivel de iniciación a otros niveles más avanzados.

En esta prueba hay que tener en cuenta que para un segundo nivel el alumno debe tener conocimiento del uso oral de los siguientes temas: -Verbo To be, presente simple de los verbos habituales, presente continuado, have/has got, Thereis/are, nociones básicas de pasado y futuro.

D) Para la evaluación del aprendizaje se sugiere tomar pruebas parciales escritas(lecto

escritas(que contengan ejercicios de lecto-comprensión, comprensión auditiva, gramática y redacción de escritos útiles a la actividad), y pruebas orales, cada dos unidades. Las cuatro habilidades lingüísticas deben ser evaluadas con un mínimo de 60%

g) La definición de materiales y recursos didácticos dependerán del lugar a desarrollar el curso, pero deberá existir el manual para el alumno y para el profesor como elementos básicos indispensables. Aparte de éstos se debería contar con un reproductor de audio y de video. Si fuera posible la conexión a internet ayuda a otorgar variedad a los contenidos.

h) El criterio de evaluación escrita será de tener el 60% de los ejercicios requeridos correctamente.

En cuanto a la evaluación oral se seguirá el siguiente cuadro , teniendo en cuenta un total de 100 puntos.

Curso



Profesor

Fecha

--	--	--

1	Pronunciación y entonación	15	puntos
2	Fluidez	15	puntos
3	Recursos de Vocabulario	20	puntos
4	Conocimiento de los temas	20	puntos
5	Precisión Gramática	30	puntos

Nombre de los estudiantes	1	2	3	4	5	Oral	Escrito	Audic.	Comp



Todos estos valores para evaluar tendrán que ser acompañados por la asistencia del alumno al 80% de las clases.

5. Material Didáctico:

6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

ENCUESTA DE SATISFACCION

Estimado Alumno,

Por favor califíca cada pregunta con la mayor sinceridad posible:

1- ¿Cómo te parece que has avanzado en la lengua en este periodo?

	Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
Hablando			
Escuchando			
Leyendo			
Escribiendo			

2- Tu profesor,

	Siempre	A veces	Nunca
Utiliza todos los recursos tecnológicos a			



su disposición?			
Demuestra tener dominio de la asignatura?			
¿Demuestra haber preparado las clases?			
¿Atiende y responde mis preguntas?			
¿Explica claramente los conceptos?			
¿Añade valor a la clase?			
¿Mantiene mi interés?			
¿Usa eficientemente el tiempo disponible?			
¿Comienza y termina las clases puntualmente?			
¿Muestra paciencia y cordialidad?			

3- El material...

	Siempre	A veces	Nunca
...me entretiene, es interesante			
...tiene un contenido gradual			
...tiene ejercicios acordes a la teoría			
...tiene una cantidad suficiente de ejercicios			



4- ¿Cómo calificarías la infraestructura del aula?

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
Aulas					
Pupitres					
Pizarras					
Recursos Didácticos (Audio, TV, Video)					
Baños					

5- ¿Cómo calificarías la metodología del curso

Excelente		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo

6- Cómo definirías tu motivación en el curso?

Excelente		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo

7- Cómo considerarás el sistema de evaluación?

Excelente		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo



Por qué?

.....

.....

.....

8- Cómo es la comunicación en relación al curso?

Excelente		Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo

Cómo la mejorarías?

.....

.....

.....

9- Considerás que la gestión para la comunicación e implementación del curso fue exitosa?

SI		NO		

¿Por qué?:

10- ¿Cómo considerás que tu evaluador realizó su tarea en el examen final?

Ten en cuenta el nivel de exigencia, contenidos evaluados, claridad en lo requerido, justicia en la nota obtenida.



--

Nombre y Apellido:			
Curso:		Turno:	
Profesor:			

Muchas gracias por tu ayuda !!!



Perfil: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

1. Diseño de Norma de Competencia:

Datos generales de la ocupación

EXPENDEDOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

ÁREA DE COMPETENCIAS

Turismo

SUB-ÁREA DE COMPETENCIA

Servicios- Atención al público

ÁREA OCUPACIONALES

Áreas de servicios en atención al público y venta.

NORMAS GENERALES DE LA ACTIVIDAD

El marco legal de aplicación está definida por la ley de riesgos de trabajo, decretos, resoluciones y normas legales establecidas por el PEN, el organismo de control del sistema de aplicación de la ley de riesgos de trabajo en nuestro país, la superintendencia de riesgos del trabajo y el GCBA así como la legislación municipal de cada provincia en particular. • Ley 9688/15. • Ley 19587/72. • Ley de riesgo de trabajo 24557/95.

ALCANCES Y CONDICIONES DEL ROL PROFESIONAL

El expendedor atenderá al cliente prestando un servicio que satisfaga sus necesidades. Venderá los alimentos y bebidas considerando las necesidades de los mismos



RELACIONES FUNCIONALES Y JERARQUICAS EN EL ESPACIO SOCIAL DE TRABAJO

Trabaja bajo la supervisión del Encargado de local, según tipo de establecimiento.

COBERTURA DE LA NORMA DE COMPETENCIA

- Nacional.

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

- Organiza y acondiciona el área o salón.
- Atiende al cliente durante todo el servicio.
- Cierra el servicio considerando forma de pagos y demás procedimientos administrativos.
- Reacondiciona el salón para nuevos servicios o para el día siguiente.

2. Mapa Funcional:

Propósito clave: Atender al cliente prestando un servicio que satisfaga sus necesidades preservando las normas de seguridad e higiene en la manipulación de alimentos.

UNIDAD DE COMPETENCIA

ELEMENTOS DE COMPETENCIA

1. Organizar el espacio de trabajo preparando y acondicionando los recursos materiales.
 - 1.1 Preparar y mantener la disponibilidad de los elementos de trabajo y materias primas para el desarrollo de las actividades.
 - 1.2 Acondicionar y reorganizar el área para el desarrollo de las actividades.
 - 1.3 Armar y retirar los elementos de trabajo.
2. Atender al cliente en tiempo y forma aplicando reglas de cortesía.
 - 2.1 Recibir, tomar pedidos y atender al cliente conforme a sus necesidades, aplicando reglas de cortesía.
 - 2.2 Presentar el pedido solicitado atendiendo a nuevos requerimientos.
 - 2.3 Cerrar el servicio de atención al cliente.
3. Vender los alimentos y bebidas considerando las necesidades de los clientes.



3.1. Vender bebidas considerando las necesidades de los clientes y criterios de comercialización y producción del establecimiento, aplicando criterios de seguridad alimentaria.

3.2 Vender alimentos considerando las necesidades de los clientes y criterios de comercialización y producción del establecimiento, aplicando criterios de seguridad alimentaria

3. Análisis Funcional:

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 1: Organizar su plaza de trabajo preparando y acondicionando los recursos materiales considerando la demanda prevista.		
Título del elemento de competencia 1.1: Preparar y mantener la disponibilidad de los elementos de trabajo y materias primas para el desarrollo de las actividades.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> Preparar y mantener en estado adecuado los elementos de trabajo a utilizar, en relación al tipo de servicio que se ofrece Acondicionar los elementos de trabajo antes y durante el servicio, notificando faltantes al superior a cargo. Reponer los elementos de trabajo de acuerdo a la necesidad del servicio y 	<ul style="list-style-type: none"> Se verifica el estado de los elementos de trabajo (vajilla, cubiertos, etc.) y se considera la integridad de su estructura y limpieza. Se repone cristalería y vajilla Se organizan los elementos de trabajo. Se controla el estado de las materias primas considerando su utilidad y rotación. 	<ul style="list-style-type: none"> Vajilla, cubiertos acondicionados para su uso óptimo. Control de Productos y materias primas controladas de acuerdo a su rotación, disponibilidad y durabilidad.



durabilidad, preservando la seguridad alimentaria.		
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<ul style="list-style-type: none"> • Elementos de trabajo: vajilla, cubiertos, etc.; tipos, formas de uso, acondicionamiento, presentación o armado. • Materias primas: fechas de vencimiento, formas de presentación, tiempos de rotación, durabilidad de productos perecederos. • Normas de seguridad e higiene de materias primas y de elementos de trabajo. 		<ul style="list-style-type: none"> • Proveedores.
Campo de aplicación		
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas de servicios en atención al público y venta. 		

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 1: Organizar su plaza de trabajo preparando y acondicionando los recursos materiales.		
Título del elemento de competencia 1.2: Acondicionar y reorganizar el área para el desarrollo de las actividades		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto



<ul style="list-style-type: none"> • Acondicionar el espacio de trabajo. • Controlar condiciones de utilidad del mobiliario. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se acondiciona el lugar de trabajo para el servicio. • Se controla el estado del mobiliario considerando su mantenimiento y condiciones de uso para evitar accidentes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Espacio de trabajo organizado y acondicionado para la atención • Mobiliario (mesas, sillas, etc.) en buen estado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<ul style="list-style-type: none"> • Procedimientos básicos de evacuación frente a emergencias. 		<ul style="list-style-type: none"> • Reglas básicas de presentación del lugar de trabajo.
Campo de aplicación		
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas de servicios en atención al público y venta. 		

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 1: Organizar su plaza de trabajo preparando y acondicionando los recursos materiales considerando la demanda prevista.		
Título del elemento de competencia 1.3: Armar y retirar los elementos de trabajo.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar condiciones de limpieza de manteles, servilletas, individuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se cubre la mesa con mantel o individual considerando higiene, y 	<ul style="list-style-type: none"> • Mantelería, servilletas, individuales verificados. • Mesas y sillas ubicadas



Verificar estado y condiciones de los complementos de servicio y elementos de trabajo a utilizar.	limpieza. • Se marca el sitio del comensal con individual o silla. • Se deja al alcance del cliente complementos del servicio (sal y pimienta, aderezos, azúcar edulcorante, etc.) y elementos de trabajo (cubiertos, cristalería, vajilla, etc.).	correctamente de manera que no entorpezcan el paso de las personas que circulan por el lugar.
---	--	---

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
--------------------------	-----------------------------

<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento y verificación del estado de mantelería, servilletas, individuales para un buen servicio. • Condiciones de los complementos de servicio y elementos de trabajo. 	<ul style="list-style-type: none"> • Armado de mesa. • Posicionamiento de elementos.
---	--

Campo de aplicación

• Áreas de servicios en atención al público y venta.

--	--	--	--

ROL OCUPACIONAL:

Título de la unidad de competencia 2: Atender al cliente en tiempo y forma aplicando reglas de cortesía.

Título del elemento de competencia 2.1: Recibir, tomar pedidos conforme a las



necesidades del cliente, aplicando reglas de cortesía.			
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	de	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> Atender al cliente anticipando sus necesidades o requerimientos. Tomar el pedido de acuerdo a procedimientos de orden y reglas de cortesía. 	<ul style="list-style-type: none"> Se presenta con la indumentaria, en condiciones de higiene y presentación personal. Se recibe al cliente dando la bienvenida de acuerdo con reglas de cortesía. Se toma el pedido en forma oral o escrita. Se transmite el pedido considerando lo solicitado por el cliente. 		<ul style="list-style-type: none"> Indumentaria en condiciones de higiene y presentación. Cliente ubicado en la mesa. Pedido tomado de acuerdo a disponibilidad del producto.
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial	
<ul style="list-style-type: none"> Lectoescritura. Uniforme: criterios de presentación y pulcritud. Herramientas de comunicación verbal y no verbal. Reglas de cortesía: cordialidad, empatía, atención, prestancia, vocación de servicio. Atención al público. 		<ul style="list-style-type: none"> Registro escrito de toma de pedido. Registro electrónico. Idiomas. 	
Campo de aplicación			
<ul style="list-style-type: none"> Áreas de servicios en atención al público y venta. 			



ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 2: Atender al cliente en tiempo y forma aplicando reglas de cortesía.		
Título del elemento de competencia 2.2: Entregar el pedido en la mesa respondiendo a la solicitud del cliente.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> Identificar necesidades durante el servicio anticipándose a los requerimientos del cliente. Servir conforme a la toma de pedido. Entregar el pedido adecuado al cliente. 	<ul style="list-style-type: none"> Se verifica el pedido despachado con lo solicitado por el cliente. Se atiende nuevos y nueva toma de pedidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Pedido verificado y servido considerando lo solicitado por el cliente. Nuevos requerimientos atendidos considerando reposición y nueva toma de pedidos.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<ul style="list-style-type: none"> Toma de pedido: bebidas, platos, postres y complementos previos. Higiene personal y pulcritud indumentaria. Herramientas de comunicación verbal y no verbal. Reglas de cortesía: cordialidad, empatía, atención, prestancia, vocación de servicio. Atención al cliente 		<ul style="list-style-type: none"> Registro escrito de toma de pedido.
Campo de aplicación		



• Áreas de servicios en atención al público y venta.			

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 2: Atender al cliente en tiempo y forma aplicando reglas de cortesía.		
Título del elemento de competencia 2.3: Cerrar el servicio de atención al cliente.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> Consultar conformidad del cliente durante el servicio y a la finalización del mismo. Recibir el pago considerando las formas y/o sistemas de pagos utilizados por el establecimiento y vigentes en el día. 	<ul style="list-style-type: none"> Se consulta al cliente sobre tipo de facturación y formas de pago. En caso de solicitud del cliente: *Se controla factura considerando los precios. * Se recibe el pago controlando el valor que figura en la factura. En caso de pago con tarjeta: *Se indica al cliente el procedimiento correspondiente en cada caso de acuerdo al sistema de pago. 	<ul style="list-style-type: none"> Pago realizado y controlado en relación al servicio brindado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial



•Cierre de caja.	• Formas y sistemas de pago: efectivo/tarjeta. Procedimientos en cada caso. • Tipos de factura.
Campo de aplicación	
• Áreas de servicios en atención al público y venta.	

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 3: Vender los alimentos y bebidas considerando las necesidades de los clientes.		
Título del elemento de competencia 3.1: Vender bebidas considerando las necesidades de los clientes y criterios de comercialización y producción del establecimiento, aplicando criterios de seguridad alimentaria.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
• Controlar y aplicar criterios de seguridad alimentaria.	• Se controla las promociones considerando su duración y/o frecuencia (diaria, semanal, mensual), disponibilidad y precio • Se informa sobre la promoción (2x1, 50% off, descuentos) • Se sirve bebidas conforme a la promoción seleccionada. • Se actualiza sobre	• Folletería de promoción verificada de acuerdo a la variante de promociones. • Bebidas servidas considerando las necesidades del cliente.



	técnicas y formas de servicios, aplicando criterios de seguridad alimentaria.	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<ul style="list-style-type: none"> • Información básica y elemental sobre las promociones. • Promociones: valores y alcances de la misma. 		<ul style="list-style-type: none"> • Interpretación del consumo de bebidas según los requerimientos del cliente. • Interpretación de las promociones en otro idioma.
<ul style="list-style-type: none"> • Áreas de servicios en atención al público y venta. 		

ROL OCUPACIONAL:		
Título de la unidad de competencia 3: Vender los alimentos y bebidas considerando las necesidades de los clientes y los requerimientos de la organización.		
Título del elemento de competencia 3.2 : Vender alimentos considerando las necesidades de los clientes y criterios de comercialización y producción del establecimiento, aplicando criterios de seguridad alimentaria		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> • Controlar y aplicar criterios de seguridad alimentaria. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se controla las promociones considerando su duración y/o frecuencia (diaria, semanal, 	<ul style="list-style-type: none"> • Folletería de promoción verificada de acuerdo a la variante de promociones. • Alimentos servidos



	<p>mensual), disponibilidad y precio • Se informa sobre la promoción (2x1, 50% off, descuentos) • Se sirve bebidas conforme a la promoción seleccionada. • Se actualiza sobre técnicas y formas de servicios, aplicando criterios de seguridad alimentaria.</p>	<p>considerando las necesidades y la toma del pedido del cliente.</p>
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<p>• Información básica y elemental sobre las promociones, alimentos • Promociones: valores y alcances de la misma.</p>		<p>• Interpretación del consumo de alimentos según los requerimientos del cliente. • Interpretación técnica de las promociones de alimentos en otro idioma. • Tipos de promociones.</p>
Campo de aplicación		
<p>• Áreas de servicios en atención al público y venta.</p>		

4. Diseño Curricular:

1. Marco contextual.
2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.
4. Carga horaria.



5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.

1. Marco contextual

En el transcurso de las dos últimas décadas se ha desarrollado un proceso de crecimiento permanente del Sector Turismo a nivel nacional. Dicho proceso está caracterizado por el aumento de la oferta de establecimientos, la remodelación de los mismos, la incorporación de nuevos servicios y de nuevas tecnologías para el desarrollo de las tareas, así como la ampliación de las propuestas gastronómicas y su diversificación para garantizar la satisfacción de los clientes.

Las transformaciones en las condiciones de trabajo y empleo y las actuales características del mercado, demandan que los trabajadores cuenten con conocimientos y habilidades acordes a las exigencias de las funciones inherentes a cada rol.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil de servicio para satisfacer las demandas de los clientes de acuerdo a los criterios del establecimiento dónde se desempeñe.

Es importante señalar que el campo laboral de incumbencia para este rol es amplio, constituido por confiterías, eventos, transporte de pasajeros terrestres, marítimos y aéreos con servicio de atención al cliente y expendedor de bebidas y alimentos.

2. Marco pedagógico

El enfoque metodológico adoptado para realizar el presente diseño curricular es el de formación basada en competencias laborales, y ha sido elaborado a partir de la Norma de Competencia Laboral correspondiente al rol de Expendedor de bebidas y alimentos.

Las características pedagógicas y metodológicas basadas en esta concepción de la enseñanza y del aprendizaje plantean garantizar en cada clase el camino práctica-teoría-práctica, vinculando estrechamente el período de formación con situaciones



reales tomadas del campo de trabajo, para el desarrollo de las capacidades que devendrán en competencias una vez movilizadas en la vida laboral.

En este marco, se considera “capacidad” al conjunto de conocimientos teóricos, técnicos y actitudinales que se ponen en juego simultánea e integradamente para realizar una función determinada.

El Diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de capacidades, contenidos, objetivos, estrategias y técnicas que se articulan en función de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran esta integración y se implementan según el momento del proceso de enseñanza (inicio, desarrollo y cierre).

La secuenciación y especificación de las mismas se presentan en el Material Didáctico que acompaña este Diseño Curricular.

Las capacidades que los alumnos deben desarrollar durante su formación, surgen de las unidades y elementos de competencia presentes en la norma correspondiente y constituyen, con distinto nivel de complejidad, los objetivos modulares.

Los contenidos se extraen, entonces, de dichas capacidades, con el fin de que los participantes puedan comprender los por qué de las acciones para poder fundamentar su propia práctica.

La formación profesional planteada a través del enfoque de competencias, debe asegurar la enseñanza de contenidos actualizados, acordes a las necesidades actuales del sector, transformándose en un compromiso tanto del docente a cargo, como de la institución de formación profesional que brinda el curso. En este marco, la formación profesional se debe considerar una puerta a la continuación de los estudios, sea esto el completar o proseguir el sistema educativo formal o continuar la realización del trayecto formativo.

El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta para la práctica docente y un recorrido a transitar por los alumnos.



En la práctica del aula-taller, se podrán enriquecer con la participación de docentes y cursantes, en los contextos específicos en que se desarrollan los procesos de enseñanza y de aprendizaje

Objetivo general

Al finalizar el curso, se espera que el alumno haya desarrollado las capacidades necesarias para:

Atender al cliente según sus necesidades y de acuerdo a los procedimientos del establecimiento, preservando las normas de seguridad e higiene en el proceso de trabajo.

3. Estructura curricular modular.

El cuadro que se presenta a continuación muestra las relaciones establecidas entre las funciones del rol laboral (unidades de competencia) y los módulos propuestos.

4. Carga horaria: 40 horas

5. Criterios de enseñanza.

El sujeto de la formación profesional es toda aquella persona con o sin experiencia. Por lo tanto, es importante que los docentes sean conscientes de que los destinatarios de la formación poseen una historia de vida que les ha aportado experiencias laborales y personales. Sobre este capital de saberes se situará el nuevo aprendizaje, que ha de ser significativo.

Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.

Se implementarán actividades individuales y grupales. Las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Las actividades grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas.



Todas las actividades propuestas contemplarán el necesario registro escrito de conceptos, a través de ejercicios destinados a tal fin en el Material Didáctico.

Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos, con el fin de crear competencias relacionadas con el rol.

Los conocimientos previos de los alumnos se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.

El error debe ser considerado como instancia para el aprendizaje: como una verdadera señal, tanto para el docente como para el alumno. El docente podrá ajustar sus acciones en función de los errores producidos por sus alumnos. El cursante, al reflexionar sobre su error, podrá arbitrar medios para subsanarlo, con ayuda del docente y en forma responsable.

Se promoverá que el alumno sea consciente de su propio aprendizaje y que se desarrolle en forma autónoma, respetando su condición de adulto y apelando a su compromiso como persona.

Se realizarán actividades que desarrollen en los destinatarios dos capacidades comunicativas fundamentales para el ejercicio del rol: expresión oral y escucha.

La secuencia didáctica modular estará organizada en:

Actividades de inicio, cuyo propósito es explorar los saberes previos, las expectativas e intereses de los cursantes; presentar de manera significativa el módulo y explicitar los objetivos y la metodología de trabajo para que los participantes sepan qué van a realizar, por qué se propone y cómo van a trabajar.

Actividades de desarrollo, las cuales profundizan las capacidades específicas a desarrollar en cada módulo y promueven la integración de las mismas, interrelacionando en forma equilibrada las actividades prácticas con las de reflexión, las ejemplificaciones, los debates, las explicaciones y las demostraciones adecuadamente, de modo de contribuir al logro de las capacidades requeridas.



Desde esta misma concepción, se propone la estrategia de observación y análisis del desempeño del rol en una situación simulada de trabajo real a través de una filmación (de ser posible) con el objetivo de identificar los errores de manera concreta y plantear las alternativas para superarlos.

Actividades de cierre, que consisten en ejercicios de rescate y síntesis de los conocimientos trabajados.

Se sugieren actividades integradoras, para la aplicación de todas las capacidades adquiridas durante la cursada del mismo.

Pero las actividades de cierre también pueden ser pequeños ejercicios integradores propuestos al final de cada clase, a modo de síntesis.

6. Criterios de evaluación.

La concepción pedagógica planteada implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y momento del aprendizaje en que se implementan:

Evaluación diagnóstica: El objetivo principal es la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.

Evaluación de proceso: a lo largo del desarrollo de los módulos, el docente deberá evaluar el proceso de aprendizaje, con técnicas e instrumentos que dependerán de las características del grupo.

El docente debe tener en cuenta la importancia de registrar sus observaciones, para poder hacer un efectivo seguimiento individual y grupal. El objetivo de esta evaluación continua es el de hacer los ajustes necesarios a la planificación previa del módulo y tener información sobre la evolución de cada alumno. Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.



Evaluación de resultados o final: los alumnos deberán aprobar una evaluación final o de resultados, cuyos criterios de evaluación serán las evidencias de desempeño y conocimiento pretendidas como logro de las capacidades desarrolladas, establecidas como objetivos modulares.

7. Requisitos para la implementación del diseño.

Infraestructura:

Aula con capacidad para 25/30 personas.

Equipamiento básico:

Mesas y sillas.

Elementos de trabajo:

Vajilla.

Cubiertos

Manteles.

Servilletas

Repasadores.

Trapos rejilla.

Biromes.

Insumos:

Bandejas.

Paneras.

Detergente.

Lavandina.

Escobas.

Secadores.

Trapos de piso.

Documentación técnico-administrativa:



Croquis de salón o plano.

Facturas.

Tickets válidos como facturas.

Equipamiento de aula:

Sillas, pizarra y fibrones.

Material didáctico (un ejemplar por alumno).

Fotografías y/o filminas.

Reproductor de CD, DVD, y TV.

Filmadora.

Perfil del equipo técnico-docente involucrado:

Los docentes deberán contar con experiencia en el desempeño del rol y deberán poseer conocimientos actualizados de los cambios que se producen constantemente en el sector gastronómico y de turismo.

Preferentemente deberán tener experiencia en la tarea docente, pudiendo atender al ritmo de aprendizaje individual de cada participante y la diversidad en el perfil de los mismos, en la planificación de las actividades de clase.

En el caso del docente de inglés, se considera prioritario que cuente con conocimientos propios de los sectores de la gastronomía y del turismo.

Se recomienda el trabajo interdisciplinario entre los docentes a cargo del curso.



5. Material Didactico:

I. INTRODUCCIÓN.

El turismo es una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas ocupa uno de los primeros lugares dentro de la industria del rubro de servicios. Esta situación obliga al sector a contar cada vez más con trabajadores que brinden servicios con altos estándares de calidad, que sean más competitivos y que ofrezcan los resultados de satisfacción esperados.

En este marco, el Ministerio de Turismo de la Nación, tiene como objetivo promover un posicionamiento líder del país como destino turístico reconocido por la calidad total de su oferta turística.

A través de la aplicación de sistemas de gestión de calidad para el área turística se crearon las NORMAS IRAM SECTUR, con el objetivo primordial de sumar CALIDAD al servicio turístico.

El presente manual contiene las acciones, situaciones y actividades de los procesos idóneos que se llevan a cabo para la gestión del servicio de EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS.

II. DESCRIPCIÓN DEL MANUAL

Este manual tiene el propósito de llevar a cualquier persona que manipula alimentos, pero en especial a los profesionales de este oficio, el conocimiento necesario que les facilite aplicar pautas correctas en su trabajo cotidiano. Se espera que sea también una fuente de consulta permanente sobre los temas del manejo higiénico de los alimentos

El presente manual busca brindar una información clara y precisa al EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS, proporcionándole las herramientas adecuadas para atender al visitante que llega a la región, de manera que cuente con una guía de acción basadas en normas de



competencia laboral y de calidad turística, que pueda aplicar en diferentes situaciones laborales y le permita ser capaz de desempeñarse de manera eficiente para lograr los resultados de calidad esperados.

El expendedor de bebidas y alimentos en el desempeño de su actividad, pasa a ser un actor más y de suma importancia dentro de la actividad turística, ya que es la persona encargada de ofrecer productos en buen estado de consumición a todos aquellos cliente que convertidos en turistas deciden visitar un destino.

Busca desarrollar la importancia de atender con calidad al turista.

III. MARCO TEÓRICO DEL EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS.

Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público.

El turista es la persona más importante para nosotros, por ende debemos intentar llegar a conocer cuáles son sus necesidades, dado que de éstas surgen sus deseos y expectativas, las mismas deben ser entendidas como lo que el cliente espera de un producto o servicio. Será la impronta o sea el valor diferencial de las expectativas que otorgarán un carácter de competitividad en nuestro desempeño para lograr la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente, el objetivo alcanzar ese desafío y **superar estas expectativas.**

Atender a un cliente no solo significa ofrecerle consumir un producto que satisfaga su necesidad de hambre o sed, es más que eso, es entrar en contacto directo con la persona que entre tanta oferta eligió este establecimiento para satisfacer su necesidad, es por ello que debemos entender que el cliente es la persona más importante: **ES NUESTRA PRIORIDAD.**

Ofrecerle adquirir nuestros productos implica no solo que lo consuma, sino que el mismo lleve el sello de CALIDAD.



Para ello el expendedor de bebidas y alimentos deberá mantener normas de higiene, cuidado e inocuidad en el manejo de los alimentos que ofrece.

Manipular alimentos es un acto que sin importar nuestro oficio, todos realizamos a diario. Bien sea como profesionales de la gastronomía, como amas de casa o expendedores de bebidas y alimentos.

Muchas veces se cree que quienes preparan los alimentos son únicamente los operarios y supervisores de plantas, los chef y cocineros en hoteles, confiterías o restaurantes, pero la verdad es que hay muchas otras personas que con su esfuerzo y trabajo pueden contribuir diariamente a que los alimentos que consumimos tengan una calidad higiénica que nos evite a todos el peligro de enfermedades.

Las enfermedades transmitidas por alimentos afectan a los más susceptibles como son niños, ancianos, mujeres embarazadas y personas enfermas y se sabe que cerca de dos terceras partes de las epidemias por esta causa, ocurren por consumo de alimentos en restaurantes, cafeterías, comedores escolares y en las mismas viviendas.

Si manipulamos los alimentos siempre con las manos limpias y practicamos las normas higiénicas adecuadas evitaremos que nuestras familias, o nuestros clientes se puedan enfermar por consumir un alimento contaminado.

Las enfermedades transmitidas por alimentos se adquieren, entonces, al consumir alimentos que se han contaminado durante su obtención o elaboración y es bueno saber que éstas enfermedades son producidas casi siempre por un mal manejo de los alimentos al momento de prepararlos, pero lo importante es que adoptando hábitos higiénicos adecuadas en su



manejo, es posible evitarlas.

Básicamente los alimentos contaminados pueden causar dos tipos de enfermedad:

Infección: se presenta cuando consumimos un alimento contaminado con gérmenes que causan enfermedad, como pueden ser bacterias, larvas o huevos de algunos parásitos. Puede ser el caso de bacterias como Salmonella, presente con más frecuencia en huevos, carnes, pollos, lácteos, vegetales crudos y frutas cortadas o peladas.

Lo importante de las infecciones, es que pueden ser prevenidas adoptando medidas higiénicas adecuadas para evitar que los alimentos se contaminen. Por ejemplo, asegurando una cocción completa de los alimentos en el momento de prepararlos, o realizando un buen lavado y desinfección de los que habitualmente se consumen en estado crudo como son las verduras y las frutas.

Intoxicación: se presenta cuando consumimos alimentos contaminados con productos químicos, o con toxinas producidas por algunos gérmenes, o con toxinas que pueden estar presentes en el alimento desde la captura, recolección o desde la producción primaria o la cría, como es el caso de las toxinas contenidas en algunos mariscos.

Algunas de las toxinas que causan con más frecuencia enfermedades en la población, son por ejemplo las producidas por bacterias como el estafilococo dorado (aureus), que puede estar presente en heridas de las manos o la piel, en granitos, en ojos u oídos con pus, así como en la nariz o garganta de las personas.

Otro ejemplo de intoxicación es la del botulismo, causada por toxinas producidas por una bacteria en alimentos como embutidos y enlatados, o conservas, especialmente si son preparados en forma no adecuada en ambientes caseros.



Cuando ese microorganismo contamina el alimento y se dan las condiciones para que se reproduzca en cantidades importantes sobre éste, la bacteria produce la toxina causante de la enfermedad, la que en este caso tiene la particularidad de ser resistente al calor, con lo cual ni siquiera la cocción o recalentamiento logran eliminarla del alimento.

Las Enfermedades Transmitidas por Alimentos, de acuerdo a las cifras que maneja la Organización Mundial de la Salud (OMS) constituyen uno de los problemas de salud más extendido en el mundo actual y son causa importante de reducción de la productividad y de ausencia laboral.

Una lista grande de gérmenes como bacterias, virus y parásitos son los principales causantes de las diarreas, que son la manifestación más frecuente de este tipo de enfermedades que son transmitidos al hombre por medio del alimento o del agua contaminada.

A continuación se detallan a modo de información las enfermedades más comunes contraídas por bacterias.

Salmonelosis

Esta enfermedad, causada por varias especies de la bacteria llamada Salmonella, produce en el hombre y los animales dos tipos de síntomas tales como gastroenteritis y fiebres intestinales como es el caso de la tifoidea. Las Salmonellas son resistentes a la congelación y a la deshidratación, pero no sobreviven en medios muy ácidos y por fortuna, son como casi todas las bacterias, poco resistentes al calor.

Botulismo

Enfermedad causada por las toxinas que son las más que se potentes que se conocen, capaces de paralizar el sistema nervioso y que son producidas por la bacteria del botulismo, que también se reproduce en medios, sin aire y produce esporas.



Triquinelosis

Esta enfermedad, de mucha importancia para la salud pública de nuestro país, es causada por un parásito en forma de lombriz que por su tamaño, que sí puede ser detectado en el alimento y además puede ser eliminado completamente con la buena cocción de los alimentos.

Intoxicaciones con sustancias químicas:

En todos los lugares donde se preparan alimentos, se manejan para la limpieza o el control de plagas, diferentes sustancias químicas peligrosas como los detergentes y los plaguicidas, los cuales de no ser debidamente etiquetados, transportados, almacenados y utilizados, pueden dar lugar a la contaminación de los alimentos y a la aparición de brotes de enfermedades, ocurridos casi siempre por equivocaciones o confusiones en su manejo.

Contaminación de los Alimentos y Fuentes de Contaminación.

Mecanismos de Contaminación

Antes de llegar al consumo, los alimentos pasan por diversas etapas desde la cosecha durante los cuales son sometidos a la manipulación de varias personas entre ellos el productor, el transportista, el proveedor, el almacenador, el procesador (cocinero, operario u otro) el mozo, el ama de casa, pasos en los domésticos que los alimentos pueden sufrir contaminación.

El concepto de CONTAMINACIÓN se contaminado con ese tipo de objetos entiende como toda materia que se incorpora al alimento sin ser propia de él y con la capacidad de producir enfermedad a quien lo consume.

Básicamente esas materias pueden ser de biológico, de tipo químico y de tipo físico.

- ✓ Contaminación biológica: Incluye a las bacterias, parásitos y los virus. El problema principal lo constituyen las bacterias por su capacidad de



reproducirse sobre el alimento hasta cantidades que enferman a la persona que los consume o hasta que producen toxinas que enferman.

Su capacidad de reproducirse hace que en pocas horas se formen grupos o colonias de millones de bacterias que aún en esa cantidad resultan imposibles de ver a simple vista en el alimento

- ✓ Contaminación química: Generalmente ocurre en el mismo lugar de producción primaria del alimento, por residuos que quedan de sustancias utilizadas para controlar las plagas en los cultivos, o sustancias como drogas veterinarias en los animales enfermos que luego son sacrificados

- ✓ Contaminación física: Varios tipos de materias extrañas pueden contaminar el alimento como pueden ser partículas de metal desprendidas por utensilios o equipos, pedazos de vidrio por rotura de lámparas, pedazos de madera procedentes de empaques o de tarimas, anillos, lapiceros, pulseras u otros, todos los cuales pueden caer en el alimento y contaminarlo.

Factores que intervienen en la contaminación de los alimentos:

- ✓ Contaminación por bacterias
Como todo ser viviente, las bacterias requieren ciertas condiciones para vivir y reproducirse, así que el conocer cuáles son esas condiciones y de qué manera podemos actuar sobre éstas, nos permitirá evitar que las bacterias se reproduzcan. Si bien estas pueden llegar a los alimentos, sólo pueden reproducirse si nosotros les facilitamos las condiciones necesarias por ejemplo dejándolos mucho tiempo a temperatura ambiente.

- ✓ Contaminación por sustancias químicas.



Con mucha frecuencia, la contaminación de los alimentos con químicos ocurre por confusiones o errores del personal que manipula alimentos, en situaciones como:

Etiquetado y empaque: Al trasvasar o fraccionar sustancias químicas, éstas no son identificadas debidamente. También se utilizan para colocar alimentos recipientes que antes contenían químicos como sustancias para la limpieza, lavandina, insecticidas u otros la cual es una práctica muy peligrosa. También cuando estos son empacados en recipientes poco herméticos, causan pérdidas y facilitan su contacto con los alimentos

- ✓ **Preparación o formulación:** Al momento de mezclar ingredientes en una preparación puede presentarse una confusión entre sal y nitrito de sodio, o entre harina y un insecticida en polvo, si es que las sustancias no han sido debidamente marcadas o etiquetadas
- ✓ **Almacenamiento:** Sustancias químicas que son almacenadas en contacto con los alimentos, colocadas sobre estos o en cercanía, pueden contaminación. Son muy habituales los accidentes en esta etapa, por lo cual está prohibido el almacenamiento de los mismos junto a los alimentos.

Aspectos normativos referidos al manejo de los alimentos y al manipulador

Buenos hábitos para el manejo higiénico de los alimentos, deberían ser aplicados antes que todocomo una **actitud responsable** y como el medio más seguro de evitar que nos enfermemos nosotros, nuestras familias o nuestros clientes.

No obstante, las autoridades en todo lugar, tienen reglamentos sanitarios que hacen obligatorio la observación de normas referidas al manejo



higiénico de los alimentos: para el caso de los establecimientos que producen, elaboran o distribuyen alimentos, estas normas se refieren al cumplimiento de lo que se conoce como las Buenas Prácticas de Manufactura, que deben ser entendidas como medidas preventivas de aplicación simple y habitual.

Para el caso de los manipuladores, estas normas establecen requisitos para ejercer el oficio de manipulador de alimentos, entre otros, la necesidad de realizar un curso de capacitación en el manejo higiénico de alimentos.

El asimilar y poner en práctica los conocimientos para la prevención de las enfermedades causadas por el mal manejo de los alimentos en todas las etapas de la elaboración, ayudará no sólo a evitar esas enfermedades a usted mismo, a su familia o a sus clientes, sino que también le evita el tener que tirar alimentos por alteración o putrefacción.

El estar capacitado para manejar higiénicamente los alimentos, le será un requisito indispensable para ejercer su oficio.

IV. ASPECTOS GENERALES DEL SISTEMA DE GESTION DE LA PRESTACION DEL SERVICIO

Mencionamos que el turista es un actor principal en la actividad turística, sin el circuito oferta-demanda no se completaría. Actualmente el crecimiento de la actividad turística y su incorporación a lo económico, ha brindado una expansión y diversidad en el accionar turístico, son cada vez más las actividades que se incorporan para completar el trabajo turístico y esto significa un crecimiento a nivel de ingreso de ganancias como perfeccionamiento en la actividad a desarrollar. Para ello es importante tener en cuenta la manera de atender al turista, la amabilidad con que se trata al turista, el cuidado de la imagen personal, la atención, discreción y respeto con que se dirige.

Un turista bien atendido regresa siempre.



Es importante destacar que la actividad que realiza el expendedor de bebidas y alimentos, ocupa un lugar dentro de la actividad turística, ya que es él, junto a otros actores, que tienen la importante de misión de hacer que el cliente pueda colmar sus expectativas, satisfacer su necesidad y lograr que el mismo quede completamente feliz con lo que adquirió. Detrás de todo este proceso entran en juego competencias y calificaciones capaces de hacer que este simple acto de compra o venta sean realizadas con conciencia de CALIDAD para lograr la SATISFACCIÓN.

V. GESTION DE LOS RECURSOS.

La actividad turística en el plano de acción económico, está brindando oportunidades de crecimiento laboral y la creación de nuevas funciones competitivas, con el único objetivo de satisfacer al cliente, en este caso el turista.

Es importante que la persona que desempeñe esta actividad posea y adquiera actitudes y conocimientos que le permitan ejercer con profesionalismo, calidad y excelencia en su actividad:

- Aspecto cuidado y de aseo, recordemos que la primera impresión siempre es la que cuenta.
- Cordialidad: se educado ofrece una sonrisa a modo de recibimiento, escucha con interés sobre lo que le turista te está solicitando y hazle sugerencias al respecto.
- Ayuda y agradecimiento: ofrece servicios adicionales que puedan complementar su estadía y agradece su visita.
- Crecimiento personal: se preocupa por su formación profesional.

La tarea del expendedor de bebidas y alimentos, trae consigo dos premisas importantes

* Ofrecer productos de calidad.

*Lograr la satisfacción del cliente con la adquisición del producto.



Partiendo de esta base, comenzaremos a desarrollar la CALIDAD, de los productos que ofrece, para ello es importante tener en cuenta que lo que se ofrecen son productos alimenticios, por ende existen reglamentaciones que son de suma importancia referidas a la manipulación de los alimentos y los cuidados que se deben tener. Este es el primer paso de la CALIDAD.

Si aceptamos que la causa principal de la contaminación de alimentos es la falta de higiene en la manipulación, las personas encargadas de esta labor, juegan un papel importante con sus actitudes para corregir ésta situación. Es más, su actitud responsable al manipular alimentos, es definitiva para evitar enfermedades.

Esto hace que el expendedor, practique reglas básicas que tienen que ver con su estado de salud, su higiene personal, su vestimenta y sus hábitos durante la manipulación de los alimentos.

La correcta presentación y los hábitos higiénicos además de ayudar a prevenir las enfermedades, dan una sensación de seguridad al consumidor y en el caso de negocios de comida, significan un atractivo para el cliente

- ✓ **Estado de salud:** Si se está enfermo de las vías respiratorias, del estómago o si se tienen heridas en las manos o infecciones en la piel lo más recomendado es evitar en ese tiempo la manipulación de alimentos, por la alta probabilidad de contaminarlos con gérmenes. En ese caso, conviene que la persona desempeñe otra actividad diferente a la elaboración, donde no entre en contacto directo con los alimentos

Como parte de los controles de salud las autoridades exigen a veces la práctica de exámenes médicos o de laboratorio, pero el estar debidamente capacitado para la manipulación higiénica es el requisito más importante para ejercer este oficio. Aquellos exámenes no obstante, pueden ser apropiados de ser practicados, si existen razones de tipo clínico o epidemiológico que así lo aconsejen.



- ✓ **Higiene personal:** Dado que la prevención de la contaminación de los alimentos se fundamenta en la higiene, es esencial practicar este buen hábito. Por eso, si se dispone de agua en casa, es necesario ducharse antes de ir a trabajar, con mayor razón si en el lugar de trabajo no existen facilidades para hacerlo.

El lavado de las manos siempre antes de TOCAR los alimentos y luego de cualquier situación o cambio de actividad que implique que éstas se hayan contaminado, debe ser considerado la clave de oro del manipulador. De esa manera, éste hábito debe ser practicado antes de empezar a trabajar, al tocar alimentos crudos y después tener que tocar otros alimentos o superficies, luego de utilizar el baño, luego de rascarse la cabeza, tocarse el pelo, la cara, la nariz, de estornudar o toser aún con la protección de un pañuelo o luego de tocar la basura o mascotas.

Un correcto lavado de manos debe incluir estas etapas:

- Remangar el uniforme hasta el codo.
 - Enjuagar las manos y el antebrazo hasta el codo.
 - Frotar las manos con el jabón hasta que se forme espuma y extenderla por las manos.
 - Cepillar cuidadosamente manos y uñas. A falta de cepillo, el lavado con agua y jabón se hará al menos por 20 segundos restregando fuerte manos y uñas.
 - Enjuagar bien al chorro de agua desde las manos hacia los codos.
 - Secar con toallas de papel o en su defecto toalla de tela siempre limpia.
 - Desinfectar las manos en una solución apropiada de ser necesario. Puede ser alcohol en gel.
- ✓ **Vestimenta:** Es la razón principal para usar una indumentaria de trabajo que esté siempre limpia y que incluya:



- una gorra, cofia o ambas, que cubran totalmente el cabello, para evitar su caída sobre los alimentos. Este elemento antes que ser decorativo, debe cumplir la función de cubrir completamente el cabello.
 - un barbijo, que debidamente usado cubriendo nariz y boca, ayuda a proteger los alimentos de gotitas provenientes de la nariz o la boca
 - guantes, para acciones específicas especialmente en manipulación de cocidos listos para el consumo, si ésta no puede hacerse con utensilios.
 - La indumentaria debe ser de color blanco o en su defecto de color claro para visualizar mejor su estado de limpieza
- ✓ **Hábitos deseables:** Además de los hábitos referidos a la higiene personal y la vestimenta, el manipulador siempre debería acostumbrarse a:
- Lavar prolijamente utensilios y superficies de preparación antes y después de usarlos
 - Lavar prolijamente vajilla y cubiertos antes de usarlos para servir
 - Tomar platos y fuentes por los bordes, cubiertos por el mango, vasos por el fondo tasas por el asa
 - Lavarse las manos antes de arreglar la mesa.
- ✓ **Hábitos indeseables:** Los hábitos que sí TIENE QUE EVITAR:
- Hurgarse o rascarse la nariz, la boca, el cabello, las orejas descubiertos, o tocarse granitos, heridas, quemaduras o vendajes, por la facilidad de propagar bacterias a los alimentos en preparación. De tener que hacerlo, acudir a un inmediato lavado de manos
 - Fumar, comer, mascar chicle, beber o escupir en las áreas de preparación de alimentos. Estos son hábitos inadmisibles
 - Usar uñas largas o con esmalte. Esconden gérmenes y desprenden partículas en el alimento.



Usar anillos u otros elementos, que además de esconder bacterias, pueden caer en los alimentos o equipos y además causar un problema de salud al cliente o un accidente laboral.

- Manipular alimentos o ingredientes con las manos en lugar de utilizar los materiales apropiados.

Condiciones del establecimiento donde preparan alimentos

Los factores del ambiente y las condiciones del lugar donde se preparan alimentos, determinan en gran medida que haya más o menos posibilidades contaminación de los alimentos. Estas condiciones son parte de lo que se conocen como BUENAS PRACTICAS DE MANUFACTURA.

El control de esas condiciones estará algunas veces en manos del manipulador, como en el caso de quien es propietario y manipulador a la vez, o del miembro de una familia que prepara alimentos, pero en otros casos, el mantener estas condiciones será algo que escapa a su control, no obstante el manipulador puede informar y alertar a su supervisor

En relación a la necesidad de mantenerlas

Algunas de esas Buenas Prácticas de Manufactura conviene que sean conocidas por el manipulador y tendrán variaciones dependiendo de lo complejo o no de cada establecimiento, incluyen:

- ✓ Ubicación del lugar de preparación y entorno: Los principios básicos para prevenir la contaminación de los alimentos, indican un entorno alejado de los depósitos de basura, corrientes de aguas cloacales, lugares de producción de tóxicos y otras fuentes de contaminación.
- ✓ Diseño e higiene de las instalaciones: La correcta distribución de las zonas y la separación de las que corresponda según el proceso que se lleve a cabo, es una consideración muy importante relacionada con



la higiene de los alimentos. Es deseable que exista separación entre áreas donde se manejan materias primas y áreas de preparación, entre cocina caliente y cocina fría, entre otros ejemplos.

- ✓ Área de lavado y desinfección de equipos: Integrada por piletas, bachas u otros medios utilizados para la limpieza de desinfección de equipos y utensilios. Debe estar dotada de agua fría y caliente.
- ✓ Materiales de construcción: Todo material utilizado en pisos, paredes y techos donde se preparen alimentos deben ser lisos e impermeables, accesibles para facilitar su limpieza y desinfección. Sin grietas, roturas o diseños que permitan acumulación de suciedad o de bacterias.
- ✓ Iluminación y ventilación: Una buena iluminación facilita los procesos llevados a cabo. Las lámparas deben tener protección para evitar que caigan pedazos de vidrio sobre los alimentos en caso de rotura.
La buena ventilación ayuda a controlar la temperatura interna, así como el polvo, humo y vapor excesivos. Si existen extractores de humo o vapor en la cocina. Las puertas y ventanas ayudan a mejorar la ventilación. Por su función de ayudar a proteger al ambiente donde se efectúe el proceso, deberán ser en materiales lisos, fáciles de limpiar y además las ventanas tendrán vidrios y/o protecciones tipo mosquiteros o similar para prevenir la entrada de polvo, insectos y otras plagas.
- ✓ Áreas de recepción y almacenamiento: Ambas áreas deben estar en buenas condiciones higiénicas para mantener el buen estado de las materias primas. El almacenamiento debe asegurar una temperatura adecuada al tipo de materia prima que se utilice. Habitualmente encontraremos áreas de almacenamiento para:
 - Refrigerados y congelados.
 - Frutas y verduras
 - Vajilla y otros.
 - Productos de limpieza



Procedimientos para limpieza y desinfección

Esta labor es clave dentro de la manipulación higiénica de los alimentos y la colaboración del manipulador, fundamental para lograr estándares altos a este respecto

En todos los lugares de preparación, sin importar su tamaño, volumen de producción, equipamiento o personal, deben practicarse a diario tareas de limpieza y desinfección de:

- Las áreas de proceso (paredes, pisos, techos)
- Las superficies en contacto con los alimentos (mesas, recipientes, utensilios, equipos)

La limpieza consiste en sacar toda la suciedad visible y la desinfección, en disminuir o eliminar las bacterias de instalaciones, superficies en contacto con alimentos, equipos o utensilios, recordando siempre que sin un buen proceso de limpieza, la desinfección es incapaz de producir el resultado esperado.

Programas de control de plagas: La proliferación de plagas donde se preparan alimentos, tiene mucha relación con las condiciones estructurales, con la forma de almacenar y disponer los desechos en el lugar y con tratamientos eficaces de limpieza y desinfección, con lo cual, todas las medidas que el manipulador tenga a su alcance, son de gran ayuda para el control de este problema.

En establecimientos de cierta complejidad, el control de plagas es confiado a firmas especializadas, pero la vigilancia por parte del manipulador de estas condiciones, siempre debe considerarse como el primer paso para un mejor control, junto con medidas complementarias como la aplicación de químicos. La tendencia para el control de las plagas, es hacia el uso de medidas que previenen su proliferación en el establecimiento, antes que medidas que hacen uso de sustancias químicas tóxicas para controlarlas.

Fuente: www.msal.gov.arwww.anmat.gov.ar



www.msal.gov.ar www.anmat.gov.a

Anteriormente mencionamos que la tarea del expendedor de bebidas y alimentos, trae consigo dos premisas importantes

* Ofrecer productos de calidad.

*Lograr la satisfacción del cliente con la adquisición del producto

Nos ocuparemos ahora de la segunda premisa: **SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**. Tan de moda en los últimos años, esta frase ha tomado forma y es el motor principal que posee cualquier empresa o establecimiento, sin importar dimensiones, cantidad de empleos e incluso tipo de producto o servicio que va a ofrecer. Lograr un cliente satisfecho no es tarea menor, ya que de esa experiencia dependerá la elección que realice el cliente en una futura visita.

A continuación desarrollaremos, a modo de incorporación de saberes, como se genera la cultura turística y que rol le compete al expendedor de bebidas y alimentos en este largo trayecto de la actividad turística.

LA CULTURA TURÍSTICA

La comunidad como parte importante de la actividad turística, es quien le da vida al turismo, ya sea como turista o como anfitrión. Esta participación de las personas implica un compromiso por parte de toda la comunidad. Este compromiso va desde capacitarse para relacionarse con los turistas hasta mostrar, explicar, describir los valores de la cultura y las raíces de su comunidad.

La actitud hacia el visitante por parte de la comunidad, es parte de la experiencia que vive el turista. Esta se logra contando con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, que otorgan la calidad que el turista espera recibir.

Además de la atención al turista, la calidad en el turismo incluye una serie de factores que la determinan: **la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de toda la actividad turística.**



Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista. Si falla alguno de ellos, la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente.

La calidad turística está ligada al destino.

ELEMENTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA.

Mencionamos con anterioridad que la cultura turística se nutre de lo que brinda la comunidad por ello es importante destacar elementos importantes que harán la diferencia al momento que el turista tenga la posibilidad de elegir nuevamente el destino.

- **Conciencia Turística:** que la comunidad esté orientada a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, visitantes, vecinos, compañeros de trabajo).
- **Conocimiento y Preparación:** Ejecutar Planes de Capacitación para quienes participan en el turismo para que cada día estén mejor calificados para interactuar con los turistas y brindar servicios de calidad.
- **Valores:** Aplicar principios éticos: Compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.
- **Servicio:** Buscando la satisfacción del turista se brindará un servicio honesto y profesional.
- **Calidad:** Que garantice la satisfacción del turista, como así también para todos aquellos que tengan relación con el trabajo. Valor agregado.
- **Calidez:** Como anfitriones, actuar siempre con cordialidad, amabilidad y hospitalidad al visitante.
- **Profesionalismo:** Que se destaque la calidad y el servicio que prestemos cada vez que trabajemos, por sencillo o simple que sea, y además que estos factores sean calificados como óptimos por el turista.



LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

¿Cómo gestionamos la calidad?

Logrando que el cliente este satisfecho por la experiencia vivida en la adquisición de un servicio, en este caso el turista.

¿Cómo alcanzamos la excelencia?

Se refleja con actos sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amable y cortés.

Importancia de la Calidad en el Servicio al turista

¿Quién es el cliente?

Es alguien que impulsado por un interés personal, tiene la opción de recurrir a un servicio o producto.

Este cliente puede tener opciones, por lo tanto debemos tratar de captarlo antes de que lo hagan otros

Servicio de calidad

Un servicio de calidad satisface (de manera real o percibida) al cliente de sus necesidades de modo consistente y confiable.

Es importante destacar que el primer cliente es el empleado que sirve a la empresa, por lo tanto, es un objetivo importante a plantear y cumplir mantener la motivación constante.

Para tener un servicio de calidad se debe impartir capacitación técnico-profesional a las personas involucradas en brindar servicios turísticos, desarrollando programas de complementación, profesionalización y especialización para el personal.

10 Códigos del Servicio de Calidad

1. A tienda al cliente de inmediato.
2. De al cliente su total atención.
3. Haga que los primeros 30 segundos, cuenten.
4. Sea natural, no falso ni mecánico.



5. Demuestre energía y cordialidad.
6. Sea el agente de su cliente (trabaje para él) esté de su lado.
7. Piense: use su sentido común.
8. Algunas veces ajuste las reglas (sea flexible).
9. Haga que los últimos 30 segundos, cuenten
10. Manténgase en forma

ejemplos reales y/o simulados, los 10

7 Reglas en la prestación del servicio

- 1 Inicie el servicio con una buena impresión.
- 2 Conozca bien y ponga mucho interés en su trabajo.
- 3 Conozca los atractivos turísticos de su región y los que están cerca del emprendimiento.
- 4 Escuche atentamente y muestre interés por el visitante /turista.
- 5 Comprométase con su emprendimiento y su región.
- 6 Colabore con otros prestadores de servicios.
- 7 Finalice el servicio con una buena impresión.

EL COMPORTAMIENTO y LA ACTITUD

Aspectos de Comportamiento

Son base del comportamiento:

- La Amabilidad, que se refleja en el trato afectuoso y cordial con el visitante/turista.
- La Cortesía, que se evidencia en demostraciones de respeto.
- La Eficiencia, la facultad para prestar servicios en tiempo y forma contando con las habilidades y destrezas necesarias.
- La Disposición, el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia del trabajo de cada uno.
- La **Aptitud**, Son las capacidades y habilidades que se poseen para realizar un trabajo con Eficiencia y eficacia.



La actitud se expresa antes de decir una palabra. Se refleja en la forma en que miramos, estamos de pie, caminamos o hablamos. Es la manera en que usted ve las cosas, a sus compañeros y a su trabajo.

La actitud se ve reflejada en aquellos que:

- Disfrutan trabajando con y para otras personas.
- Poseen la capacidad de hacer que el turista se sienta importante.
- Gozan de un alto nivel de energía y disfrutan trabajando.
- Consideran que su trabajo es fundamental.
- Son flexibles y se pueden adaptar a demandas y experiencias nuevas.
- Son capaces de reconocer sus errores, enmendarlos y aprender de ellos.

Esos actos hacen que las expectativas del turista sobre el servicio sean de:

- Honestidad
- Cortesía
- Trato Justo
- Higiene
- Seguridad
- Hospitalidad

Todo buen anfitrión debe tener en cuenta que los turistas que visitan nuestra región eligieron ese destino para disfrutar y colmar sus expectativas, por ello debemos recibirlos bien y hacerlos sentir como si estuvieran en su casa.

El turista desea una estancia placentera, que lo traten bien. Si recibe todo esto, seguramente regresará y además, contará a otros sobre cómo fue su experiencia.

8 Principios básicos de la hospitalidad para los turistas

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
2. Trata al turista como te gustaría que te traten.



3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido.
4. Demuestra interés por capacitarse o estudiar.
5. Conoce la ciudad o región y sus atractivos para brindar una orientación oportuna y confiable
6. Promueve con orgullo los atractivos de tu región.
7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
8. Comenta con los integrantes de la región, tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.

Fuente: SECTUR- Secretaria de Turismo de la Nación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable- ETS www.turismo.gov.ar

¿Qué entiende el cliente por Calidad de Atención?

1. Voluntad de atender.
2. Atención.
3. Conocimiento del producto.
4. Gentileza.
5. Presentación personal.
6. Sinceridad.
7. Paciencia.
8. Educación
9. Agilidad
10. Solución del problema

EL CLIENTE ESPERA SER	EL CLIENTE ESPERA TENER
AYUDADO	RESPUESTAS
INFORMADO	SOLUCIÓN A SU PROBLEMA
QUERIDO	PLACER AL HACER SUS COMPRAS



FELIZ	PREDISPOSICIÓN EN QUIEN LO ATIENDA
RESPETADO	GENTE QUE SEPA COMO HACER SU TRABAJO
RECONOCIDO	LIMPIEZA E HIGIENE (PERSONAL Y DEL LUGAR)

En base a lo desarrollado podemos decir que existen infinidad de conceptos sobre atención al cliente. Todos confluyen en un aspecto: **LOGRAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE.** Pero para lograr esa excelencia es preciso determinar los tipos de clientes que frecuentan en el círculo comercial.

¿Quiénes son nuestros clientes?

El temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Está integrado por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

En base a la definición anterior podemos identificar y titular a nuestros futuros clientes en:

1. CLIENTE INTROVERTIDO
2. CLIENTE DURO
3. CLIENTE EXTROVERTIDO
4. CLIENTE CONDICIONADO
5. CLIENTE NERVIOSO
6. CLIENTE INABORDABLE



Características del cliente INTROVERTIDO	¿Cómo tratar un cliente introvertido?
RESERVADO	Un cliente introvertido demuestra interés en obtener confirmaciones concretas, respuestas objetivas y puntuales, analizando puntualmente cada momento de la charla. No realiza opiniones hasta no estar satisfecho de la respuesta que desea obtener.
CAUTO	
SERIO	
CALCULADOR	
CALLADO	
DISTANTE	

Características del cliente DURO	¿Cómo tratar un cliente duro?
SEGURO	Un cliente duro busca que se les informe con detalles pero puntualizando en el tema de su interés. Se dirige al resto en tono de voz elevado utilizando gestos y ademanes. Busca poner a prueba a quien esté enfrente de la charla. La palabra NO es su muletilla.
TAJANTE	
FIRME	
ENTENDIDO	
ABSOLUTO	

Características del cliente EXTROVERTIDO	¿Cómo tratar a un cliente extrovertido?
AMABLE	Un cliente extrovertido demuestra expresión, agrado y protagonismo. Halagarlos y hacerlos sentir importantes le llena el ego. No ignorarlos. Hacer que su comentario sea el más importante. Tiene necesidad de criticar para obtener ventajas.
AMISTOSO	
CORDIAL	
SIMPATÍCO	
HABLADOR	



Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente
CONDICIONADO	condicionado?
INDECISO	Un cliente condicionado demuestra inseguridad. Teme que rotulen su condición. Son personas desconfiadas, necesitan todo por escrito. No soportan la presión de tomar decisiones en el momento. Necesitan respuestas con profesionalismo.
TÍMIDO	
EXTRANJERO	
SORDO/ CIEGO/ MUDO.	
DIFICULTADES FÍSICAS Y/ O MOTORAS.	
ANCIANO	

Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente nervioso?
NERVIOSO	Un cliente nervioso demuestra dualidad en su comportamiento, con un trato apabullador y exigente. Se precipita en sus comentarios. Busca un diálogo puntual y concreto ya que se impacienta e irrita con facilidad.
EXCITABLE	
AGRESIVO	
MALHUMORADO	
IMPACIENTE	
GROSERO	
QUISQUILLOSO	

Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente
INABORDABLE.	inabordable?
INACCESIBLE	Un cliente inabordable demuestra desinterés por la información solicitada. Es imposible contactarse con él. Preparar un plan de
EVASIVO	
PONE BARRERAS	
NO DA RESPUESTAS	



	seguimiento adecuado es la manera
	propicia de obtener nuevamente el contacto. No ser reiterativos.

LOS CUATRO SABERES DE LA ATENCIÓN:

Saber escuchar, Saber hablar, Saber sentir, Saber hacer.

1. SABER ESCUCHAR.

Escuchar el cliente significa tener real atención e interés por él, desde la atención diaria, hasta cuando se quiere saber su opinión sobre la calidad de servicios prestados, entre otras.

Al entrar al negocio, muchas veces el cliente tiene su lista de compras ya definidas y localiza los productos en las góndolas, sin necesitar de alguien que lo ayude, en otras, el cliente se pierde entre los pasillos tratando de ubicar el producto que necesita y no encuentra quien lo ayude.

Todo lo que necesita es atención e interés. Alguien que lo aborde y pregunte “¿en qué le puedo ayudar?”. Alguien que realmente esté interesado en resolver su problema, atender su necesidad en ese momento.

La capacidad de escuchar activamente es fundamental para lograr **comunicaciones eficaces**. Sobre todo, cuando se trata de reclamos.

A modo de orientación se plantean elementos para mejorar el “Saber Escuchar”:

***Haga una pausa al hablar:** No podrás escuchar mientras estés hablando.

***Póngase en el lugar del otro:** Intente entender el problema o la cuestión, procurando sentir lo que el cliente está sintiendo o dónde quiere llegar.

***Pregunte:** Cuando no entiendas o cuando necesites mayores informaciones.

***No te apures:** No interrumpa a la otra persona, dándole tiempo para decir lo que quiere decir.



***Concéntrate:** Ponga su máxima atención a lo que el cliente le está diciendo. Espere a que presente toda la información necesaria y los hechos antes de buscar la solución.

***Utilice gestos, ademanes y frases a modo de comprensión:** Preste atención, demuestre que estás escuchado utilizando formas verbales (como “entiendo” o “comprendo”) o no verbales (por ejemplo: asintiendo con la cabeza

***Contrólate:** Recuerde que ante la queja de cliente no significa que él está en tu contra. No es una cuestión personal. Él está intentando resolver un problema que la empresa o alguien le ocasionó. La paciencia y humildad para reconocer si el error fue tuyo es muy importante y valorado en estos casos y recuerda: **Tus emociones pueden transformarse en barreras para la comunicación**

***Reaccione:** A las ideas y no a la persona. Ten presente que tú idea o prejuicio sobre la persona no influyan en lo que ella dice. Las ideas pueden ser buenas, aunque la persona no te simpatice.

***No “discuta mentalmente”:** Intentando ganar tiempo en la resolución del problema ocupamos nuestra mente en generar hechos que nos permitan desviar nuestra atención y no escuchar lo que el cliente intenta decirnos.

***Mantenga el ritmo de la conversación:** Adecuarse al tiempo y modo de la conversación que está teniendo con su cliente, recuerde que las personas piensan y hablan en ritmos distintos.

***Escuche lo que no se dijo:** Esté atento a lo que el cliente le quiere decir. Entre líneas se encuentra el motivo de la necesidad del cliente.

***No contradigas al cliente:** Espere que el cliente pueda explicar con claridad su situación. No trate de cambiar su argumento, lo único que logrará es que se inhiba y no se llegue a buen puerto.

***No juzgues o “creas”:** No realices presunciones sobre lo que el cliente está pensando de ti en el momento que está entablando una conversación. No pienses que quiere es avergonzarte, que está mintiendo, o que no le simpatizas y está tratando de perjudicarte.



***No clasifique al cliente:** No utilice rótulos para clasificar a sus clientes. Esos juicios equivocados e inadecuados pueden crear serios problemas en la comunicación.

***Armoniza:** Reconoce tus prejuicios, tus dificultades en la situación, evitando hacer de ella un nuevo problema para vos y para el cliente.

Esos medios de comunicación podrán ser utilizados por los clientes para establecer contactos con la empresa, informando los motivos de su insatisfacción o satisfacción, sugerencias, elogios a la atención, entre otras cuestiones.

2. SABER HABLAR.

El saber hablar involucra otros aspectos:

Lenguaje adecuado

Hablamos con el cliente a través de la comunicación verbal y no verbal (gestos, expresiones, postura), más de una vez hablamos por nuestros gestos o mirada que con nuestra boca.

Es interesante recordar que el cliente es una visita, alguien que llega a nuestra “casa” y espera ser bien atendido. Por esa razón, conviene recordar algunos cuidados para convertir esa “visita” en un momento agradable.

*Debemos comunicarnos con el cliente utilizando el lenguaje adecuado, es decir, sin modismos, expresiones vulgares o términos que él no comprenda.

*Hablar con claridad y objetividad, es el punto clave para el éxito de una comunicación. Es importante verificar que haya comprendido lo que le fue informado y preguntar si queda alguna duda.

*La voz debe estar en un volumen controlado y tener movimientos que refuercen alguna palabra. No se debe hablar más fuerte que el cliente, principalmente cuando él esté nervioso. Lo ideal es hablar más despacio que él. Se debe utilizar un poco más de volumen cuando se trata de personas ancianas (si tuvieran dificultades auditivas)



Nuestra forma de hablar indica, en la mayor parte de las veces, nuestras emociones y sentimientos. Debemos tener mucho auto-control para no perjudicar la relación con el cliente.

Algunas empresas adoptan estándares de atención, es decir, un conjunto de frases y expresiones que deberán ser utilizadas en el trato con los clientes.

Veamos algunas que podrán ser adoptadas:

- ¡Buen día! (o ¡buenas tardes! o ¡buenas noches!)
- ¡Es un placer verlo!
- ¡Gracias!
- ¡Vuelva siempre!
- ¿Cómo puedo ayudarlo?
- ¿Puedo serle útil en algo más?
- Por favor, podría esperar sólo un segundo...
- ¡Puedo entender cómo se siente!
- Que tenga un buen día – al despedirse del cliente
- Siempre que necesite, estaremos a su disposición
- Hasta mañana...

Sin embargo, debemos evitar expresiones como:

- ¿Eso es todo?
- Ud. no me está entendiendo...
- Eso, no es conmigo...
- Sí; ya lo sé, ya lo sé...
- No es mi culpa...
- Son órdenes del gerente...
- Ud. está totalmente equivocado...
- ¿Qué más quiere?

Lenguaje corporal.



Éste demuestra lo que estamos sintiendo. Y el cliente percibe cuando no estamos siendo sinceros, o sonreímos de mala gana, o le atendemos porque “tenemos” que hacerlo.

Nuestras palabras muchas veces expresan una cosa y el cuerpo otra. Es importante tener una imagen clara de nuestras expresiones habituales, nuestra forma de sonreír, de parar, de mover los brazos, las manos, de tocar el pelo o la piel, por ejemplo, para que podamos corregir y adecuar nuestro comportamiento en el trabajo, en la vida.

El contacto visual es fundamental en las relaciones humanas. A nadie le gusta ser ignorado y cuando no miramos al cliente, él puede sentirse ignorado. Mirar a los ojos del cliente demuestra atención, interés.

Educación y gentileza

Estas actitudes son fundamentales en la atención.

Aunque el cliente no sea educado, éste debe ejercitar la paciencia entendiendo que el cliente tiene sus razones para actuar de esa manera (y si no las conocemos, ¿cómo podremos analizarlas o juzgarlas?).

Tener educación es respetar los principios de convivencia, respetar al otro tal como es, ser cordial y cooperativo en cualquier situación.

Presentación personal

La apariencia personal es muy importante en cualquier área de nuestra vida. Más aún, en el ambiente del supermercado, donde se trabaja con alimentos y se vende salud.

El funcionario debe mantener sus cabellos limpios, y sus uñas cortadas y limpias. El cliente observa todos los detalles. Y no es sólo por esa razón que debemos preocuparnos con la apariencia personal. Una persona limpia, con ropas limpias, peinada, es un persona que se valora y es valorada por los demás.

Los muchachos deben afeitarse diariamente y para las chicas un labial discreto es fundamental.



La higiene diaria debe ser tan cuidadosa como la alimentación saludable. Se debe mantener la discreción al utilizar desodorantes, perfumes o colonias, evitando exageraciones

3. SABER SENTIR.

Sabemos que cada ser humano es distinto del otro. Tiene una cultura diferente, tiene necesidades y expectativas diferentes.

Así, el trato dispensado a un cliente no puede ser el mismo que se presta a otro. Cada persona debe ser tratada de acuerdo a su individualidad, a su personalidad.

¿Y cómo actuar, si cada persona percibe el mundo de una forma? ¿Qué es la percepción?

Podemos decir que la percepción es el conjunto de proceso que el ser humano utiliza para tomar contacto con el mundo, con la realidad.

¿Y cómo podremos saber cómo una persona percibe, siente los hechos?

No es muy fácil entender a cada individuo, pero si empezamos a observar a las personas, su forma de relacionarse con los demás, su forma de ser, sus características más marcadas, sus dificultades, podremos encontrar “pistas” o caminos adecuados para relacionarnos correctamente con ellas.

4. SABER HACER.

Este ítem es también muy importante, porque de nada sirve ser gentil con el cliente, estar impecablemente presentado, tener un local lindo si la persona que atienden al cliente no sabe hacer su trabajo.

Para ello es necesario tener profundo conocimiento de todas sus funciones, de las técnicas para realizar las actividades, de las acciones de la competencia, de las ofertas, de cómo operar los equipamientos, cómo limpiar e higienizar, en fin, saber todo lo que se refiere a su área de trabajo.



Quien conoce y disfruta de lo que hace, pregunta, analiza, busca informaciones, se capacita para prestar el mejor servicio, entendiendo que es ese el camino para su formación y evolución personal.

EL MANEJO DE LAS QUEJAS.

En un servicio que quiere vender calidad, el manejo de las quejas es un proceso que se califica como crítico, ya que es la valoración efectiva del servicio percibido.

Por regla general, las personas o clientes se acuerdan más de lo malo que de lo positivo.

En términos generales, para manejar una queja se deben seguir los siguientes pasos:

✓ Proceso para el correcto manejo de quejas

- Prestar atención al momento de recibir una queja (tomar nota de la situación descrita) y mostrar interés en ayudar al cliente.
- Si es posible brindar una solución en el momento, ofrézcala y ejecútela. En caso de que no sea factible, acuda a una instancia superior. En ambos casos la queja debe ser reportada.
- Darle seguimiento a la queja, hasta asegurarse de que fue debidamente solucionada. Verificar con el cliente que su queja fue solucionada y que este se encuentre satisfecho

✓ Manejo eficiente de las quejas.

- Si la queja es muy grave, es conveniente tratar el problema en forma confidencial, llevar al cliente a una oficina aparte y tratar el asunto en privado.



- Se recomienda apoyarse en una instancia superior, para reforzar la posición de que se está dando la debida importancia, tanto al cliente, como al motivo de su queja.
- Siempre hay que ser empáticos y ponernos en la situación del cliente para entender mejor el alcance del problema.
- Nunca se debe tratar de responsabilizar a ningún empleado delante del cliente.
- Hay que evitar en todo momento prometer al cliente soluciones que no son posibles de ejecutar.
-


Cabe resaltar que muchas empresas, tienen dentro de su organización departamentos especiales para la resolución de quejas.

Asimismo, como una práctica saludable, es recomendable mantener un registro de las quejas, qué las produjo y cómo pudieron ser solucionadas. Esto busca encontrar posibles causas recurrentes de quejas.

Se presenta un modelo de registro de quejas y no conformidades en el Anexo




ANEXO

	5 minutos... Un lugar para disfrutar en poco tiempo.	CORRECTIVA
		PREVENTIVA
INFORME DE ACCIÓN		Ref.:
TEMA/ASUNTO.		Fecha inicio:
		Realizado por:
1.- Personas que participan en la acción y coordinador:	2.- Descripción del problema que se quiere eliminar o evitar:	
3.- Acciones precedentes o primeras acciones adoptadas:		
4.- Causa o causas que generan el problema o que lo pueden generar:		
5.- Soluciones que atacan la causa del problema, posibles acciones:		
6.- Acciones correctivas / preventivas finalmente realizadas, incluyendo fechas:		
7.- Acciones que se efectuarán para verificar la eficacia de las soluciones implantadas, fechas y responsables:		
8.- Resultados obtenidos, conclusión del expediente:		



	Firma Responsable de la acción: Fecha cierre:
--	--

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DIARIAS.						
Rev 00 01/01/2014						
		Me tomo 5 minutos... Un lugar para disfrutar en poco tiempo.				
NOMBRE	ACTIVIDAD	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
PREPARÓ		APROBÓ		FECHA:		

5 MINUTOS... 
 “UN LUGAR PARA DISFRUTAR EN POCO TIEMPO”.

MANUAL DE BUENAS PRÁCTICAS DE MANUFACTURAS

Las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) son una herramienta básica para lograr productos alimenticios inocuos, de calidad y seguros para el



consumo humano, que se centralizan en la higiene y formas de manipulación. Ganar y mantener la confianza y la adhesión de los clientes, usuarios y consumidores de los productos alimenticios que ofrece cada establecimiento

Aspectos técnicos del Manual de Buenas Prácticas.

ESTABLECIMIENTOS. REQUISITOS GENERALES

INSTALACIONES.

Los edificios e instalaciones deben ser de construcciones sólidas y sanitariamente adecuadas.

Los materiales usados en la construcción y el mantenimiento no deben transmitir sustancias no deseadas al alimento.

El diseño debe ser tal que permita una limpieza fácil y facilite la inspección de la higiene.

Los edificios e instalaciones deben ser diseñados de tal manera que impidan la entrada de plagas u otros contaminantes del medio.

En las zonas de manipulación de alimentos los pisos deben ser resistentes al tránsito, impermeables, no absorbentes, lavables y antideslizantes; no deben tener grietas y deben ser fáciles de limpiar y desinfectar.

Las paredes se deben construir o revestir con materiales no absorbentes, lavables y de colores claros. Deben ser lisas y fáciles de limpiar.

Las puertas deben ser de material no absorbente.

Los baños y vestuarios para el uso del personal se deben encontrar separados de la zona de manipulación de alimentos.

Los insumos, materias primas y producto terminado se deben colocar sobre tarimas separados de las paredes para permitir la correcta higienización de la zona



ABASTECIMIENTO DE AGUA

Se debe disponer de un abastecimiento de agua potable, a presión adecuada y a temperatura conveniente con un adecuado sistema de distribución y con protección apropiada contra la contaminación.

INSTALACIONES PARA LAVARSE LAS MANOS EN LAS ZONAS DE ELABORACION

Se debe proveer instalaciones adecuadas y convenientemente situadas para desinfección de las manos en la zona de elaboración.

DEVOLUCION DE PRODUCTOS

Se debe disponer de un sector separado, identificado y destinado al uso de productos no conformes

EQUIPOS Y UTENSILIOS

MATERIALES

Todo equipo y utensilio empleado en la zona de manipulación de alimentos, que puedan entrar en contacto con ellos deben ser de un material que no transmitan sustancias tóxicas, olores ni sabores, sea no absorbente, resistente a la corrosión y capaz de resistir repetidas operaciones de limpieza y desinfección.

Las superficies deben ser lisas y exentas de grietas y otras imperfecciones que puedan afectar la higiene de los alimentos o sean fuentes de contaminación.

DISEÑO Y CONSTRUCCION

Todos los equipos y utensilios deben estar diseñados y contruidos de modo de asegurar la higiene y permitir una fácil y completa limpieza y desinfección. Los recipientes para material no comestible y residuos deben poseer tapa

CONDICIONES DEL PERSONAL QUE MANIPULA ALIMENTOS.

Si aceptamos que la causa principal de la contaminación de alimentos es la falta de higiene en la manipulación, las personas encargadas de esta labor,



juegan un papel importante con sus actitudes para corregir ésta situación. Es más, su actitud responsable al manipular alimentos, es definitiva para evitar enfermedades y por tanto para la salud de nuestra comunidad. Esto hace que el manipulador, practique reglas básicas que tienen que ver con su estado de salud, su higiene personal, su vestimenta y sus hábitos durante la manipulación de los alimentos.

La correcta presentación y los hábitos higiénicos además de ayudar a prevenir las enfermedades, dan una sensación de seguridad al consumidor y en el caso de negocios de comida, significan un atractivo para el cliente.

Un correcto **LAVADO DE MANOS** debe incluir estas etapas:

Remangar el uniforme hasta el codo

Enjuagar las manos y el antebrazo hasta el codo

Frotar las manos con el jabón hasta que se forme espuma y extenderla de las manos hacia los codos

Cepillar cuidadosamente manos y uñas. El cepillo deberá permanecer en una solución desinfectante (cloro o yodo por ejemplo) mientras no se use. Se renovará al menos dos veces por turno. A falta de cepillo, el lavado con agua y jabón se hará al menos por 20 segundos, restregando fuerte manos y uñas.

Enjuagar bien al chorro de agua desde las manos hacia los codos

Lo ideal es poder secar las manos con toalla de papel. Los secadores de aire demoran en secar las manos, requieren más de un ciclo para lograrlo y casi siempre el manipulador termina de secarlas con la ropa. En los casos en que no se dispone de toallas de papel, se debe contar con una toalla que permanezca siempre limpia y sea renovada cuando esté muy mojada o su estado de limpieza no sea óptimo.

Desinfectar las manos en una solución apropiada de ser necesario. Puede también utilizarse alcohol con este propósito



El manipulador tiene la mejor oportunidad de demostrar su responsabilidad y profesionalismo, atendiendo todas las normas sobre el lavado de manos y además haciendo un uso adecuado de los lavamanos y accesorios para este efecto.

Vestimenta: Usar una indumentaria de trabajo que esté siempre limpia y que incluya:

Gorra, cofia o ambas, que cubran totalmente el cabello, para evitar su caída sobre los alimentos. Este elemento antes que ser decorativo, debe cumplir la función de cubrir completamente el cabello.

Un barbijo, que debidamente usado cubriendo nariz y boca, ayuda a proteger los alimentos de gotitas provenientes de la nariz o la boca, en caso de enfermedad.

Guantes, para acciones específicas, especialmente en manipulación de productos cocidos listos para el consumo, si ésta no puede hacerse con utensilios.

Hábitos Higiénicos: Las actitudes responsables de quienes manipulan alimentos constituyen una de las medidas más efectivas para prevenir las enfermedades transmitidas por su consumo. Recordemos que las personas somos el principal medio de contaminarlos cuando no cumplimos con las reglas básicas de higiene personal y hábitos higiénicos.

En caso de enfermedad: Si es inevitable trabajar mientras se sufre una enfermedad respiratoria, es necesario que el manipulador extreme los cuidados para evitar hábitos como toser, estornudar o hablar sobre los alimentos. Puede ocurrir que bacterias como el estafilococo dorado, que viven en la boca, la nariz o la garganta, puedan caer sobre el alimento en las gotitas y contaminarlo. Estos hábitos, incluso deben ser evitados estando sano.

El toser, estornudar o hablar, son acciones a veces inevitables, por lo cual es necesario evitar hacerlo sobre los alimentos, cubriéndose la boca con papel descartable o con las manos y en cualquier caso, proceder a un lavado



completo de las mismas antes de volver a tocar los alimentos o las superficies que los contactan.

Así mismo, si el manipulador debe permanecer necesariamente preparando alimentos cuando tiene heridas en las manos, deberá cubrirlas con una banda protectora y guantes, los que deben ser cambiados con la frecuencia necesaria según la operación que realiza.

Hábitos deseables: Además de los hábitos referidos a la higiene personal y la vestimenta, el manipulador siempre debería acostumbrarse a:

- Lavar prolijamente utensilios y superficies de preparación antes y después de usarlos
- Lavar prolijamente vajilla y cubiertos antes de usarlos para servir
- Tomar platos y fuentes por los bordes, cubiertos por el mango, vasos por el fondo y tasas por el asa
- Mantener la higiene y el orden más prolijo en su cocina o expendio y alrededores
- Lavarse las manos antes de arreglar la mesa.

Hábitos indeseables: Los hábitos que sí TIENE QUE EVITAR a toda costa el manipulador incluyen:

- Hurgarse o rascarse la nariz, la boca, el cabello, las orejas descubiertos, o tocarse granitos, heridas, quemaduras o vendajes, por la facilidad de propagar bacterias a los alimentos en preparación. De tener que hacerlo, acudir a un inmediato lavado de manos
- Fumar, comer, mascar chicle, beber o escupir en las áreas de preparación de alimentos.

Estos son hábitos inadmisibles

- Usar uñas largas o con esmalte. Esconden gérmenes y desprenden partículas en el alimento



- Usar anillos, esclavas, pulseras, aros, relojes u otros elementos que además de “esconder” bacterias, pueden caer sin darse cuenta en los alimentos o en equipos y además de causar un problema de salud al consumidor, pueden incluso causar un accidente de trabajo!
- Manipular alimentos o ingredientes con las manos en vez de usar utensilios
- Utilizar la vestimenta como paño para limpiar o secar
- Usar el baño con la indumentaria de trabajo puesta. Resulta muy fácil que la ropa se contamine en este lugar y luego transportar los gérmenes al lugar de proceso

Es importante destacar que todas estas premisas son las que contribuyen a lograr una correcta manipulación de los alimentos y bebidas, logrando así poder entregar al cliente productos inocuos de calidad, esto permite elevar la satisfacción del cliente en cuanto a las exigencias requeridas por el producto elegido y además que sienta que es una persona importante para nuestro establecimiento. En resumen para lograr que este proceso se cumpla sin preocupaciones ni desviaciones es necesario tener en cuenta al momento de recibir los alimentos:

- 1. Solicitar que las entregas se realicen en horas de menos movimiento**
- 2. Planificar el recibimiento de los productos**
- 3. Verificar las características que corresponden a cada tipo de producto.**
- 4. Verificar la temperatura de llegada**
- 5. Almacenar de inmediato los alimentos**
- 6. Evitar sobrecargar las heladeras o los congeladores**
- 7. Los alimentos crudos deben colocarse en las partes bajas y aquellos listos para consumir o que no requieren cocción en la parte superior**
- 8. En todo caso se deben tener en cuenta las recomendaciones de los fabricantes**



9. Evitar guardar cantidades importantes de alimentos calientes en grandes recipientes

10. Todos los alimentos almacenados deberán estar debidamente tapados

A modo de glosario técnico se presentan los siguientes conceptos, que serán de importancia al momento de tener que dirigirse a un proveedor para solicitar o elaborar algún pedido o reclamo.

Se contemplan las siguientes definiciones:

Adecuado: se entiende suficiente para alcanzar el fin que se persigue.

Agua potable: agua tratada que cumple las disposiciones de valores recomendables o máximos admisibles, estéticos, organolépticos, físicos, químicos, biológicos y microbiológicos que al ser consumida por la población no causa daño a la salud.

Alimento: es toda sustancia elaborada, semielaborada o bruta que se destina para el consumo humano incluyendo las bebidas.

Alimentos lácteos: se entiende la leche obtenida de vacuno u otros mamíferos, sus derivados, simples o elaborados, destinados a la alimentación humana

Almacenamiento: es el conjunto de tareas y requisitos para la correcta conservación de insumos y productos terminados.

Buenas Prácticas de Manufactura (BPM): son los procedimientos y operaciones establecidas para garantizar las condiciones en las instalaciones donde se elaboran alimentos, con la finalidad de garantizar la inocuidad de los alimentos según las normas establecidas.

Cliente: persona u operador económico en la cadena alimentaria a quien se vende o facilita el alimento.

Control de calidad: es el proceso planeado y sistemático para tomar la acción necesaria para prevenir que el alimento se adultere ó se contamine.



Contaminación: se entiende como la presencia de sustancias o agentes extraños de origen biológico, químico o físico que resulte perjudicial para la salud humana.

Contaminación Cruzada: Contaminación de una materia prima, producto intermedio, o producto terminado, con otra materia prima o producto terminado durante la producción.

Desinfección: es la reducción, mediante agentes químicos o métodos físicos adecuados, del número de microorganismos en el edificio, instalaciones, maquinarias y utensilios.

Establecimiento elaborador: es el ámbito que comprende el local y el área hasta el cerco perimetral que lo rodea, en el cual se llevan a cabo un conjunto de operaciones y procesos con la finalidad de obtener un alimento elaborado así como el almacenamiento y transporte de alimentos y/o materias primas.

Elaboración de alimentos: es el conjunto de todas las operaciones y procesos practicados para la obtención de un alimento terminado.

Factura: documento que emite el proveedor para hacer efectivo el importe de la mercadería entregada al cliente.

Fraccionamiento de alimentos: son las operaciones por las cuales se divide un alimento sin modificar su composición original.

Inocuidad de los alimentos - La garantía de que los alimentos no causarán daño al consumidor cuando se preparen y/o consuman de acuerdo con el uso a que se destinan.

Limpieza: es la eliminación de tierra, restos de alimento, polvo u otras materias objetables.

Lote: cantidad de producto producida durante un período de tiempo indicado con una clave específica



Manipulación de alimentos: son las operaciones que se efectúan sobre la materia prima hasta el alimento terminado en cualquier etapa de su procesamiento, almacenamiento y transporte.

Microorganismos: son las levaduras, hongos, bacterias y virus. Estos microorganismos pueden alterar la calidad del alimento o tener efectos perjudiciales para la salud del consumidor.

Organismo competente: es el organismo oficial u oficialmente reconocido, al cual su Estado Parte le otorga facultades legales para ejercer sus funciones

Proveedor: la persona u operador económico inmediatamente anterior en la cadena alimenticia.

Remito: documento que emite el proveedor y que sirve de justificante de la entrega de mercadería al cliente.

Superficie en contacto con alimentos: son todas aquellas superficies que entran en contacto con el alimento durante el transcurso normal de operación, incluye utensilios y las superficies en contacto de equipos.

ABREVIATURAS

CAA: Código Alimentario Argentino

BPM: Buenas Prácticas de Manufactura



6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerite
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: ORGANIZADOR DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

1. Diseño de Norma de Competencia:

Datos generales de la ocupación

ORGANIZADOR DE FERIAS Y FESTIVALES REGIONALES

ÁREA DE COMPETENCIAS

Turismo-Servicio

ÁREA OCUPACIONALES

Secretaría de turismo. Municipios. Empresas privadas.

NORMAS GENERALES DE LA ACTIVIDAD

LEY NACIONAL DE TURISMO: Ley 25.997 Ley 2176 : Derechos culturales IRAM-
SECTUR 42900: Organización de eventos; Sistema de gestión de la calidad en la
prestación del servicio

ALCANCES Y CONDICIONES DEL ROL PROFESIONAL

Planificar y organizar todo tipo de eventos, ferias y festivales , gestionando la
contratación de los servicios auxiliares a los mismos, la disposición de los espacios
necesarios y la organización de los recursos humanos y materiales

RELACIONES FUNCIONALES Y JERARQUICAS EN EL ESPACIO SOCIAL DE TRABAJO

Tiene a su cargo la planificación y organización general de eventos y ferias.
Interactuará con los responsables de los diferentes servicios contratados.

COBERTURA DE LA NORMA DE COMPETENCIA

Nacional.



ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

- Gestionar la planificación y organización del evento. Analizando los objetivos y propósitos del evento, realizando el presupuesto, contratando deferentes servicios auxiliares.
- Realizar la promoción del evento.
- Coordinar, supervisar y dirigir el equipo de trabajo.
- Revisar el lugar físico donde se realizará el evento, controlando el cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene.
- Buscar patrocinadores para reducir los gastos de funcionamiento.

2. Mapa Funcional:

Organizador de ferias y festivales regionales

Propósito clave: Diseñar, planificar, organizar, dirigir, gestionar y evaluar el desarrollo de actividades y eventos culturales.

UNIDAD DE COMPETENCIA

ELEMENTOS DE COMPETENCIA

1. Gestionar la planificación y organización del evento
 - 1.1 Analizar con el cliente los objetivos y propósitos del evento
 - 1.2 Asesorar al cliente sobre los distintos aspectos relacionados con la realización del evento
 - 1.3 Realizar el presupuesto general para la realización del evento
 - 1.4 Contratar el lugar donde se llevará a cabo el evento y los distintos servicios auxiliares
2. Desarrollar una estrategia de promoción global del evento
 - 2.1 Utilizar técnicas de marketing, publicidad y relaciones públicas para promocionar la realización del evento
 - 2.2 Gestionar la edición de programas, carteles y material publicitario
3. Coordinar la realización del evento
 - 3.1 Coordinar todas las necesidades de equipamientos técnicos e infraestructura



3.2 Revisar el local, valorando las necesidades de suministro, decoración, transporte y aparcamiento, teniendo en cuenta el cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene

3.3 Implementar un sistema de inscripción y admisión eficaz y seguro

4. Buscar patrocinadores para reducir los gastos de funcionamiento

4.1 Desarrollar un plan estratégico para identificar patrocinadores

4.2 Crear propuestas atractivas para captar patrocinadores

3. Análisis Funcional:

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 1 : Gestionar la planificación y organización del evento		
Título del elemento de competencia 1.1 : Analizar con el cliente los objetivos y propósitos del evento		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Plantear y detallar acciones dirigidas a cumplir objetivos específicos. * Tener un propósito claro y concreto es crucial para tener éxito en su realización.	*Para cada objetivo planteado se deben definir las acciones a efectuar, anticipar los posibles problemas por resolver, priorizar sus soluciones, asignar recursos y responsabilidades y diseñar medidas de seguimiento que permitan evaluar los avances y los resultados.	* La organización de un evento es muy dinámica, por lo que es necesario evaluar y ajustar para tener la posibilidad de mantener en el tiempo congruencia y consistencia entre un grupo de acciones y un conjunto de objetivos.



Evidencias de conocimiento	
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
* Debe conocer el evento a fondo. * Debe tener excelente relaciones interpersonales. * Debe tener la capacidad de definir objetivos mensurables	*Amplia Capacidad de análisis * Buen Carácter * Persona con facilidad de palabras
Campo de aplicación	
Ferias y eventos culturales, en espacios privados, municipales, predios feriales.	

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 1 : Gestionar la planificación y organización del evento		
Título del elemento de competencia 1.2 : Asesorar al cliente sobre los distintos aspectos relacionados con la realización del evento		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Asignar la distribución de funciones de la estructura de la organización * Definir el grupo de trabajo * Definir la mecánica de trabajo y su realización	* Definir el tiempo necesario para la planificación, organización, difusión y realización del evento. * Evaluar la conveniencia o no, de celebrar el evento en días	* Los puntos citados se deben analizar y estudiar con mucho detenimiento, ya que pueden afectar o beneficiar la asistencia de ponentes, personalidades y participantes



(procedimientos)	festivos y/o vacaciones en oficinas y escuelas, para facilitar la asistencia. * Considerar la realización de otros eventos que se puedan llevar a cabo los mismos días * Estimar el caudal de actividad en función del público objetivo al que esté dirigido * Informarse sobre el clima en el lugar donde se realizará el mismo	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
* Capacidad organizativa. * Buen manejo de personal * Conocimiento de todas las áreas del evento	* Buen manejo de situaciones diferentes de manera simultánea * Capacidad de organización * Persona ordenada	
Campo de aplicación		
Ferias y eventos culturales, en espacios privados, municipales, predios feriales.		

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales
Título de la unidad de competencia 1 : Gestionar la planificación y organización del evento



Título del elemento de competencia 1.3 : Realizar el presupuesto general para la realización del evento		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<p>* Elaborar un presupuesto de ingreso y egresos para que con base en lo económicamente posible, se elabore el programa general de trabajo para la realización exitosa del evento. * De acuerdo con el monto de los fondos generados y presupuestarios que se tengan, se deben definir las prioridades en los gastos que haya que hacer.</p>	<p>* Responsable de integrar las necesidades presupuestarias y financieras de cada una de las coordinaciones. * Llevar el control presupuestario, comparando los resultados obtenidos contra los esperados. * Es necesario programar las fechas de pago por cada proveedor y exigir los comprobantes fiscales correspondientes en cada transacción realizada.</p>	<p>* Vigilar que se respeten las partidas presupuestarias programadas a fin de que los diferentes gastos puedan ser cubiertos. * Realizar informes claros, concretos y veraces, de resultados obtenidos para presentar a los organizadores o accionistas. * En algunos eventos se informa a los medios de comunicación sobre los resultados financieros.</p>
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
<p>* Formas de financiamiento, presupuestos y flujo de dinero.</p>	<p>* Ser conservadores en el pronóstico de los posibles ingresos. * Habilidad numérica * Conocimientos básicos en balances de entradas y salidas de dinero</p>	
Campo de aplicación		



Ferias y eventos culturales, en espacios privados, municipales, predios feriales.			

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 1 : Gestionar la planificación y organización del evento		
Título del elemento de competencia 1.4 : Contratar el lugar donde se llevará a cabo el evento y los distintos servicios auxiliares		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<ul style="list-style-type: none"> * Establecer el lugar y sede en el cual se realizará el evento (ciudad y locación). * Contratación de lugares y servicios. * Conocer quiénes y cuántos ponentes y participantes serán. 	<ul style="list-style-type: none"> * Elaborar la convocatoria donde compitan diferentes entidades o agrupaciones para definir la sede del evento. * Adquirir servicios utilizando un catálogo de proveedores y solicitando diferentes cotizaciones para tener alternativas. 	<ul style="list-style-type: none"> * Comparar precios y calidad de productos/servicios y seleccionar el mejor.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<ul style="list-style-type: none"> * Facilidad de palabra. * Capacidad de negociación. 		<ul style="list-style-type: none"> * Sobre calidad y precio en el mercado que se está manejando. * Persona observadora.
Campo de aplicación		



Ferias y eventos culturales, en espacios privados, municipales, predios feriales.

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales

Título de la unidad de competencia 2: Desarrollar una estrategia de promoción global del evento

Título del elemento de competencia 2.1: Utilizar técnicas de marketing, publicidad y relaciones públicas para promocionar la celebración del evento

Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<p>* Definir las estrategias de mercadotecnia y los programas de promoción, publicidad y difusión para un evento.</p>	<p>* Definir una logística para el reparto y/o entrega de comunicados, impresos, materiales de video y/o audio, entre otros. * La difusión para el evento se realiza antes, durante y después de las fechas de su realización. * Elaborar una lista de reporteros y periodistas que confirmen su asistencia y hayan pedido pases de prensa, para enviarles información preliminar relativa a los avances y resultados del evento.</p>	<p>* Hacer un lanzamiento de prensa corto, conciso y pertinente. * Asignar parte importante del presupuesto a este rubro. * Elaborar un programa de cómo se va a emplear. * Informar de la realización del evento a los participantes, expositores y clientes.</p>



Evidencias de conocimiento	
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
* Tener amplios conocimientos sobre mercadotecnia (marketing), comunicación, relaciones públicas y humanas. *Tener contactos que faciliten la divulgación del evento.	* Conocimiento del evento y del público al cual va referido, para realizar una publicidad adecuada. * Movilidad en los medios de comunicación.
Campo de aplicación	
Estudios de publicidad, medios de comunicación tales como radio, TV, Diario, Revistas.	

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 2: Desarrollar una estrategia de promoción global del evento		
Título del elemento de competencia 2.2: Gestionar la edición de programas, carteles y material publicitario		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Coordinar e integrar la información y documentos técnicos para su difusión. * Diseñar, imprimir y distribuir carteles y folletos informativos.	* Coordinar la integración de la fuerza de ventas * Elaborar el folleto promocional * Definir los medios de comunicación que se van a utilizar *	* La eficacia de un plan de mercadotecnia depende en gran medida del planificador y de cómo aplique creativamente los instrumentos de que



	Supervisar y coordinar la elaboración de spots de radio, anuncios en medios gráficos y publicidades para TV * Programar las entrevistas en radio y televisión * Clasificar las notas, desplegados e inserciones en los diferentes periódicos y revistas	disponga en una amplia gama de combinaciones estratégicas. * Potenciar la posibilidad de venta de la convención.
--	---	--

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
---------------------------------	------------------------------------

* Tener amplios conocimientos sobre mercadotecnia (marketing), comunicación, relaciones públicas y humanas. * Conocimiento en ventas	* Capacidad de criterio para realizar el material publicitario adecuado.
--	--

Campo de aplicación

Estudios de publicidad, medios de comunicación tales como radio, TV, Diario, Revistas.

--	--	--	--

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales
Título de la unidad de competencia 3: Coordinar la celebración del evento
Título del elemento de competencia 3.1: Coordinar todas las necesidades de



equipamientos técnicos e infraestructura		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Tener muy claro todo lo referente a tiempos y coordinar los mismos.	* Es importante pronosticar el número de posibles participantes. * Implantar y coordinar el sistema de seguridad * Distribución del espacio donde se realizará el evento según la ubicación del escenario y el público. * Tener un plan de emergencia en caso de lluvia o vientos fuertes.	* Colocar las señalizaciones estratégicamente para tener una buena organización (elaborar una lista detallando los carteles necesarios, cantidades, tamaños, textos, materiales y ubicación). * Solicitar una carta de compromiso al contratar las diferentes locaciones, en donde se indiquen los precios vigentes de los servicios que se vayan a contratar, los montos de los depósitos necesarios para firmar los contratos respectivos y las condiciones generales. * Prevenir en las cláusulas del contrato el posible caso de la cancelación del evento.
Evidencias de conocimiento		



Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
* Capacidad de coordinación.	* Habilidad de estar en todos los detalles. *Persona ordenada. * Persona dinámica.
Campo de aplicación	
Lugares físicos donde se lleven a cabo los eventos, predio ferial, salones, espacios municipales.	

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales

Título de la unidad de competencia 3: Coordinar la realización del evento

Título del elemento de competencia 3.2: Revisar el local, valorando las necesidades de suministro, decoración, transporte y aparcamiento, teniendo en cuenta el cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene

Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Inspeccionar físicamente las instalaciones que se pretenden contratar. * Contar con el programa que defina cuáles serán los lugares y espacios necesarios para la realización completa del evento y así poder revisar cada lugar a utilizar. *	* Se debe considerar que sean los adecuados en tamaño, comodidad, acceso, ubicación, calidad en los productos y servicios ofrecidos, facilidad para el montaje de la escenografía y para la instalación de todos los requerimientos técnicos	* Contar con un plano que indique donde se localizan los tableros eléctricos, los de control de iluminación, aire acondicionado, la cocina, servicios sanitarios, vestidores, tomas de electricidad, escaleras fijas y mecánicas, guardarropas, entradas y



<p>Verificar también la limpieza y mantenimiento del lugar</p>	<p>necesarios (iluminación, sonido, video y traducción simultánea, entre otros). * El espacio debe ser original, decorado acorde al evento y debe estar en concordancia con los objetivos del mismo.</p>	<p>salidas de la locación, mesa de reclamos y objetos perdidos, extintores y salidas de emergencia, entre otros, ya que es la única manera de tomar real posesión del lugar y realizar el evento bajo control en su totalidad. * El correcto funcionamiento de servicios es indispensable para crear una imagen correcta y satisfactoria del evento</p>
--	--	---

Evidencias de conocimiento

Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
<p>* Persona observadora, critica, con conocimiento en medidas de seguridad e higiene</p>	<p>* Persona responsable</p>

Campo de aplicación

Lugares físicos donde se lleven a cabo los eventos, predio ferial, salones, espacios municipales.

--	--	--	--

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales



Título de la unidad de competencia 3: Coordinar la realización del evento		
Título del elemento de competencia 3.3: Implementar un sistema de inscripción y admisión eficaz y seguro		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
<p>* Informar sobre las políticas para participar en las diferentes actividades y la forma de hacer uso de las instalaciones (restricciones en cuanto a edades, el ingreso con elementos (comida, bebidas). * Definir la cuota de inscripción al evento</p> <p>*Organizar el espacio físico requerido para la recepción y registro de las personas que asisten al evento (si es necesario).</p>	<p>* Crear un ambiente positivo desde el inicio, por ello el trato con las personas debe ser ágil, amable y eficiente. * Resaltar la importancia de inscribirse con anticipación, en virtud de tener cupo limitado.</p>	<p>* Evaluar si los participantes estuvieron satisfechos, ya que esto sirve para detectar las debilidades que se deben corregir para futuros eventos o bien la necesidad de cambiar equipamiento, servicios, locaciones.</p>
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
* Capacidad de organización * Capacidad de coordinación.		* Buen trato con las personas
Campo de aplicación		
Lugares físicos donde se lleven a cabo los eventos, predio ferial, salones, espacios		



municipales.			

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 4: Buscar patrocinadores para reducir los gastos de funcionamiento		
Título del elemento de competencia 4.1: Desarrollar un plan estratégico para identificar patrocinadores		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Identificar la oportunidad de negocio, identificando personas o empresas que puedan sentirse atraídas por la actividad que se va a desarrollar.	* Conseguir y manejar los recursos financieros que se generen durante el evento. * Ser realista en cuanto a los montos y los plazos de pago.	* Tomar como ejemplo eventos de similares características para ver quien los patrocinó. * Algunos apoyos se pueden solicitar en especie, por ej.: artículos promocionales, impresos, escenografía, servicios de catering, entre otros.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
* Capacidad de negociación. * Criterio de selección.	* Conocer el rubro del evento y de los posibles patrocinadores en perfección.	
Campo de aplicación		



Planificación de ferias y eventos culturales			

ROL OCUPACIONAL: Organizador de ferias y festivales regionales		
Título de la unidad de competencia 4: Buscar patrocinadores para reducir los gastos de funcionamiento		
Título del elemento de competencia 4.2: Crear propuestas atractivas para captar patrocinadores		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
* Proponer a los posibles patrocinadores paquetes o una retribución que sea de su interés.	* Ofrecer beneficios reales. * Ofrecer a los patrocinadores a cambio: Stand, entradas para el evento, tamaño y localización de su imagen corporativa en la cartelera, entre otros.	* Hacerle saber a la empresa que no simplemente te dará dinero, sino que hará parte de tu actividad, que lo que buscas es hacer una alianza en la que ambos sean beneficiados.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	



* Personas creativas. * Personas con facilidad de palabra y capacidad de convencimiento	* Buenas relaciones interpersonales.
Campo de aplicación	
Planificación de ferias y eventos culturales	

4. Diseño Curricular:

1. Marco contextual.
2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.
4. Carga horaria.
5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.

1. Marco contextual

En el transcurso de las dos últimas décadas se ha desarrollado un proceso de complejización y crecimiento permanente del Sector Turismo a nivel nacional.

Desde la apertura de nuevos hoteles, la llegada de un mayor número de turistas extranjeros, la inauguración y consolidación de restaurantes de comidas típicas o étnicas, hasta inclusive la implementación de señales de televisión dedicadas exclusivamente a la actividad gastronómica y turística constituyen indicadores que dan cuenta de algunas de las transformaciones de la actividad.

Los interesados en seguir una carrera vinculada a la organización de eventos continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias que permiten incorporar a la formación de los futuros trabajadores los saberes,



habilidades, destrezas y competencias necesarias para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

El organizador contempla dimensiones de locaciones, de servicios particulares y de publicidad. Asimismo, estos eventos requieren de contratación de varios servicios, como de vigilancia, catering, limpieza, entre otros, estableciéndose un trato personalizado con diferentes tipos de proveedores.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil en el que se destaca la coordinación y organización del equipo de trabajo, además de sus funciones específicas.

Es importante destacar que el campo laboral de incumbencia para este rol es amplio, constituido por eventos culturales ya sea en predios feriales, propiedades privadas, espacios municipales.

2. Marco pedagógico

El enfoque metodológico adoptado para realizar el presente diseño curricular es el de formación basada en competencias laborales.

El mismo ha sido realizado a partir de la Norma de Competencia Laboral correspondiente al rol del organizador de ferias y festivales regionales.

Las características pedagógicas y metodológicas basadas en esta concepción de la enseñanza y del aprendizaje plantean garantizar en cada clase el camino práctica-teoría-práctica, vinculando estrechamente el período de formación con situaciones reales tomadas del campo de trabajo, para el desarrollo de las capacidades que devendrán en competencias una vez movilizadas en la vida laboral.

En este marco, se considera “capacidad” al conjunto de conocimientos teóricos, técnicos y actitudinales que se ponen en juego simultánea e integradamente para realizar una función determinada.

El Diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de capacidades, contenidos, objetivos, estrategias y técnicas que se articulan en función



de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran esta integración y se implementan según el momento de la enseñanza (inicio, desarrollo y cierre

Las capacidades que los alumnos deben desarrollar durante su formación, surgen de las unidades y elementos de competencia presentes en la norma correspondiente y constituyen, con distinto nivel de complejidad, los objetivos modulares.

Los contenidos se extraen, entonces, de dichas capacidades, con el fin de que los participantes puedan comprender los por qué de las acciones para poder fundamentar su propia práctica.

La formación profesional planteada a través del enfoque de competencias, debe asegurar la enseñanza de contenidos actualizados, acordes a las necesidades actuales del sector,

El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta orientadora para la práctica docente y el recorrido a transitar por los participantes.

Objetivo general

Al finalizar el curso, se espera que el participante haya desarrollado las capacidades necesarias para:

Planificar y organizar todo tipo de ferias y festivales, gestionando la contratación de los servicios auxiliares a los mismos, la disposición de los espacios necesarios y la organización de los recursos humanos y materiales.

3. Estructura curricular modular.

El siguiente esquema presenta las relaciones establecidas entre las funciones del rol laboral (unidades de competencia) y los módulos propuestos.

4. Carga horaria: 40 horas.

5. Criterios de enseñanza.



El sujeto de la formación profesional es la persona adulta. Por lo tanto, es menester que los docentes sean conscientes de que los destinatarios de la formación poseen una historia de vida que les ha aportado experiencias laborales y personales.

Sobre este capital de saberes se situará el nuevo aprendizaje, que ha de ser significativo.

Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.

Se implementarán actividades individuales y grupales de acuerdo con las capacidades que se quieran desarrollar. Las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Las actividades grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas. Es recomendable la organización en parejas o grupos pequeños.

Todas las actividades propuestas contemplarán el necesario registro escrito de conceptos, a través de ejercicios destinados a tal fin en el Material Didáctico.

Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos, con el fin de prepararlo tanto para la adaptación y solución de imprevistos en la situación real de trabajo.

El docente debe considerar en todo momento las características del alumno: su necesidad de motivación, sus expectativas y su autoestima, tanto en el modo de vincularse con él, como en las actividades que planifique. De esa manera podrá paliar el problema de la deserción.

Los conocimientos previos de los cursantes se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.



El error debe ser considerado como instancia para el aprendizaje: como una verdadera señal, tanto para el docente como para el cursante. El docente podrá ajustar sus acciones en función de los errores producidos por los participantes. El cursante, al reflexionar sobre su error, podrá arbitrar medios para subsanarlo, con ayuda del docente y en forma responsable.

Se promoverá que el participante sea consciente de su propio aprendizaje y que se desarrolle en forma autónoma, respetando su condición de adulto y apelando a su compromiso como persona.

Se realizarán actividades que desarrollen en los destinatarios dos capacidades comunicativas fundamentales para el ejercicio del rol: expresión oral y escucha.

La secuencia didáctica modular estará organizada en:

Actividades de inicio, cuyo propósito es explorar los saberes previos, las expectativas e intereses de los cursantes; presentar de manera significativa el módulo y explicitar los objetivos y la metodología de trabajo para que los participantes sepan qué van a realizar, por qué se propone y cómo van a trabajar.

Actividades de desarrollo, las cuales profundizan las capacidades específicas a desarrollar en cada módulo y promueven la integración de las mismas, interrelacionando en forma equilibrada las actividades prácticas con las de reflexión, las ejemplificaciones, los debates, las explicaciones y las demostraciones, de modo de contribuir al logro de las capacidades requeridas.

Desde esta misma concepción, se propone la estrategia de observación y análisis del desempeño del rol en una situación simulada de trabajo real a través con el objetivo de identificar los errores de manera concreta y plantear las alternativas para superarlos.

Actividades de cierre, consisten en ejercicios de recuperación y síntesis de los contenidos trabajados.

En el caso de final de módulo, se sugieren actividades integradoras para la aplicación de todas las capacidades adquiridas durante la cursada del mismo.

Las actividades de cierre también pueden ser pequeños ejercicios integradores propuestos al final de cada clase, a modo de síntesis.



6. Criterios de evaluación.

La concepción pedagógica planteada implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y el momento del proceso de enseñanza-aprendizaje en que se implementan:

Evaluación diagnóstica: el objetivo principal es la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.

Evaluación de proceso: a lo largo del desarrollo de los módulos, el docente deberá evaluar el proceso de aprendizaje, con técnicas e instrumentos que dependerán de las características del grupo.

El docente debe tener en cuenta la importancia de registrar sus observaciones, para poder hacer un efectivo seguimiento individual y grupal. El objetivo de esta evaluación continua es el de hacer los ajustes necesarios a la planificación previa del módulo y tener información sobre la evolución de cada alumno. Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

Evaluación de resultados o final: Los alumnos deberán aprobar una evaluación final o de resultados, cuyos criterios de evaluación serán las evidencias de desempeño y conocimiento pretendidas como logro de las capacidades desarrolladas, establecidas como objetivos modulares.

7. Requisitos para la implementación del diseño.

Infraestructura:

Aula con capacidad para 25/30 personas.

Espacio de simulación que cumpla con las características necesarias.

Equipamiento básico:

Equipamiento de aula:

Sillas, pizarra y fibrones.

Material didáctico (un ejemplar por alumno).

Fotografías y/o filminas.

Reproductor de CD, DVD, y TV.

Documentación técnico-administrativa:

Planillas para reporte de tareas.



Planillas para registro de solicitud y prestación de servicios.

Libro para el registro de quejas, comentarios y sugerencias.

Listado de servicios a utilizar para la organización del evento.

Planilla de registro de servicios, equipos contratados o necesarios.

Otras planillas o formularios pertinentes.

Perfil del equipo técnico - docente involucrado:

Estas prácticas implican la utilización por parte de los participantes de documentación y manuales escritos de procedimientos y de pautas de trabajo

Los docentes deberán contar con experiencia en el desempeño del rol y deberán poseer conocimientos actualizados de los cambios que se producen.

Preferentemente deberán tener experiencia en la tarea docente, pudiendo atender a los ritmos de aprendizaje individual de cada participante y la diversidad en el perfil de los mismos, en la planificación de las actividades de clase.

5. Material Didáctico:

I. INTRODUCCIÓN

El presente manual tiene como objetivo generar actitudes, habilidades, conocimientos, acciones, situaciones y actividades que faciliten los procesos en la organización y/o gestión de eventos regionales, facilitando la incorporación de conceptos que permitan comprender la importancia de las FERIAS, FIESTAS y FESTIVALES REGIONALES, poniendo a su alcance una metodología a ser utilizada al momento que decidan llevar a cabo este tipo de eventos.

El organizador de ferias, fiestas y festivales regionales estará capacitado para planificar eventos de índole regional, organizar y gestionar las actividades dentro del evento, coordinar y controlar el cronograma del mismo, y a su vez vender y promocionar eventos.



El mismo puede ser tomado como punto de partida, para intendencias y municipios, público en general y pequeños emprendedores, en especial estos últimos, que buscan una manera eficaz y productiva para dar a conocer sus productos/servicios a la comunidad y otros pares del rubro, elevando sus ventas e ingresos traduciéndose en aumento de oferta laboral y por ende el crecimiento económico de la región.

II. DESCRIPCIÓN DEL MANUAL

El presente manual es una herramienta de consulta práctica y eficaz, que brinda en forma dinámica una metodología de trabajo sobre la manera de cómo planificar, organizar, ejecutar y evaluar ferias y fiestas regionales, permitiendo presentar una serie de herramientas metodológicas, que facilitaran a los organizadores llevar a cabo un evento de forma eficaz y práctica, estableciendo los requisitos primordiales para lograr un sistema de gestión de la calidad en la organización de eventos, aspirando a lograr la satisfacción del cliente.

A continuación se presentan los objetivos y la estructura del manual.

A.OBJETIVOS.

- 1-Ser un instrumento de utilidad para los organizadores, para la promoción de uno o diversos sectores productivos a nivel regional, nacional o internacional.
- 2-Dar a conocer los pasos para la planificación, organización, ejecución, evaluación y monitoreo del evento a realizar.

B. ESTRUCTURA.

El manual describe las tres etapas por las cuales debe pasar una feria o fiesta regional para lograr el impacto positivo como herramienta de apoyo, las cuales se describen a continuación.

- 1- 1ra Etapa: PRODUCCIÓN. Planificación y Organización. Describe la forma de cómo planificar y organizar este tipo de eventos previo a su



ejecución. Especialmente, trata de las actividades concretas y funciones definidas que debe realizar cada miembro, patrocinador y comunidad. Se establecerán los objetivos y procesos necesarios para conseguir los resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización del evento. En esta etapa el organizador de eventos estará capacitado para identificar el potencial cliente del evento a realizar, analizado el objetivo y concepto del mismo, confeccionando un presupuesto, crear un cronograma de actividades o plan de trabajo y desarrollar las actividades propuestas.

- 2- 2da Etapa: PREEVENTO. Ejecución. Es el “**hacer**”. Es la implementación de los procesos. En ésta etapa se habla de la ejecución del evento, aquí se toma elaborará una lista de chequeo (checklist) de todas las actividades pendientes o no a desarrollar y las que hay tomaremos en cuenta en mayor medida para lograr el éxito del evento, ya que la ausencia o falta de desarrollo de una de ellas podría ser algo muy lamentable para los
- 3- organizadores, pudiendo en mayor caso poner en riesgo la normal planificación del evento. El organizador del evento, en esta etapa, estará capacitado, para disponer de todos los recursos humanos, económicos y técnicos del evento, desarrollar las comisiones intervinientes y las actividades de cada una, entrevistar a los proveedores de los servicios a contratar para generar, un vínculo de buenos entendimientos, favorables entre estos y el cliente.
- 4- 3ra Etapa: POSEVENTO. Evaluación y Monitoreo. Son las actividades que se llevan a cabo después de la ejecución del evento. Es realizar el seguimiento y la medición de todos los procesos desarrollados, en relación a los objetivos, las políticas y los requisitos planteados, e informar el resultado. Este impacto tendrá que ser



medido tomando en cuenta las metas que se fijaron en el momento de la planificación de la actividad. Para los patrocinadores esta tercera etapa es de suma importancia porque le permite visualizar si la inversión les ha generado los resultados esperados. El actuar toma importancia en esta etapa, ya que de la toma de acciones para la mejora continua en el desempeño de los procesos se fijarán las bases para el desarrollo de un próximo evento. En esta etapa, en el marco de la función del organizador de feria, fiestas y festivales regionales, controlará y coordinará el cronograma del evento, estará capacitado para supervisar, guiar y dirigir todos los recursos, evaluar el resultado final del evento, a fin de comprobar su eficaz desarrollo.

III. MARCO TEÓRICO DE FERIAS Y FIESTAS REGIONALES.

Desde el comienzo de este manual se han utilizado dos términos de entender popular similar pero de significado dispar, y sumaremos un tercer término interviniente en este proceso.

Primero cabe nominar los términos a utilizar: fiestas regionales y populares; festival regional y popular y por último feria regional

Una fiesta regional y popular es un hecho cultural colectivo que tiene por finalidad conmemorar un ser o un acontecimiento sagrado a través de ceremonias, rituales, festejos o actos conmemorativos. La fiesta es transmitida por tradición, tiene permanencia en el tiempo, y la sociedad celebra la transmisión de significados.

Un festival regional y popular es entendido como un acontecimiento artístico o folclórico que rescata y difunde expresiones culturales y tradiciones populares.

Fiesta o Festival, sean artísticos, folclóricos, patrios o religiosos siempre se trata de una celebración colectiva, masiva y popular, en donde las creencias, los valores, los sabores, la memoria y la historia local salen a relucir con



ritmo alegre y jubiloso.

Una Feria regional es un evento de promoción comercial, en consecuencia es una actividad empresarial y económica. Es un punto de encuentro entre prestadores de servicios y productos y compradores o consumidores de una región. La misma tiene un objetivo muy claro, que es “hacer negocios”, ya que los productores y/o distribuidores a través de la exposición de sus productos y/o servicios en un stand (espacio de exposición) logran establecer alianzas empresariales de compra de sus productos o establecer contactos con prestadores de servicios para mejorar su producción (proveedores).

La premisa principal que se le otorgan a los eventos regionales es el significativo valor cultural de estas celebraciones. Para ello haremos referencia a un informe de la Secretaria de Turismo de la Nación, a través de su Boletín Informativo del Laboratorio de Industrias Culturales Año 4 N° 17, las cuales, desde la “Convención para la salvaguardia del patrimonio mundial inmaterial” adoptada por la Conferencia general de UNESCO en 2003, son consideradas como parte central del patrimonio inmaterial de un pueblo.

Conjuntamente a su trascendencia cultural, las ferias y fiestas regionales contribuyen de manera directa en la economía cultural, ya que en este tipo de eventos siempre viene asociado actividades como por ejemplo exposiciones, concursos, bailes, ferias gastronómicas, venta de artesanías, reinados de belleza, cabalgatas.

En la mayoría de ellos pasan a formar parte del turismo cultural de la región.

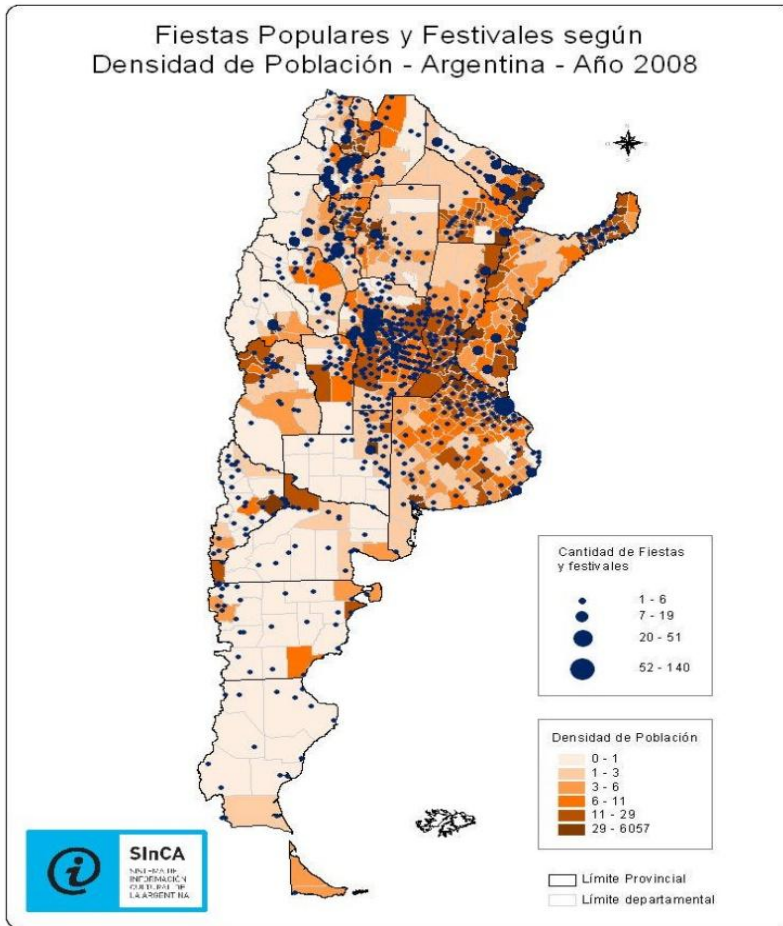
El SInCA (Sistema de Información Cultural de la Argentina), realizó un relevamiento nacional en relación a los eventos desarrollados en las diferentes provincias del país, dando un resultado de 2700 celebraciones anuales, estando estos eventos presentes en la mayoría de las localidades del país, no haciendo distinción de lugares, posición social, profesión ni edad.



De alguna u otra manera toda la población encuentra en estos eventos la oportunidad de celebración popular y la expresión de sus tradiciones y costumbres.

LAS MÁS FESTEJADAS....

Más allá del fuerte alcance federal de las celebraciones populares; es posible observar diferencias entre provincias en lo que hace a la cantidad de



celebraciones y sus características principales. Así como muestra el mapa siguiente podemos observar que la **provincia de Córdoba** se destaca como el distrito que registra la mayor cantidad de festejos (casi 700 celebraciones anuales) mientras que; aparecen en

segundo lugar de importancia cuantitativa Salta, Buenos Aires, la ciudad de Buenos Aires, Santa Fe, Formosa y Jujuy.



Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina

<http://sinca.cultura.gov.ar>

Si tomamos en cuenta lo expuesto anteriormente podemos definir a Córdoba y a sus innumerables localidades, el escenario perfecto para la celebración de festivales folclóricos, musicales, teatrales, o artísticos, que con el paso del tiempo, han acabado por crear una relación simbiótica entre comunidad y evento.

Con el boom del consumo de ocio, sin discriminar clases sociales, los **festivales han jugado un papel creciente en el desarrollo del turismo y del patrimonio urbano, pero también como agentes de transformación urbana**. Las pequeñas localidades han dejado de ser “**desconocidas**”, para transformarse en grandes contenedores de turistas ansiosos de ser parte de esta nueva cultura la de los **festivales**. Con la creciente expansión del consumo cultural y de ocio, la movilidad de los mercados, y la tendencia social hacia la mirada nostálgica sobre el patrimonio, el retroceder en el tiempo para recordar viejas épocas y las vivencias compartidas, explican el notable crecimiento de museos y de festivales.

De la mano del turismo, actividad en constante expansión y desarrollo, los **festivales ya no sólo son instrumentos con carácter cultural y formativo** dirigidos a una corriente de demanda específica, sino que también se ofrecen como modos de generar experiencias participativas basadas en el consumo de cultura popular, promoviendo en diferentes ámbitos el crecimiento regional o local, fomentando programas de formación básica y de promoción para la población local.

Además han pasado de ser un recurso complementario a tener un rol central en la oferta de ocio, cultural y turística urbana como así también de crecimiento económico. En definitiva, además de los más reconocidos festivales cordobeses como Cosquín o Jesús María, se suman cientos en múltiples formatos y promoviendo nuevas experiencias en toda la provincia,



promoviendo interacciones culturales entre la comunidad local y visitante, generando acciones de responsabilidad social.

Muchas localidades han utilizado los festivales como un argumento más para desarrollar sus estrategias de turismo y de animación 24 horas, los objetivos vinculados a la celebración de los festivales actuales son bastante coincidentes e intentan satisfacer nuevas necesidades recreativas y culturales globales impactando decididamente en las costumbres y la cultura locales a pesar de sus diferencias formales y en la forma de organización,

De hecho **los festivales forman parte de las estrategias de desarrollo local** y toman la

cultura (local o global) como referentes. La relación con el desarrollo local se consolida mediante la relación estrecha que mantiene una región con sus afectos culturales y patrimoniales (el patrimonio intangible, musical, festivo, creando en ellos la necesidad imperiosa de aprovechar esa oportunidad única para el beneficio de la región. Sumando los diferentes rubros que pueden ser temas de los festivales, la música como elemento recreativo ha logrado, quizás, ser la temática ms desarrollada y utilizada en materia de expansión festivalera de una región, aportando no solo valor económico y cultural sino que además aporta a la región cierto nivel de turístico.

El vínculo que los festivales mantienen con el desarrollo local urbano se manifiesta también en el enriquecimiento y la continuidad de la programación cultural y el estímulo al sector cultural local, en la formación de una atmósfera competitiva (entendida como un factor de atracción de visitantes, nuevas empresas, talento y residentes), en la generación de dinámicas de integración social, en la creación de escenarios para la modificación de la imagen turística del destino y, **por supuesto, en la obtención de ingresos y creación de lugares de trabajo directos e indirectos.** La organización de festivales de forma constante y regular en el tiempo es una expresión de desarrollo local en el sentido que la continuidad sólo se consigue si se garantiza un cierto acuerdo social aunado con la voluntad participativa de los



agentes de la sociedad civil, dando carácter y sostén al acontecimiento y además contribuyendo a consolidar una imagen consensuada del destino. Tal es el caso de Villa Maria, con su festival de Peñas, hoy se ha convertido para la región y para el turista local y extranjero, en un gran y atractivo escenario donde querer estar, impartiendo en la zona la excelencia en la organización de este tipo de eventos y generando en la región un amplio margen ganancial tanto económico como turístico y cultural.

Algunos ejemplos pueden ilustrar el potencial de los festivales como vectores del desarrollo local. Los festivales generan grandes ingresos, inducidos por la presencia de espectadores, siendo en millones de pesos anuales lo que generan y funcionan como yacimientos de empleo y de profesionales especializados.

En relación a la atmósfera urbana, se crea un entorno cultural dinámico y participativo que actúa como una pieza más del engranaje cultural, genera afluencia turística y contribuye a revalorizar el patrimonio, donde tal vez Alta Gracia sea un caso ejemplo en este sentido.

Los festivales inciden a la revalorización de la imagen de la ciudad otorgando un atractivo turístico dentro del ámbito del turismo cultural, ayudando a crear nuevos nichos de mercado capaces de captar mercados emergentes, y la organización de un festival, siempre que la programación sea coherente con las características del lugar y se apoye sobre un proyecto artístico de calidad generará en la región un amplio crecimiento y colocará a la misma en un nivel elevado de categorización diferente al resto.

Aquí es importante entrar en otra definición donde habría que distinguir entre los festivales que complementan las visitas turísticas, los mismos son incluidos dentro de las actividades a desarrollar mientras estamos en un lugar turístico vacacionando, de los festivales que generan flujos como motivo principal de la visita.



En este sentido, el impacto estimado de la publicidad por imagen inducida durante la retransmisión televisiva de un festival mediano en la provincia, alcanza los millones de pesos que sería imposible invertir de forma directa casi por cualquier localidad cordobesa. En los festivales, y más si son de jerarquía, se reúnen más representantes de medios de comunicación que en ningún otro evento que realice la localidad en la mayoría de los casos, por no afirmar que en la totalidad.

Como aspecto negativo y en el otro lado de la balanza, existen tres factores que actúan como impedimento para el logro del desarrollo local a través de los festivales urbanos:

- el exceso de concentración y la falta de infraestructura en muchas de las localidades cedes de festivales para soportar tanta demanda turística. La concentración de la oferta deviene problemática cuando se basa en el aprovechamiento del flujo turístico ya existente pero no persigue nuevos mercados, o cuando antepone la competencia basada en el libre mercado a la cooperación. Finalmente los impactos sobre los residentes también son inherentes al grado de concentración (temporal y espacial) de los festivales en la ciudad y su espacio público (ruido, congestión, problemas de tráfico y estacionamiento).
- los problemas de gestión que debido a la falta de un sustento propio y local para el mantenimiento en el tiempo de estos festivales provienen en su mayoría de aportes gubernamentales hasta lograr el sustento por el propio evento. Los problemas de gestión tienen que ver sobre todo por el acceso compartido a los escasos recursos disponibles, en la mayoría de casos obtenidos a través de la ayuda pública.
- las expectativas de creatividad, debido a que los festivales han pasado de ser un acontecimiento más a realizarse en la región y convertirse en un hecho turístico y cultural, se intenta buscar el



diferenciarse del resto o de alguna otra región próxima, para ser los innovadores, esto trasladado a la comunidad genera expectativas a nivel económico y de desarrollo regional. Finalmente la innovación continua en el conjunto del sector resulta difícil dado el bajo nivel de barrera existente para la imitación, el corto ciclo de vida de los espectáculos y las modas transitorias de la demanda.

Debido al desarrollo que han experimentado los festivales, los retos a los que se deberán enfrentar para favorecer la regeneración regional, el impulso de la imagen turística y el impacto en el desarrollo local serán:

- El reto de la cooperación.

La creación y organización de festivales tiende al localismo, la región se considera dueña total de su evento, esta actitud de pensamiento racional no colabora en la acción de obtener ayuda y financiamiento público, en el crecimiento a nivel empresarial y la interrelación del mismo sector y la competición en diferentes campos (reducción de costos, selección de segmentos de demanda, etc.).

- El reto de la profesionalización en la sostenibilidad.

Muchos festivales disponen de una estructura lógica y operativa eficiente, pero todavía pocos reflexionan sobre las diferentes dimensiones de sustentabilidad social, cultural y económica que acompañan al evento. Aquí se plantea la necesidad y la toma de conciencia de que los festivales y eventos regionales ya son parte itinerante de la cultura turística de cualquier región, además de la económica. Si se tiene en claro este aspecto, con el paso del tiempo y el crecimiento a pasos agigantados de este tipo de eventos, requerirá un mayor desempeño por parte de los organizadores de eventos, que traerá aparejado una búsqueda más precisa en cuanto a las habilidades específicas para el desarrollo de estos eventos y el



perfeccionamiento continuo en busca de lograr **CALIDAD** en la ejecución de los mismos.

- El reto de la creatividad.

Es preciso reinventar periódicamente tanto el formato como la gestión ante una situación de gran competencia y fácil imitación. El reto se plantea simultáneamente como estímulo de la creación artística local, y como práctica cultural de los grupos sociales interesados.

CARACTERÍSTICAS...

La enorme cantidad de ferias, fiestas y festivales regionales que se desarrollan anualmente en el país presenta una amplia diversidad en cuanto a características. El motivo de la celebración, las actividades que involucra, la cantidad de gente que participa, el tiempo que lleva organizarla, la visibilidad que adquiere y su permanencia en el tiempo.

Así, el variado repertorio de celebraciones argentinas incluye las tradicionales fiestas provinciales, todo tipo de fiestas religiosas, ferias regionales y un sinnúmero de celebraciones vinculadas con la historia o la producción local.

Para perfilar la heterogeneidad de dichas fiestas regionales se realizó una clasificación de acuerdo al **motivo de celebración**. Se crearon seis grandes categorías, por un lado se reconocen aquellas cuya motivación es celebrar alguna expresión artística, como el canto, la danza, la poesía, el cine o el teatro.

Por otro, aquellas celebraciones cívicas en donde se conmemora algún hecho histórico, el aniversario de la localidad o efemérides. También, se reconocen una importante cantidad de fiestas y feria específicamente folclóricas. Además es posible identificar celebraciones de tipo religioso o creencias populares, donde se incluyen conmemoraciones de todos los credos así como aquellas vinculadas con creencias de pueblos originarios.



Por último se distingue un motivo de celebración que se vincula a lo productivo es decir a la producción económica que caracteriza a la localidad las denominadas “ferias”.

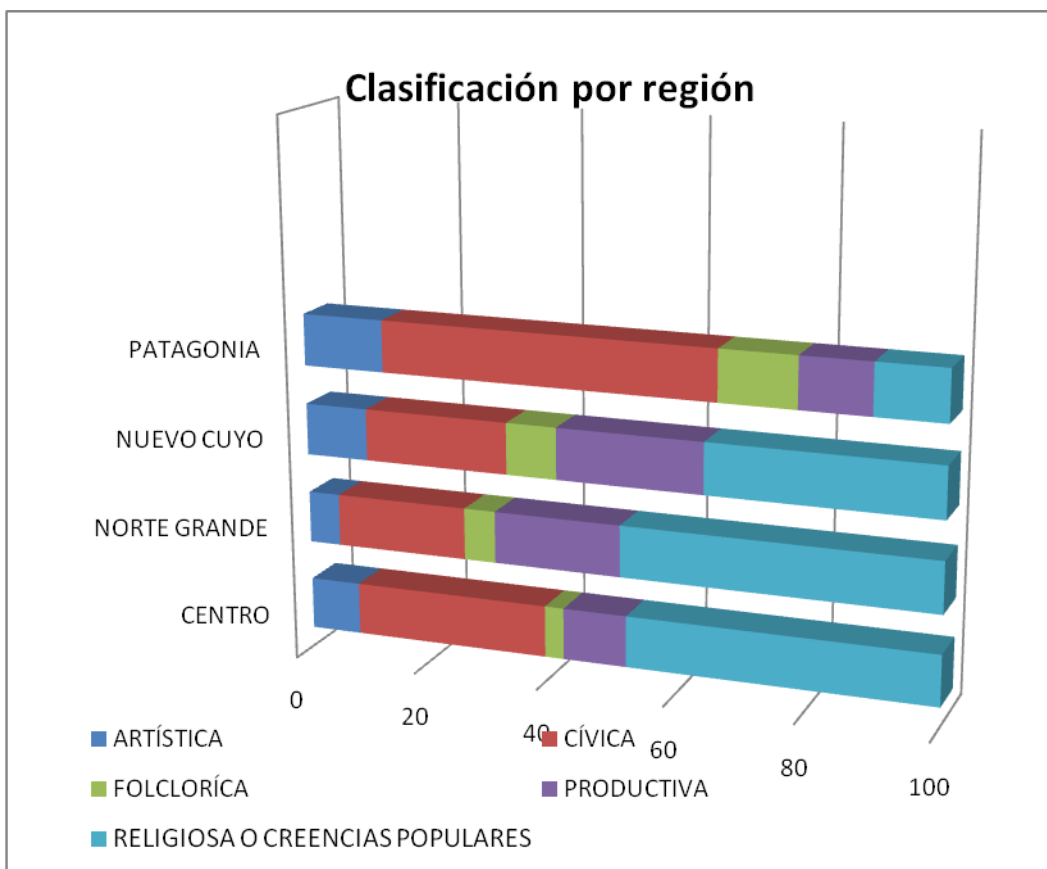
En relación a esta categorización, la NORMA IRAM SECTUR 42900: 2009, en su texto Organización de Eventos. Sistema de gestión de la calidad en la prestación del servicio, menciona en su Anexo A, a modo de información, la clasificación de eventos según su objetivo a saber:

1. Sociales: festejo o conmemoración de un acontecimiento personal, familiar, religioso o social orientado al ámbito privado, familiar o de relaciones humanas. Se citan a modo de ejemplo: bodas, bautismos, aniversarios, celebraciones religiosas santorales, y otros.
2. Corporativos: organizados por las empresas en sus diferentes entornos o ámbitos de influencia:
 - Promocionales: dirigidos a clientes externos para difundir productos, servicios o la empresa en su totalidad.
 - Motivacionales: son aquellos que colaboran con la gratificación, integración y capacitación del personal acompañando los diferentes procesos de las compañías a las que pertenecen.
 - Institucionales: relacionados con la responsabilidad social empresaria y sin fines de lucro.
3. Académicos: Implican intercambio y/o transmisión de conocimientos. Ejemplo: congresos, convenciones, simposios, seminarios, foros, debates, talleres, ateneos.
4. Comerciales:
 - Ferias: cuyo fin es la venta/ compra de productos y/ o servicios.
 - Exposición: cuyo fin es la promoción de productos, servicios o imagen de marca.
5. Otros: aquellos que, por ejemplo, persiguen objetivos culturales, deportivos, políticos, religiosos, diplomáticos.



De acuerdo a esta clasificación brindada por el Sistema de Información Cultural de la Argentina (SInCA), es posible observar que la categoría religiosa es la que presenta mayor cantidad de celebraciones cercano al 36 % seguida por las celebraciones cívicas con un 32%, productiva con 16%, las artísticas con 9% y finalmente con el 7% las folclóricas. Ahora si analizamos esta clasificación, por regiones geográficas en las regiones Norte y Centro hay una preeminencia de las festividades religiosas, mientras que en la Patagonia este tipo de celebraciones desaparece en detrimento de los festejos cívicos. En la región del Nuevo Cuyo se observa una distribución proporcionada de las categorías

Las regiones se conforman de la siguiente manera: CENTRO: Córdoba, Santa Fe; Provincia de Buenos Aires y Ciudad Autónoma de Buenos Aires; PATAGONIA: La Pampa, Neuquén, Río Negro, Chubut, Santa Cruz y Tierra del Fuego; Nuevo Cuyo: La Rioja, San Luis, San Juan y Mendoza; NORTE GRANDE: Jujuy, Salta, Santiago del Estero, Formosa, Chaco, Misiones y Corriente.

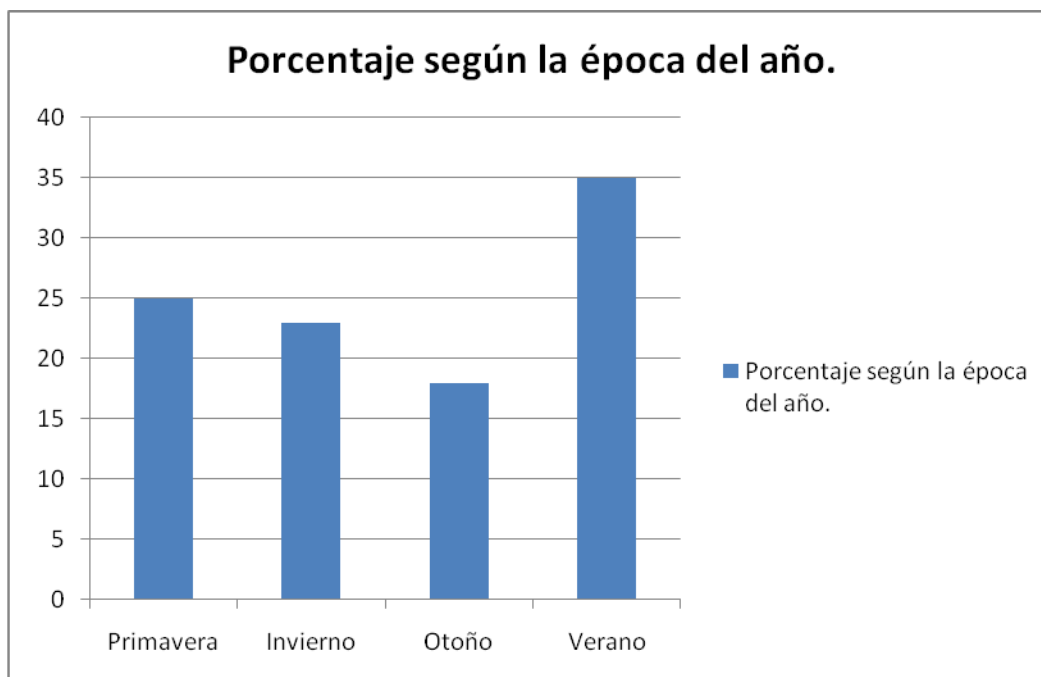


Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina

<http://sinca.cultura.gov.ar>

CALENDARIO....

La información recabada permite asimismo identificar la fecha en que se desarrollan las fiestas regionales y populares en la Argentina. Si se analiza esta información agrupada de acuerdo a las cuatro estaciones climáticas es posible observar que casi el 60% de las celebraciones se desarrolla en épocas más templadas como son el verano y la primavera, época de receso. En cambio, durante el otoño, se desarrollan la menor cantidad de festejos anuales.



Fuente: Sistema de Información Cultural de la Argentina

<http://sinca.cultura.gov.ar>

IV. Aspectos Generales del Sistema de gestión de la calidad en la prestación del servicio.

En busca de obtener los requisitos primordiales para un sistema de gestión de la calidad en la organización de eventos, surge la necesidad de contemplar definiciones y acciones que harán de este manual un instrumento para el logro de habilidades y competencia propias de este rol.

Para ello se tomará como base la NORMA IRAM SECTUR 42900:2009, la cual desarrolla en orden sus requisitos principales, siguiendo el esquema P-H-V-A(planificar, hacer, verificar y actuar):

- Planificar: establecer los objetivos y procesos necesarios para conseguir resultados de acuerdo con los requisitos del cliente y las políticas de la organización.
- Hacer: implementar los procesos.
- Verificar: realizar el seguimiento y la medición de los procesos y los



productos respecto a las políticas, los objetivos y los requisitos para el producto, e informar sobre los resultados.

- Actuar: tomar acciones de mejora continua en el desempeño de los procesos.

A modo de glosario, se presentarán ciertas definiciones que serán utilizadas con frecuencia en este manual:

- Norma: disposición de carácter obligatorio, específico y preciso que persigue un fin determinado enmarcado dentro de una política.
- Política: se define como la orientación, marco de referencia que rige las actuaciones de un asunto determinado.
- Documento: Instrumento que facilita el registro de la información necesaria para realizar procesos o dejar evidencias de que este se realizó.
- Registro: Anotación o apunte de ciertos datos en documentos.
- Objetivos: Planteo de una meta o un propósito a alcanzar. Son todos aquellos resultados que se desean obtener, disponiendo de los medios necesarios para cumplir con dicho fin.
- Procesos: Conjunto de actividades, acciones y/o eventos, que organizados dan como resultado la obtención de un fin específico.
- Producto: Resultado. Es todo lo que se puede ofrecer para su atención, adquisición o consumo, cuya única finalidad es la satisfacer una necesidad o un deseo.

Esta norma tiene un objeto y un campo de aplicación, que será aplicada cuando se requiera un marco de referencia para la optimización de la prestación y aumentar la satisfacción del cliente.

Para los fines específicos y determinantes de la presente norma, se aplicará la siguiente terminología con sus definiciones correspondientes, la misma tiene por objetivo relacionarse estrechamente con los aportes gramaticales y exclusivos del presente manual y dar paso a significados utilizados



anteriormente, bajo diversas circunstancias, que hacen su aplicación en esta norma.

1. Etapas de la organización de eventos:

- Evento: apertura.
- Producción: confirmación del servicio.
- Pre evento: ejecución de las tareas de producción.
- Post evento: cierre.

2. **Evento:** encuentro organizado profesionalmente en pos de un objetivo convocante.

3. **Ejercicio profesional:** actividad realizada de manera habitual, demostrando presencia en el mercado y acreditando operaciones correlativas en los últimos tres años.

4. **Organizador de eventos o prestador:** persona física o jurídica que administrando recursos propios o de terceros, se encarga de diseñar, planificar, organizar, implementar y supervisar aspectos de un evento de manera profesional.

5. **Validez de la oferta:** es el tiempo durante el cual se mantienen las condiciones de precios y servicios ofrecidos en la propuesta.

A los fines propios de la búsqueda de aplicación de un sistema de gestión de calidad en la organización de eventos, se prevé la aplicación de una planificación totalmente desarrollada, que permita de manera documental, siendo irrelevante al momento el formato del mismo, para verificar su eficacia, establecer lineamientos para la aplicación de un sistema de gestión, asumiendo un compromiso, definiendo la política, los objetivos y los planes de acción, incorporando como requisito el compromiso social.

Para todo ello se dispondrá de un manual de calidad confeccionado por la organización, en cual queden expresamente detallados la política y los objetivos a cumplir, definiendo plazos, aspectos importantes e irrelevantes que sean de aplicación exclusiva al organizador de eventos; un organigrama donde se determine la descripción de cada puesto, sus responsabilidades y



funciones; procedimientos esenciales requeridos por esta norma; registros de toda la actividad que se desarrolla, los procesos de las mismas y los programas requeridos para cada rol. Este documento deberá ser supervisado y revisado en tiempo a designar (no más de un año) por la organización) a fin de mantenerlo siempre actualizado y ser distribuido entre todo el personal para que el mismo pueda ser utilizado como material de consulta en el momento que se requiera.

Como mencionamos anteriormente dentro de la planificación se establecen dos puntos importantes dentro de la documentación necesaria:

- Manual de calidad
- Responsabilidad de la dirección u organización.

A continuación ampliaremos más este último concepto, ya que conlleva el sello de un ítem importante, nombrado y utilizado en esta norma que es **CALIDAD**.

Dentro de la funciones que le concierne a la dirección u organización está la de asumir la responsabilidad por el servicio ofrecido, garantizando el cumplimiento de los procesos concernientes al mismo como así también los objetivos en tanto a la calidad de la prestación del servicio, para ello pondrá a disposición del personal la normativas vigentes, informará la importancia de satisfacer las necesidades del cliente, como todo requisito legal y reglamentario necesarios, establecer una política que contemple todos los aspectos referidos a la calidad de los servicios a prestar asegurando la sostenibilidad, entendiendo por ésta la capacidad de mantener el evento en el tiempo durante el mayor tiempo posible manteniendo al alcance del personal todo los recursos necesarios para la correcta aplicación de dicha política como así también lograr el cumplimiento de los objetivos de calidad propuestos para cumplir con dicho fin que es el de la prestación de un servicio. Para ello deberá realizar por lo menos, una vez al año, las revisiones correspondientes y aprobar todo tipo de documentación inherente antes de la distribución al personal, asegurando así el manejo parejo y correcto de la información suministrada, para la cual se establecerá un



método de control tanto para documentos como para los registros. Para los documentos se asegurará la disponibilidad y actualización de los mismos, previa aprobación por parte de la organización dejando evidencias de dicho proceso, en cuanto a los registros se aplicará un método para el control, identificación, protección y conservación permaneciendo legibles, identificados y recuperables.

Para los fines de funcionalidad se podrá designar una persona como responsable del sistema de gestión o ser la misma organización o dirección la encargada de cumplir con dicho rol, la misma tendrá como objetivo fundamental la de asegurar y asumir la responsabilidad y el cumplimiento del sistema de calidad, para ello se deberá asegurar que el mismo este implementado, informando el funcionamiento del mismo incluyendo las necesidades propias de la aplicación como así también las oportunidades de mejora que conlleva dicha implementación favoreciendo a la misma las reuniones periódicas con el personal para tratar temas concernientes a la/s actividad/es que desempeña/n procediendo luego al registro de los resultados obtenidos.

No dejarse de definir una política de calidad de los servicios que se prestarán y establecer los objetivos necesarios para dicha política. Los mismos deberán documentarse a fin de darlos a conocer al personal. Los objetivos que se plantee la organización deberán ser medibles y coherentes, comunicados, comprendidos e implementados, manteniéndose un registro de los resultados obtenidos a fin de poder identificar y planificar las acciones y recursos para que no se produzca ninguna desviación, para ello se fijara una fecha de revisión, que podrá ser anual, para asegurar el correcto funcionamiento e implementación del sistema de calidad, el resultado obtenido se registrará para mantener actualizado y vigente el sistema de gestión a los fines de identificar los procesos principales y de soporte de la prestación a los efectos de conocer su desempeño.



V. Gestión de los Recursos Humanos.

La ejecución de cualquier tipo de evento lleva consigo, tener presente los diferentes perfiles de puestos y responsabilidades que llevará consigo cada integrante del evento. Es importante definir desde el momento “cero” las aptitudes y habilidades que deberán desarrollar durante su desempeño, las experiencias previas, formación profesional de acuerdo a las actividades y funciones que le serán designadas. Para ello se podrá contar con planillas de descripción de perfil de puesto y evaluaciones de desempeño que nos guiarán de manera acertada. En la aplicación de un sistema de gestión de calidad para organizaciones de eventos se debe tener en cuenta un rasgo de extrema importancia y pocas veces tratado con la idoneidad y la competencia que se merece que es la atención de quejas o sugerencias del cliente y la medición del servicio.

A partir del Organigrama definido, el mismo podrá variar de acuerdo al tipo de evento que se desea realizar, se generan los diferentes perfiles de los puestos de trabajo que se consideren necesarios para la prestación del servicio, se realizará una breve descripción sobre las habilidades y aptitudes necesarias para dicho puesto teniendo en cuenta el nivel de formación, la experiencia en caso que la tuviese en eventos anteriores, todo ello de acuerdo a las funciones propias designadas para el puesto de trabajo a cubrir. Se establecerán las actividades y responsabilidades competentes, atención de quejas o sugerencias del cliente y medición del servicio.

A modo de ejemplo se plantea un organigrama tipo, en el cual se podrá observar los diferentes puestos de trabajo que se necesitarán para la organización de un evento, de aquí se podrá tomar magnitud de la cantidad de personal necesaria según el tipo de evento que se va a desarrollar.

La organización del grupo que participará del evento, es el primer paso que hay que tomar en cuenta.



El comité organizador designará un coordinador general que tendrá bajo su responsabilidad coordinar todas las actividades que se desarrollarán durante las etapas del evento. Además es el responsable directo de la ejecución y el buen manejo de los recursos financieros, humanos y materiales.

Además se debe tener en cuenta, ciertas habilidades innatas o inducidas a través de cursos de perfeccionamiento, a detallar:

- Voluntad de trabajo en equipo.
- Nativo de la zona o región y conozca sus potencialidades, culturales y económicas.
- Capacidad de relacionarse con instituciones y empresa de apoyo, auspiciantes o patrocinadores.
- Capacidad de trabajo con alta presión.
- Valores personales (honradez, lealtad, solidaridad)

Siguiendo con el ejemplo detallado, luego de la elección del coordinador general del evento, se procederá a designar las diferentes comisiones que serán participes. Cada una de ellas estará conformada por:

- Coordinador: responsable directo de que todas las actividades programadas por su equipo se lleven a cabo con los recursos disponibles, tiempo y eficacia.
- Equipo de trabajo: integrado por 3 o 5 personas, a ellas se le delega las diferentes actividades correspondientes a cada comisión.
- Voluntarios: son los encargados de apoyar la realización de todas las actividades que la comisión definió en su plan.

Este organigrama de responsabilidades es a modo de orientación y guía para la organización del evento.

A continuación haremos una pequeña reseña de habilidades de cada comisión a modo de dato informativo.



- Comisión de cultura: Su actividad primordial y funcional es la de presentar y promover lo más valioso de la región en el tema cultural, deberá organizar diferentes presentaciones con el objetivo de llamar la atención del público presente.
- Comisión de gastronomía: esta comisión tiene como responsabilidad ofrecer a los participantes un lugar cercano que ofrezca alimentos. Al ser un evento regional es la oportunidad para promocionar la gastronomía de la región y acercar a los visitantes a la cultura gastronómica.
- Comisión de finanzas: Es la encargada de buscar recursos necesarios para la ejecución. Buscar y controlar los ingresos y egresos. Manejar las entradas al evento
- Comisión de promoción y publicidad: Tiene como objetivo motivar e incentivar la participación de la mayor cantidad de empresas compradoras y vendedoras, y la presencia del público en general. Esta comisión debe contemplar todos los medios publicitarios tanto radiales como televisivos, informáticos y papel. Los medios eficaces de publicidad dependerá del área geográfica en donde se desarrollará el evento.
- Comisión de seguridad y logística: Tiene bajo su responsabilidad que el recinto en donde se va a desarrollar el evento posea la seguridad necesaria para el cuidado de los productos y/o servicios y material inherente según el tipo de evento que se va a desarrollar(feria, fiesta o festival) debe garantizar los servicios de emergencia para los integrantes, participantes y público en general, un botiquín de primeros auxilios y los servicios de logística(fax, computadora, internet, teléfono, materiales y sonido) y la contratación de un seguro de responsabilidad civil. La Comisión de logística es la encargada de realizar un recorrido y señalización por escrito de la distribución de los stands creando un plan de evacuación, puede participar en la búsqueda de información sobre alojamiento, servicios varios para el



evento (ejemplo: alquiler de mobiliario para el montaje) y participa en la distribución del espacio, el diseño y decoración y ambientación.

- Comisión de monitoreo y evaluación: Esta comisión debe garantizar que se tenga la información adecuada que muestre los resultados alcanzados en la etapa de pre evento y pos evento, será la encargada de la recepción, tratamiento y resolución de las quejas, reclamos y sugerencias y en la elección de un representante o responsable para desarrollar dicha tarea, con la aprobación en la elección por parte de la dirección u organización. El mismo deberá tener conocimientos sobre control de calidad de servicios y atención y satisfacción al cliente. Esta comisión tendrá a su cargo la ubicación estratégica de las urnas de recolección de los formularios encuestas, y el posterior tratamiento, en caso de existir, de quejas, reclamos y sugerencias.
- Comisión de seguimiento y planificación del próximo evento: Esta comisión es importante para garantizar que la herramienta FERIA, FIESTA Y/O FESTIVAL, sea sostenible como herramienta de apoyo a la comercialización y se vuelva un instrumento de utilidad permanente para la región.

Es importante una vez definidos los perfiles y responsabilidades de los puestos de trabajo, definir los recursos con los deberá contar la organización, se asegurará un soporte físico y técnico para facilitar el correcto desempeño del personal en las funciones que le fueron asignadas. Para ello se deberán establecer los procedimientos necesarios e instructivos correctos para cada uno de los puestos de trabajo, donde el responsable asignado con la información provista por Dirección y los Responsables de cada Sector, arma y actualiza las competencias, tareas y funciones para cada puesto en las “Descripciones de Puesto”.

A continuación se presenta a modo de ejemplo un registro de descripción de puestos.



En el registro (base de datos) de “Descripción de Puestos” se describe las funciones de los puestos y los perfiles de puestos de las personas que los ocuparán. En el documento (es el registro completo con la información) se detalla el nombre del puesto, el sector al que pertenece, las tareas que debe desarrollar, las especificaciones del puesto (la educación necesaria, la experiencia en años en puestos similares, edad, sexo, aclarando en el caso que las mismas no sean excluyentes) y las competencias o habilidades personales necesarias. Cuando se produzca algún cambio en los puestos, en los perfiles o tareas del puesto se comunicará para la actualización de los mismos.

Se definirá las reglas de cortesía y atención al cliente para el conjunto del personal, como así también para cada puesto específico.

A modo de ejemplo se anexa un glosario con frases pertinentes

Si surge la necesidad de incorporar personal en un área, se solicita dicho pedido a la dirección u organización para que acepte o rechace la incorporación. Si la misma es aceptada se recibe la solicitud del ingreso de nuevo personal y se vale de la descripción de puesto. Si el puesto no existe en la empresa, se procede al diseño del mismo.

Se eligen los medios y fuentes que se utilizarán para el ingreso según las necesidades del puesto, el tiempo de respuesta requerido y la calidad de los postulantes. Estas pueden ser:

- ✓ Periódico de mayor circulación de la ciudad
- ✓ Universidades e instituciones de educación
- ✓ Radio o TV
- ✓ Internet
- ✓ Otros



Se redacta el aviso clasificado y envía el presupuesto al encargado correspondiente para que lo apruebe. Una vez aprobado el presupuesto, se lanza la búsqueda en el mercado laboral para incorporar candidatos.

Se recibe los CVs y los selecciona según el perfil requerido definido en la descripción del puesto. Los CVs seleccionados acceden a la primera entrevista laboral, se cita a los candidatos telefónicamente para la primera entrevista laboral. La misma puede ser grupal o individual dependiendo del tiempo de respuesta requerido y de las necesidades del puesto, así como del tipo de perfil buscado. Los candidatos seleccionados acceden a la segunda entrevista, los rechazados quedan pendientes para otras búsquedas en base de datos. Los candidatos seleccionados en la primera o en la segunda entrevista, acceden a la entrevista con el superior inmediato del puesto vacante. Para ellos son citados telefónicamente y se coordina con el superior en cuestión de día y hora de la entrevista.

El superior realiza una entrevista grupal con los candidatos preseleccionados y elige entre ellos a los más aptos, si es apto ingresa a la etapa de prueba donde debe brindarse al menos, la siguiente información:

- Política de Calidad.
- Manual de gestión de calidad, la seguridad y el ambiente.
- Descripción del puesto.
-

El nuevo ingreso será evaluado luego de cumplir 3 (tres) meses en el puesto. Se debe proporcionar la capacitación pertinente y continúa. Los distintos sectores de la empresa identifican, al inicio y durante el transcurso del año, las necesidades de capacitación del personal a cargo.

Estas necesidades de formación pueden ser el resultado de diferentes actividades como las Auditorías internas, calificaciones del personal, reclamos de Clientes, desempeño de los procesos, revisión por la dirección, definición de objetivos, etc.

El responsable arma un Plan tentativo de Capacitación anual, a través del “Plan de Capacitación” donde se detalla el tema de la capacitación, si la



misma es interna o externa, el nivel (alto, medio o bajo), el mes previsto de realización, el disertante y a quienes está dirigido.

El Plan se entrega a la Dirección para su análisis, modificación en caso que fuera necesario, asegurar el presupuesto necesario y posterior aprobación.

Una vez definido, es responsabilidad del área pertinente y de los responsables de sector la búsqueda y definición de los posibles disertantes, ya sean estos externos contratados, o personal interno de la Empresa. De acuerdo a lo planificado, se ejecutan las actividades de formación del personal. Si estas son dictadas por entidades o Empresas externas contratadas, los responsables de sector, deben exigir la entrega de certificados que avalen la presencia de las personas capacitadas. Si la capacitación es de carácter interno se registran las actividades en el “Registro de Capacitación”.

Se analiza la metodología más adecuada para evaluar la eficacia de las capacitaciones que puede ser por ejemplo a través de las calificaciones de personal, auditorías internas, seguimiento de indicadores, evaluaciones de desempeño, etc. La metodología utilizada, el responsable y la fecha de realización quedan definidas en el registro de Capacitación” para las capacitaciones internas y en el “Plan de Capacitación” para las capacitaciones externas.



EVENTOS S.R.L		PLAN DE CAPACITACION															
Ítem	Tema de Capacitación	Int/Ext	Año: 201												Disertante	Dirigido a:	
			E	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D			
1	Sistema de Gestión de la Calidad, la Seguridad y el Ambiente																Todo el personal
2	Buenas Prácticas Ambientales																Todo el personal
3	Prevención de Riesgos Laborales																Todo el personal
4	Resolución de Situaciones de Emergencia																Todo el personal
5	Calidad de atención al cliente																Todo el personal

Referencias: Previsto
 Realizado

Preparo:	Aprobó:	Fecha de Emisión:
		Fecha de Revisión:



Evaluación de desempeño del personal

La evaluación es una excelente herramienta para ajustar expectativas del evaluador y del evaluado. A los fines de mantener la competencia de los distintos empleados el responsable de cada área de la empresa realiza una calificación del personal (período mínimo semestral) de dichos empleados según el registro “Evaluación de Desempeño de Personal”. El resultado de esta reunión será el compromiso futuro, los aspectos a mejorar y, también, la definición de los cambios.

Se preparan los registros “Evaluación de Desempeño del Personal” y se entrega a los responsables del sector para que hagan las calificaciones del personal a cargo.

Evaluación del Desempeño: por desempeño entendemos la forma en que la persona lleva adelante su gestión, su comportamiento y estilo de trabajo. Para el diseño de este perfil es necesario tomar en cuenta las conductas que son necesarias para su gestión específica y los comportamientos requeridos por el área a todo el personal (ej. la honestidad).

La evaluación del Desempeño requiere definir contra ese perfil los aspectos salientes (fortalezas) del evaluado y los que debería potenciar (áreas de oportunidad), además dejan identificadas las necesidades de capacitación que de allí surjan con su orden de prioridad.

Si en las evaluaciones de desempeño se identificaron necesidades de cambio en las definiciones de los puestos, se realiza una modificación de los mismos.


Análisis de Evaluaciones de Desempeño:

El objetivo de la reunión es revisar las tareas del puesto y ofrecer un resultado más específico a los empleados para detectar posibles fallas y buscar posibles causas que imposibilitan alcanzar el rendimiento deseado. Conjuntamente se intentará buscar soluciones, proponer modificaciones, detectar oportunidades de mejora, generar planes de acciones y capacitación para brindarles herramientas que permitan mejorar el desempeño y alcanzar el objetivo deseado.



Rendimiento Personal: El objetivo de la reunión es verificar el estado de la evaluación de desempeño del empleado, revisar las tareas en las que se detectan los bajos rendimientos, ofrecerle una respuesta respecto de su desempeño e investigar las posibles causas de su rendimiento. Conjuntamente se intentará buscar soluciones, proponer modificaciones, detectar oportunidades de mejora, generar planes de acciones y capacitación para brindarle herramientas que le permitan mejorar el desempeño.



	EVALUACION DE DESEMPEÑO	Rev 00
Puesto:		
Nombre:		
Fecha:		
Referencias		
Desempeño Excelente	5	
Desempeño Muy Bueno	4	
Desempeño Bueno	3	
Desempeño Regular	2	
Desempeño Malo	1	
TAREAS Y RESPONSABILIDADES	REAL	ESPERADO
1		
2		
3		
COMPETENCIAS/ HABILIDADES	REAL	ESPERADO
1		
2		
3		
CALIFICACION GLOBAL		
Preparo:	Aprobó:	Fecha de Emisión: Fecha de Revisión: Revisión: 00



V. Gestión del servicio.

Un evento es una forma de comunicación utilizada para conseguir atraer la atención de un producto o servicio. Para llevar a cabo cualquier tipo de evento mencionado según la clasificación por tipología de la NORMA IRAM SECTUR 42900, es importante señalar los procesos principales del servicio, acción que nos permitirá implantar CALIDAD en cada proceso asegurando siempre la satisfacción del cliente.

Lo primero será investigar, obtener información de parte del cliente para el desarrollo del evento, y poder preparar una propuesta acorde a su requerimiento. Se podrá preparar un informe breve que contenga toda la información que nos suministró el cliente para el evento. Esta información nos permitirá tomar decisiones correctas, planificar, ejecutar y evaluar el evento, acciones propias que conlleva a buen puerto todo evento.

A continuación a modo de ejemplo presentamos un modelo de informe en el cual se incorporan datos obtenidos de los clientes a tener en cuenta para la elaboración de la propuesta.

EVENTOS S.R.L	APELLIDO Y NOMBRE:		
	CONTACTO: TEL:		
	MAIL:		
	NOMBRE DE LA EMPRESA/ORGANIZACIÓN/INSTITUCIÓN:		
INFORMACIÓN	DETALLES	OBSERVACIONES	
Objetivo			
Nombre del evento			
Logo o marca			
Fecha estimada de realización			
Público			



Lugar de realización			
Costo/ Presupuesto.			
Stand/ Inscripción.			

Preparo:	Aprobó:	Fecha de Emisión: Fecha de Revisión:
Observaciones:		

- Objetivo del evento: Los objetivos deben ser claros, alcanzables y medibles aquí se va a definir que se pretende al realizar el evento, puede partir de un objetivo general y después enunciar algunos particulares.
- Nombre del evento (si lo llevase), el mismo deberá identificar al sector o sectores para el cual está organizada.
- logo o marca, el mismo deberá tener un vínculo con el nombre y el objetivo principal del evento seleccionado.
- fecha de realización, previo a la designación de la fecha, se realizará un análisis previo sobre la mejor época del año para realizarlo, los recursos disponibles y la conveniencia de los patrocinadores.
- Público al cual está dirigido el evento dependiendo del tipo de evento a realizar. Integrantes de la región donde se realiza el evento, patrocinadores y participantes del mismo.
- Lugar de realización, para la elección del mismo se deberá tener en cuenta los siguientes aspectos: ubicación, accesibilidad, infraestructura hotelera y de restaurantes cercano al lugar, estacionamiento, iluminación natural y artificial, ventilación adecuada,



decoración y ambientación, servicios de agua potable permanente, sino es posible camiones cisterna de abastecimiento.

- Costos, es necesario presentar un presupuesto que nos refleje el costo aproximado que tendría el evento. Para esto es necesario realizar una estimación sobre los gastos.
- Stands (en caso de ser una feria) acorde a la distribución del espacio y del precio acordado para la adquisición del mismo.
- Inscripción, se tendrán en cuenta aspectos a considerar:
 1. Pago: se traduce a la participación propiamente dicha en el evento en base al espacio elegido en relación al tiempo de participación.
 2. Firma de contrato: en él se plasmará el monto a abonar, y cualquier otra información que se considere de interés.
 3. Reglamento, indica las reglas y normas que deberán cumplimentar durante la realización.

Definido el procedimiento de recolección de datos, se procederá a diseñar una propuesta acorde a los requerimientos solicitados por el cliente procederemos a la formulación del proyecto donde registraremos al destinatario del mismo, a quien se lo presentaremos a fin de obtener recursos humanos y/o financieros para el desarrollo del mismo, la definición de objetivos y los resultados esperados.

A continuación se definirán los pasos a seguir para la formulación y desarrollo de la propuesta:

- ¿Por qué lo hacemos? Formularemos el contenido principal, el motivo, los participantes y el resultado. Analizaremos las realizaciones anteriores del mismo evento. ¿Qué se ha logrado?, ¿Cómo se ha logrado? y ¿con quienes se ha logrado?
- ¿Para qué? Es muy importante describir en detalles la justificación para obtener la respuesta sobre el tipo de evento que se deberá realizar para la región.



- ¿Qué se va a lograr? Son las metas concretas que se desea alcanzar en términos cuantitativos y cualitativos. Aquí se plantean los objetivos a desarrollar.
- ¿Qué lograremos? Es la afirmación de los objetivos. La obtención de resultados. Estos deben especificar lo que se logrará al término del evento.
- ¿Cómo lo lograremos? Es la forma de cómo se llevará a cabo cada objetivo y resultado propuesto. Aquí plantearemos las actividades a desarrollar.

A continuación, una vez realizado el contacto con el cliente, definido el diseño y armado de la propuesta, procederemos a la presentación de la misma. Aquí se tendrá en cuenta aspectos importantes como detalle de todos los servicios y prestaciones ofertadas para el desarrollo de dicho evento, una propuesta económica, la vigencia o validez de la oferta y las condiciones generales de la contratación.



EVENTOS S.R.L					
Registro de Propuesta.			Fecha		
Actividad	Responsable	Costo	marzo	abril	mayo
Validez de la propuesta:			Condiciones de contratación:		
Preparo:	Aprobó:	Fecha de Emisión: Fecha de Revisión: Revisión: 00			

Se presenta a modo de ejemplo un registro de presentación de propuesta. En la primera columna se colocará la actividad generalizada a realizar, en la segunda, el responsable (aquí se podrá determinar qué comisión, según el organigrama, estar a cargo) la tercera el costo o valor de la misma y la última definirá el tiempo o plazo de ejecución. Además se consignarán datos referentes a la validez de la propuesta y condiciones de contratación.

- Plan de trabajo: Hace referencia al cronograma de las actividades, indicando plazo y tiempo de ejecución de las diferentes actividades. El mismo sirve para que los responsables tengan presente el tiempo de realización de la actividades designadas, a modo de ejemplo se plantea un cronograma de actividades o plan de trabajo, el mismo puede ser utilizado de actividades en general o para cada comisión.
- Presupuesto: Detalle de costos para cada actividad propuesta. Se puede contar con uno general para todo el evento y uno detallado por



comisión. A modo de ejemplo se presenta un presupuesto, el mismo se irá completando en base a las comisiones tratadas con anterioridad determinando las actividades a desarrollar por cada una de ellas y el costo que implica cada una.

- Recursos: Son los medios que nos permitirán realizar todas las actividades que se han planificado. Podremos detallar :
 1. Recursos financieros: es el dinero con el que debemos contar para la realización de las actividades planificadas. Este recurso estará a cargo de la comisión de finanzas y mercadeo. Se tendrá en cuenta la compra y adquisición de productos a proveedores locales, ya que esto nos permitirá abaratar costos en relación a transporte para traslados, envasado y almacenamiento, permitiendo al proveedor aumentar su prestigio en la comunidad.
 2. Recursos técnicos: responde a la necesidad de contar con el equipo técnico necesario para hacer los contactos y promover la participación: computadoras, internet, teléfonos, impresoras priorizando la adquisición de bienes a proveedores locales y comunidades originarias,
 3. Recursos humanos: Hace referencia al personal necesario para el evento, desde el organizador del evento, pasando por las comisiones designadas según el tipo de evento, el equipo de trabajo seleccionado hasta los voluntarios. Se tomará en cuenta también la participación de profesionales vinculados con el sector a promocionar y la contratación de personal local.



Primera Etapa: Pre evento.

Durante esta etapa se llevarán a cabo actividades coordinadas y ligadas entre esta etapa de pre evento y la de evento propiamente dicho.

Para comenzar realizaremos un Monitoreo de las actividades, realizando un checklist (lista de chequeo) para verificar tareas, el cumplimiento de todas las actividades, controlar el ingreso de los proveedores y los materiales necesarios para la ejecución y realizar una revisión final antes de dar comienzo al evento. A continuación se presentan a modo de ejemplo un registro que nos permitirá realizar el monitoreo de las actividades.

- Inauguración, ésta tiene que ser un gran acontecimiento tanto para el público en general como para los patrocinadores (ellos promueven su marca), autoridades regionales, así como el sector empresarial comprometido con el desarrollo económico de la región. Se tendrá en cuenta hacer la inauguración dentro del recinto para lograr la participación de todos los asistentes al evento
- Actividades de promoción, durante la realización del evento es necesario realizar diferentes actividades que promuevan el desarrollo regional. En ésta etapa se podrá distinguir a aquellos empresarios y patrocinadores que participaron para la realización del evento e informar a los participantes y visitantes de las características culturales y religiosas locales, promoviendo interacciones culturales entre comunidad local y visitantes.

Matriz para el monitoreo de actividades.

Tarea	Responsable	Cumplimiento	Comentario
		☺	



Matriz para el monitoreo de la calidad del evento.

Día..... Hora..... Procedencia:..... Edad: Sexo: ¿Qué tipo de servicio o producto demanda? : ¿Encontró lo que buscaba? : SI.....NO
--

- Clausura, se realiza el cierre de las actividades y del lugar donde se desarrolla el evento. Esta actividad estará a cargo de la comisión de logística. En este término se conocerán los resultados del evento:
 1. Número de visitantes.
 2. Número de participantes.
 3. Total de gastos para la realización de las diferentes actividades, planificadas y ejecutadas.

Tercera Etapa: Pos evento-Evaluación y Monitoreo.

En esta etapa, no por menos importante, tiene por objetivo evaluar y monitorear todo lo referido a las dos etapas anteriormente desarrolladas, analizar en detalle los objetivos y las actividades propuestas, ver en detalle la organización, planificación y desarrollo del evento y a todas las actividades que se desarrollarán a post, una vez finalizado.

Para esta etapa se tendrá en cuenta:

- Desmontaje: El desmontaje de los stands, estará a cargo de la comisión de stands, deberá tenerse en cuenta dejar el recinto en las mismas condiciones que fue contratado.
- Balance general: La comisión de finanzas y mercadeo tiene la responsabilidad de elaborar todos los documentos contables, en donde se especifiquen los gastos e ingresos de las actividades. Esta comisión deberá elaborar un informe del balance, conclusiones, y recomendaciones. Se informará a todos los participantes del evento



los resultados obtenidos, garantizando la transparencia del mismo para seguir contando con el apoyo de los patrocinadores y garantizar el éxito en las próximas ediciones que se realice el evento.

- Memoria de la feria: Al finalizar, el organizador deberá reunir los resultados de todas y cada una de las comisiones, describir las experiencias obtenidas y los impactos positivos y negativos. La memoria del evento es un documento, el cual debe ser escrito por el organizador, en el cual reflejará toda la información obtenida y recopilada, la elaboración del mismo tiene como objetivo ser una memoria de labores para el organizador, podrá analizar los aciertos y los problemas que transcurrieron en eventos anteriores y servir de experiencia para mejorar la planificación del próximo evento. En el presente documento se dejará constancia de la respuesta y solución a quejas, reclamos y o sugerencias, tratadas por la comisión de evaluación y monitoreo.
- Instrumento para evaluar el impacto: La feria, fiesta o festival debe ser evaluado desde tres ámbitos:
 1. Desde el punto de vista de los visitantes.
 2. Desde el punto de vista de los participantes.
 3. Desde el punto de vista de los organizadores.

Estos puntos de vista pueden ser evaluados a través de entrevistas o encuestas. A modo de ejemplo se ofrecen dos tipos de encuestas (para visitantes, la primera, y para participantes la segunda).



Formulario Encuesta para visitantes.

Día: Hora:

.....

Lugar de procedencia:

.....

Edad: Sexo:

.....

¿Qué tipo de servicio o producto demanda?:

.....

¿Encontró lo que buscaba? : SI NO.....

Aspectos positivos.....

Aspectos negativos.....

Formulario Encuesta para participantes del evento.

Día: Hora:

Lugar de procedencia:

Edad: Sexo:

¿Qué tipo de servicio o producto ofrece?:

.....

¿Vendió la cantidad esperada?: SI NO.....

Mencione cuanto vendió durante su permanencia en el evento.....

Volvería a participar: Sí NO

Aspectos positivos:

Aspectos negativos:

Sugerencias:

- Monitoreo de los resultados: Esta actividad puede llevarse a cabo de dos formas, la primera analizando el crecimiento económico de las empresas participantes del evento, si éste se produjo por efecto causado por la participación al mismo, este resultado se podrá analizar a través de visitas a las mismas, y la segunda, enfocada hacia el ámbito regional o local, observando el desarrollo del sector productivo y el impacto



causado a nivel económico en la región, sí se lograron dichos impactos, nos da como resultado que el evento ha cumplido con todos los objetivos propuestos.

- Procedimiento para el manejo de quejas, reclamos y sugerencias: Este es un punto de mucho valor, ya que nos permite evaluar la calidad en la organización, planificación, desarrollo y cierre de nuestro evento. El principal y único objetivo es el de definir las actividades que se deben preparar para la recepción, evaluación, atención y seguimiento a las quejas, reclamos y sugerencias expresadas por los integrantes y participes activos del evento. Esto aplica para la recepción de todas las expresiones y/o manifestaciones expresadas por visitantes y participantes del evento. Este procedimiento inicia con la entrega de un formulario encuesta (uno para visitantes y otro para participantes del evento), continúa con la recepción de los mismos y termina con el análisis, evaluación y respuesta al interesado. Como responsables para el buen desarrollo de este procedimiento se nombrará a la comisión de evaluación y monitoreo, a través de un designado por ésta, para cumplir con dichas funciones. Se tendrá en cuenta el proceso por el cual transita una queja o reclamo. Procederemos a dar las definiciones para cada caso:

1. Queja: expresión de insatisfacción hecha a una organización o persona física, con respecto a sus productos y/o servicios donde se espera una respuesta o resolución explícita o implícita. Una queja o reclamo es una muestra de insatisfacción que proviene de un cliente (externo) debido a un incumplimiento de sus requisitos: calidad, tiempo de entrega, mal servicio, mala atención, etc., y que posteriormente se determina como una no



conformidad para darle el seguimiento adecuado de manera interna hasta su solución

2. Reclamante: persona, organización o su representante, que expresa una queja o reclamo.
3. No Conformidad: incumplimiento de un requisito.
4. Usuarios: clientes internos y externos.
 - Usuarios externos: son aquellos individuos para quienes se organiza, planifica y desarrolla un evento, a través de un sistema de gestión de calidad.
 - Usuarios internos: son aquellos individuos que participan en el proceso de organización, planificación y desarrollo y prestación de servicios de un evento, a través de un sistema de gestión de calidad.
 - Servicio al cliente: interacción entre la organización y el cliente.
 - No Conformidad: Incumplimiento con algún requerimiento establecido en alguna norma externa o interna

Hechas las definiciones pertinentes, procederemos al desarrollo para el manejo de reclamos, quejas y sugerencias propiamente dicho.

1. Objeto: definir las actividades que se deben preparar para la recepción, evaluación, atención y seguimiento de las quejas, reclamos y sugerencias expresadas por los usuarios o las partes intervinientes del evento.
2. Alcance: Aplica para la recepción de todos los formularios encuestas expresadas por los usuarios. Este procedimiento inicia con la recepción de las quejas,



reclamos o sugerencias y termina con el análisis, evaluación y respuesta.

3. Responsables: Son los encargados de llevar a buen puerto el desarrollo del procedimiento. En este caso se designó a la comisión de evaluación y monitoreo dicha actividad, incluida la elección del responsable.
4. Desarrollo: Trataremos aquí el reclamo o queja propiamente dicha. Procederemos a la recolección del formulario encuesta para detectar si existe algún reclamo o queja. Estos formularios serán entregados por el responsable designado por la comisión de evaluación y monitoreo, al momento de ingreso al evento. La entrega de los mismos se depositarán en urnas ubicadas en diferentes sectores designados con anterioridad por la comisión de evaluación y monitoreo.

Los usuarios tanto internos como externos, podrán expresar alguna queja, reclamo o sugerencias a través de los formularios destinados a tal fin. Después de registradas en un informe de acción, las insatisfacciones, si las hubiese, serán analizadas, atendidas y contestadas. El responsable designado, realizará un análisis y deberá determinar las acciones a seguir para dar respuesta a la queja y/o reclamo, Este tipo de acciones podrán ser: acciones correctivas, son aquellas acciones que se realizan para eliminar la causa de las no conformidades con el objeto de prevenir que vuelva a ocurrir y las acciones preventivas, son acciones inmediata que se toman para solucionar un problema presente (producto y/o servicio no conforme o no conformidad) es dar solución a las no conformidades para prevenir que vuelvan a producirse.



5. Respuesta a la queja: la misma se realizará vía mail o telefónica, según lo registrado en el formulario de encuestas.
6. Cierre de la queja: una vez informada la respuesta a la queja planteada, dichos registros se guardarán y formarán parte del archivo elaborado por la comisión de evaluación y monitoreo, y registrado en el documento memoria de la feria.

A continuación a modo de ejemplo se presenta un registro de informe de acción sobre la queja y/o reclamo



INFORME DE ACCIÓN		CORRECTIVA
		PREVENTIVA
Tema /Asunto:		Ref:
		Fecha inicio:
		Realizado por:
1.- Personas que participan en la acción y coordinador:	2.- Descripción del problema que se quiere eliminar o evitar:	
3.- Acciones precedentes o primeras acciones adoptadas:		
4.- Causa o causas que generan el problema o que lo pueden generar:		
5.- Soluciones que atacan la causa del problema, posibles acciones:		
6.- Acciones correctivas / preventivas finalmente realizadas, incluyendo fechas:		
7.- Acciones que se efectuarán para verificar la eficacia de las soluciones implantadas, fechas y responsables:		
8.- Resultados obtenidos, conclusión del expediente:		
NO DEBE CONCLUIRSE UNA ACCIÓN HASTA QUE NO SE HAYA VERIFICADO LA EFICACIA DE LAS SOLUCIONES IMPLANTADAS O BIEN SE HAYAN ARGUMENTADO LAS CAUSAS DE SU CIERRE		Firma Responsable de la acción: Fecha cierre:



Anexo 01

CALENDARIO DE FERIAS Y FESTIVALES

Enero

Festival Nacional e Internacional de la Doma y Folklore de Jesús María

Fiesta provincial del trigo – Villa Huidobro

Festival Nacional del Malambo – Laborde

Festival del Folklore en el Agua – Villa del Rosario

Festival de la Serenata – Villa de Soto

Feria Provincial de Artesanías - Cosquin

Fiesta Provincial del Lago – Villa Rumipal

Festival del Balneario – La Cruz

Semana Brocheriana - Cura Brochero

Festival de la Fe y el Folklore – Embalse

Festival Folklórico de Xanaes – Río Segundo

Festival “El canto del Pisco Huasi”- San José de la Dormida

Fiesta de la Jineteada y Folklore - Villa Concepción del Tío

Festival del Cuarzo -Serrezuela

Festival del Arte Callejero – Mina Clavero

Festival Internacional de Música - La Cumbrecita

Fiesta Provincial de la Sandía - San José

Festival del Maíz - Salsacate

Festival del Cabrito – Quilino

Fiesta de la Familia Piamontesa - Luque

Festival Nacional del Tambo – James Craik

Festival Nacional de Folklore – Cosquín

Febrero

Fiesta de le Tradición del Norte Cordobés – Deán Funes

Cosquín Rock – Comuna de San Roque

Fiesta Nacional del Trigo – Leones



Festival Nacional de la Papa – Villa Dolores
Campeonato Nacional de Bolitas y Baleros – Río Ceballos
Fiesta Nacional de la Pelota de Fútbol – Bell Ville
Semana de Tulumba – Tulumba
Festival de la Jineteada y Folklore – Cruz Alta
Fiesta Provincial de la Minería – San Carlos Minas
Fiesta de la Avicultura – Sta. María de Punilla
Festival Folklórico de Tancacha – Tancacha
Fiesta Provincial de la Peperina – Cabalango
Festival de Doma y Folklore - La Paquita
Festival Provincial de la Palma - San Francisco del Chañar
Festival Provincial de la Miel - San Marcos Sierra
Fiesta y Peregrinación de la Virgen de Lourdes - Alta Gracia
Festival de Música Contemporánea - La Falda
Festival del Canto y la Poesía – Villa de María
Festival del Pan Casero - Mayu Sumaj
Fiesta Gaucha Regional- Potrero de Garay
Fiesta Nacional del Olivo- Cruz del Eje
Fiesta Nacional del Trigo- Leones
Festival de la Cascada - Villa Amancay
Fiesta Provincial del Río- Anisacate
Encuentro de Colectividades - Alta Gracia
Fiesta Nacional de la Frutihorticultura - Colonia Caroya
Festival de Peñas – Villa María
Festival Folklórico de Morteros - Morteros
Curso Popular – Unquillo
Febrero /Marzo Fiesta Provincial del Durazno – Va. Gran Parque
Fiesta Provincial del Durazno – Pampayasta Sur



Marzo

Fiesta Provincial de la Vendimia y Sagra de la Uva – Colonia Caroya
Fiesta Provincial de Espuelas, Rebenque y Canto – Pampayasta Sur
Festival Provincial del Carbón – Las Arrias
Semana Brocheriana - Santa Rosa de Río 1°

Abril

Fiesta de la Masa Vienesa - Villa General Belgrano
Feria Nacional e Internacional de Artesanías - Capital
Feria de Dulzuras Tradicionales de Córdoba - Capital
Fiesta de los Cosechos - El Brete
Fiesta Provincial de la Vaquillona Holando- Argentino - S. M. Laspiur
Fiesta Nacional de la Alfalfa - San Basilio
Fiesta Provincial de la Soja - Río Segundo
Fiesta de las Agrupaciones Gauchas - Alta Gracia
Fiesta del ternero – Cruz del Eje

Mayo

Fiesta Gaucha - La Serranita
Fiesta Nacional de la comida al disco – Yacanto
Yerra, Destreza y Jineteadas - Calchín
Fiesta Provincial del Maíz - Alcira Gigena
Festival de danza contemporánea Pulso Urbano – Capital
Recordatorio Atahualpa Yupanqui - Cerro Colorado
Fiesta de la Tradición Gaucha - El Arañado
Fiesta Provincial del Chacarero - Chaján
Festival Señores Niños al Teatro – Capital

Junio

Festival Pensar con Humor – Capital

Julio



Fiestas Julias - Alicia

Fiesta del Chocolate alpino - Villa General Belgrano

Fiesta Provincial de la Bagna Cauda - Calchín Oeste

Fiesta Provincial del Locro y las Comidas Típicas - Villa San Isidro

Feria del Libro Infantil – Capital

Feria de las Dulzuras Tradicionales de Córdoba - Capital

Fiesta de las Comidas Típicas - Colonia Caroya

Festival Nacional del Tango y Milonga Nacional – La Falda

Fiesta Nacional del Maíz y la Cosecha Gruesa – Alcira Gigena

Agosto

Fiesta Nacional del Productor Agropecuario - Despeñaderos

Fiesta Nacional de los Abuelos - Carlos Paz

Fiesta Nacional del Mate - Colonia Italiana

Fiesta del tejido Artesanal – Capilla del Monte

Festival de Doma y Folklore - Villa Candelaria

Septiembre

Feria Nacional de Artesanías – Arroyito

Feria del Libro – Capital

Fiesta Nacional del Contratista Rural – Alcira Gigena

Feria Internacional Córdoba FICO Mercosur – Capital

Fiesta del Agricultor - Sampacho

Jornadas Inter escolares Infanto / Juveniles - Villa Dolores

Fiesta de la primavera – Carlos Paz

Fiesta Provincial del Agro - Porteña

Primavera con Vos - Malagueño

Embalse en Flor - Embalse



Octubre

Fiesta del Salame - Oncativo
Festival del Pejerrey - Villa del Dique
Festival Nacional Folklórico Estudiantil - Saldán
Fiesta Nacional de la Cerveza - Villa General Belgrano
Carrera de chanchos y Fiesta del Salame Casero – Colonia Caroya
Encuentro Internacional de Poetas - Villa Dolores
Encuentro Nacional de Coros - Villa Dolores
Encuentro del Gaucho - Río Cuarto
Fiesta Provincial de la Empanada - Villa Ciudad de América
Concierto de las Campanas - Capital
Fiesta de la Virgen Cautiva - Villa de María
Fiesta Nacional del Maní - Hernando
Fiesta del Apicultor - Las Perdices
Festival de Teatro del Mercosur – Capital

Noviembre

Fiesta Nacional de la Tradición - Santa Rosa de Calamuchita
Fiesta Nacional del Transportista Lacteo - Brinkmann
Festival de Folklore Competitivo - Villa Dolores
Fiesta de la Tradición - Villa Dolores
Fiesta del Producto lácteo - Arroyo Cabral
Fiesta Nacional del Sorgo - Freyre
Fiesta Provincial de Coros - Sacanta
Festival de Música Barroca por las Estancias Jesuíticas

Diciembre

Fiesta del Queso - Tío Pujio
Fiesta Nacional del Humor y la Poesía - Brinkmann
Fiesta de la Solidaridad - Villa Allende



Fiesta Nacional del Alfajor - La Falda
Festival Internacional de Jazz – Capital

Anexo 02

Norma IRAM SECTUR 42900- Organización de eventos.
Sistema de gestión de la calidad en la prestación del servicio.



6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

ENCUESTA DE SATISFACCION

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerde
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 **Google Forms**

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

1. Diseño de Norma de Competencia: **AGENTE DE VIAJE RECEPTIVO**

ÁREA DE COMPETENCIAS

Servicios

SUB-ÁREA DE COMPETENCIA

Turismo

ÁREA OCUPACIONALES

Empresa de viajes y turismo. Agencias de viajes y turismo.

NORMAS GENERALES DE LA ACTIVIDAD

Ley 25997. Ley 18829. Resolución 532/2001. Resolución 1027/2005. Resolución 858/2007. Resolución 997/2007-Memorandum de Entendimiento con la Republica China. Resolución 66/2010. IRAM SECTUR 42910-Empresas intermediadores de Servicios Turísticos.

ALCANCES Y CONDICIONES DEL ROL PROFESIONAL

Recibirá y trasladará al turista hacia el lugar indicado. Solucionará todas las dificultades que puedan surgir al momento de la llegada del turista. Incentivara el turismo interior del área regente. Favorecer el turismo interno y el turismo receptor del área. Empleo de idiomas.

RELACIONES FUNCIONALES Y JERARQUICAS EN EL ESPACIO SOCIAL DE TRABAJO

El agente de viajes receptivo tendrá como función primordial recibir y trasladar al turista o grupo de turistas hacia el lugar designado.



COBERTURA DE LA NORMA DE COMPETENCIA

Nacional

ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Recepción del turista o grupo de turistas. Traslado del lugar de arribo al sitio de hospedaje y de este último al lugar de embarque. Asistencia al turista durante su estadía. Brindar informacional adicional relacionada con su viaje.

2. Mapa Funcional:

UNIDAD DE COMPETENCIA

ELEMENTOS DE COMPETENCIA

1. Recepción del turista o grupo de turistas.

1.1. Poseer en tiempo y forma, la documentación y el material necesario para realizar el servicio y entregar a los turistas.

1.2 Llegada al lugar de arribo y traslado del turista o grupo de turistas.

2. Traslado y chequeo del servicio contratado.

2.1 Traslado del lugar de arribo al establecimiento de hospedaje o sitio designado.

2.2 Traslado del establecimiento de hospedaje o sitio designado al lugar de embarque.

3. Asistencia al turista ante situaciones y eventualidades durante su estadía

3.1 Cancelación de vuelo u otro medio de transporte

3.2 Pérdida de equipaje.

3.3 Pérdida o robo de pasaporte, documento de identidad, tarjeta de migración u objetos personales.

4. Asesoramiento al turista.

4.1 Suministrar información adicional referida a su viaje.

4.2 Contar con ciertos conocimientos para realizar satisfactoriamente su rol.



3. Análisis Funcional:

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 1: Recepción del turista o grupo de turistas.		
Título del elemento de competencia 1.1: Poseer en tiempo y forma, la documentación y el material necesario para realizar el servicio y entregar al turista.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Solicitar y poseer un informe detallado sobre los turistas que contratan el servicio.	Elaborar un listado con lo proporcionado por la empresa, incluyendo un letrado nominado detallando nombre de la agencia, nombre y apellido del turista o grupo de turistas.	Programa del viaje, itinerario, vouchers u órdenes de servicio, mapas, letrado nominado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación ,a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad		Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes.



dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas.			
Campo de aplicación			
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.			

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 1: Recepción del turista o grupo de turistas.		
Título del elemento de competencia 1.2: Llegada al lugar de arribo y traslado del turista o grupo de turistas.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Llegada al lugar de arribo (aeropuerto, terminal de transporte terrestre o sitio marcado) y traslado del turista o grupo de turistas.	Ubicar, coordinar y verificar el transporte y las rutas de traslado. Verificar la cantidad de turistas antes de partir y chequear la tenencia de toda la documentación personal antes de partir.	Datos personales del turista o listado de pasajeros, hoja de ruta, pasaporte y documentación del pasajero.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial



<p>Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas. Conocimiento de las principales rutas provinciales de acceso.</p>	<p>Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Leyes de migración. Normativa de control vehicular.</p>		
<p>Campo de aplicación</p>			
<p>Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.</p>			

<p>ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo</p>		
<p>Título de la unidad de competencia 2: Traslado y chequeo del servicio contratado.</p>		
<p>Título del elemento de competencia 2.1: Traslado del lugar de arribo al establecimiento de hospedaje o sitio designado.</p>		
<p>Criterio de desempeño</p>	<p>Evidencias de desempeño</p>	<p>Evidencias de producto</p>
<p>Realizar un listado de chequeo con todos los servicios contratados y documentación necesaria</p>	<p>Verificar la posesión de documentación personal del turista o grupo de turistas. Brindar</p>	<p>Mapas, itinerarios, vouchers u órdenes de servicios, listado con teléfonos de contacto tanto</p>



para la estadía.	información sobre el lugar de arribo como también de la documentación necesaria para la estadía. Conducir y acompañar al turista o grupo de turistas hasta la recepción del establecimiento de hospedaje. Traslado del equipaje. Informar el fin del traslado.	de la agencia recepcionista como de emergencia locales.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas. Conocimiento de las principales rutas provinciales de acceso. Conocimiento y aspectos generales del lugar de arribo.	Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes. Leyes migratorias.	
Campo de aplicación		
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.		



--	--	--	--

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 2: Traslado y chequeo del servicio contratado.		
Título del elemento de competencia 2.1: Traslado del establecimiento de hospedaje o sitio designado al lugar de embarque.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Obtener todo el material necesario para realizar el servicio de traslado y entregar al turista para su partida.	Confirmar el lugar de partida y horario de salida del medio de transporte. Verificar que el turista tenga en su poder el pasaporte o documento de identidad y haga entrega de la llave de la habitación. Acompañar al turista hasta el transporte de traslado. Carga del equipaje. Contar el número de turistas antes de partir. Acompañar al turista hasta la ventanilla de la línea aérea o plataforma de salida de la empresa de transporte.	Listado de pasajeros. Listado con datos de contacto de la empresa transportadora del turista. Documentación necesaria para la partida: tickets aéreos o pasajes de transporte terrestre. Valijas o bolsos de viaje.



	Sugerir estar atento al llamado de embarque. Informar el fin del traslado.	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación ,a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas. Conocimiento de las principales rutas provinciales de acceso.		Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes. Leyes migratorias. Procedimientos de embarques de diferentes medio de transporte.
Campo de aplicación		
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.		

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo
Título de la unidad de competencia 3: Asistencia al turista ante situaciones y eventualidades durante su estadía a través de reuniones previas con los proveedores concretando la firma de los contratos de la prestación del servicio turístico ofrecido.
Título del elemento de competencia 3.1: Cancelación de vuelo u otro medio



transporte		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Asistencia en caso de cancelación de vuelo por problemas técnicos o climáticos	Verificar si la cancelación se debió a problemas técnicos, la aerolínea deberá responder ante el pasajero reasignado su vuelo y asumiendo gastos de alojamiento y transfer; si la misma fuera por condiciones climáticas es posible que la aerolínea re programe el vuelo debiendo el pasajero hacerse cargo de los gastos provenientes de esa reprogramación.	Tickets aéreos o de transporte terrestre. Tarjeta de embarque. Pasaporte o Documento de identidad.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a		Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes. Leyes migratorias. Procedimientos de embarques de diferentes medio de transporte.



desarrollar. Empleo de idiomas. Capacidad de resolución de problemas.	
Campo de aplicación	
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.	

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 3: Asistencia al turista ante situaciones y eventualidades durante su estadía. a través de reuniones previas con los proveedores concretando la firma de los contratos de la prestación del servicio turístico ofrecido.		
Título del elemento de competencia 3.3: Pérdida o robo de pasaporte, documento de identidad, tarjeta de migración u objetos personales.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Corroborar la pérdida o robo de la documentación u objetos personales.	Acompañar al turista a realizar la denuncia policial correspondiente. Informar sobre la documentación necesaria para realizar dicho trámite. En caso de que el documento extraviado o perdido sea la	Denuncia policial. Trámite de la documentación personal.



	<p>tarjeta migratoria, se deberá realizar una nueva abonando la multa correspondiente. Para el caso de objetos personales llevar una lista con la descripción de la cantidad de los objetos robados, características de los mismos y valor aproximado.</p>	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
<p>Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas. Capacidad de resolución de problemas.</p>	<p>Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes. Leyes migratorias.</p>	
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.		



ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 4: Asesoramiento al turista. a través de reuniones previas con los proveedores concretando la firma de los contratos de la prestación del servicio turístico ofrecido.		
Título del elemento de competencia 4.1: Suministrar información adicional referida a su viaje.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Informar al turista sobre diversos aspectos que pueden ser de interés relacionados con su viaje.	Informar al turista sobre los diferentes circuitos turísticos o atractivos que posee la ciudad o país que visita, asesorando en relación a restaurantes, lugares de espectáculos y diversión.	Listado con la información adicional.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a	Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes.	



desarrollar. Empleo de idiomas. Conocimiento de los diferentes circuitos turísticos y atractivos de la ciudad.	
Campo de aplicación	
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.	

ROL OCUPACIONAL: Agente de viaje receptivo		
Título de la unidad de competencia 4: Asesoramiento al turista. a través de reuniones previas con los proveedores concretando la firma de los contratos de la prestación del servicio turístico ofrecido.		
Título del elemento de competencia 4.2: Contar con ciertos conocimientos para realizar satisfactoriamente su rol.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Lograr eficiencia con la adquisición de conocimientos propios para el desarrollo de su rol.	Uso correcto del idioma en el cual ejerce su puesto. Manejo de vocabulario apropiado y técnico en relación a la actividad que desarrolla. Técnicas de atención al cliente o turista. Conocimiento de las rutas provinciales y sus principales accesos.	Presentación de las diferentes ofertas turísticas.



	<p>Conocimiento de los atractivos turísticos.</p> <p>Manejo de una base de datos con información inherente a la actividad que desarrolla.</p> <p>Conocimiento básico de la legislación turística vigente.</p>	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	
<p>Conocimiento y aplicación de los requisitos y disposiciones legales exigidos por el Ministerio de Turismo de la Nación, a través de la Secretaria de Turismo de la Nación y los entes autorizados Desarrollo de la actividad dentro de un equipo de trabajo. Manejo de vocabulario propio de la actividad a desarrollar. Empleo de idiomas.</p> <p>Conocimiento de los diferentes circuitos turísticos y atractivos de la ciudad, rutas provinciales y accesos.</p>	<p>Adaptarse a situaciones nuevas y contextos diferentes.</p>	
Empresas de viajes y turismo-Agencias de Viajes y turismo.		



4. Diseño Curricular:

ESTRUCTURA CURRICULAR

1. Marco contextual.
2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.
4. Carga horaria.
5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.

1. Marco contextual

En el transcurso de la última década se ha desarrollado un proceso de crecimiento permanente del Sector Turismo a nivel nacional.

Pensar el DESTINO TURÍSTICO y cómo se comercializa a través de PAQUETES TURÍSTICOS, es la esencia de esta línea de formación. Ello implica, desde la óptica de la sostenibilidad, retos importantes para la gestión turística del patrimonio tanto natural como cultural, donde los propósitos son conservar el patrimonio natural y salvaguardar el patrimonio cultural. Es un deber del Agente de Viajes Receptivo planificar de manera adecuada el uso o el aprovechamiento sustentable del bien patrimonial, zonificándolo, limitando y reglamentando su uso, respetando y participando a las comunidades locales y aplicando las metodologías de interpretación del patrimonio en el diseño de las actividades turísticas.

La cantidad de cursos y de alumnos interesados en seguir una carrera vinculada al TURISMO continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias que permiten incorporar a la formación de los futuros trabajadores los saberes, habilidades, destrezas y competencias necesarias para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil en el que se destaca conocimiento de la región, diseño, desarrollo,



estructuración, promoción y comercialización del producto turístico además de sus funciones específicas.

2. Marco pedagógico

El enfoque metodológico adoptado para realizar el presente diseño curricular es el de formación basada en competencias laborales; realizado a partir de la Norma de Competencia Laboral correspondiente al rol de Agente de Viajes Receptivo.

En este marco, se considera “capacidad” al conjunto de conocimientos teóricos, técnicos y actitudinales que se ponen en juego simultánea e integradamente para realizar una función determinada.

El Diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de capacidades, contenidos, objetivos, estrategias y técnicas que se articulan en función de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran esta integración y se implementan según el momento de la enseñanza (inicio, desarrollo y cierre).

Las capacidades que los alumnos deben desarrollar durante su formación, surgen de las unidades y elementos de competencia presentes en la norma correspondiente y constituyen, con distinto nivel de complejidad, los objetivos modulares.

Los contenidos se extraen, entonces, de dichas capacidades, con el fin de que los participantes puedan comprender los por qué de las acciones para poder fundamentar su propia práctica.

La formación profesional planteada a través del enfoque de competencias, debe asegurar la enseñanza de contenidos actualizados, acordes a las necesidades actuales del sector.

El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta orientadora para la práctica docente y el recorrido a transitar por los participantes.

Objetivo general

Al finalizar el curso, se espera que el participante haya desarrollado las capacidades necesarias para:



Trasladar a una persona o grupos de personas hacia un punto específico, solucionando dificultades que sucedan en el transcurso de la estadía del mismo.

3. Estructura curricular modular

El siguiente esquema presenta las relaciones establecidas entre las funciones del rol laboral (unidades de competencia) y los módulos propuestos.

4. Carga Horaria: 40 horas.

5. Criterios de enseñanza.

El sujeto de la formación profesional deberá contar con estudios secundarios completos,

Conocimiento en idiomas (inglés o portugués) y experiencia comprobable en empresas del sector.

Sobre este capital de saberes se situará el nuevo aprendizaje, que ha de ser significativo.

Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.

Se implementarán actividades individuales y grupales. Las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Las actividades grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas.

Todas las actividades propuestas contemplarán el necesario registro escrito de conceptos, a través de ejercicios destinados a tal fin en el Material Didáctico.

Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos.

Los conocimientos previos de los cursantes se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.



El error debe ser considerado como instancia para el aprendizaje: como una verdadera señal. El docente podrá ajustar sus acciones en función de los errores producidos por los participantes. El cursante, al reflexionar sobre su error, podrá arbitrar medios para subsanarlo, con ayuda del docente y en forma responsable.

Se promoverá que el participante sea consciente de su propio aprendizaje y que se desarrolle en forma autónoma, respetando su condición de adulto y apelando a su compromiso como persona.

Se realizarán actividades que desarrollen en los destinatarios dos capacidades comunicativas fundamentales para el ejercicio del rol: expresión oral y escucha.

La secuencia didáctica modular estará organizada en:

Actividades de inicio, cuyo propósito es explorar los saberes previos, las expectativas e intereses de los cursantes; presentar de manera significativa el módulo y explicitar los objetivos y la metodología de trabajo para que los participantes sepan qué van a realizar, por qué se propone y cómo van a trabajar.

Actividades de desarrollo, las cuales profundizan las capacidades específicas a desarrollar interrelacionando en forma equilibrada las actividades prácticas con las de reflexión, las ejemplificaciones, los debates, las explicaciones y las demostraciones, de modo de contribuir al logro de las capacidades requeridas.

Actividades de cierre, consisten en ejercicios de recuperación y síntesis de los contenidos trabajados.

Se sugieren actividades integradoras para la aplicación de todas las capacidades adquiridas durante la cursada del mismo.

Las actividades de cierre también pueden ser pequeños ejercicios integradores propuestos al final de cada clase, a modo de síntesis.

6. Criterios de evaluación.

La concepción pedagógica planteada implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y el momento del proceso de enseñanza-aprendizaje en que se implementan:

Evaluación diagnóstica: El objetivo principal es la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.



Evaluación de proceso: a lo largo del desarrollo de los módulos, el docente deberá evaluar el proceso de aprendizaje, con técnicas e instrumentos que dependerán de las características del grupo.

El docente debe tener en cuenta la importancia de registrar sus observaciones, para poder hacer un efectivo seguimiento individual y grupal. El objetivo de esta evaluación continua es el de hacer los ajustes necesarios a la planificación previa del módulo y tener información sobre la evolución de cada alumno. Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

Evaluación de resultados o final: Los alumnos deberán aprobar una evaluación final o de resultados, cuyos criterios de evaluación serán las evidencias de desempeño y conocimiento pretendidas como logro de las capacidades desarrolladas, establecidas como objetivos modulares.

7. Requisitos para la implementación.

Infraestructura:

Aula con capacidad para 25/30 personas.

Espacio de simulación que cumpla con las características necesarias.

Equipamiento básico:

Equipamiento de aula:

Sillas, pizarra y fibrones.

Material didáctico (un ejemplar por alumno).

Diccionarios inglés - español.

Diccionarios portugués - español

Reproductor de CD, DVD, y TV.

Documentación técnico-administrativa:

Planillas para reporte de tareas.

Planillas para registro de solicitud y prestación de servicios.

Libro para el registro de quejas, comentarios y sugerencias.



Folletería de servicios turísticos y empresas del rubro.

Perfil del equipo técnico - docente involucrado:

Estas prácticas implican la utilización por parte de los participantes de documentación y manuales escritos de procedimientos y de pautas de trabajo.

5. Material Didactico:

II. INTRODUCCIÓN.

El turismo es una de las actividades económicas que ha cobrado mayor impulso en los últimos años y hoy en día, sin lugar a dudas ocupa uno de los primeros lugares dentro de la industria del rubro de servicios. Esta situación obliga al sector a contar cada vez más con trabajadores que brinden servicios con altos estándares de calidad, que sean más competitivos y que ofrezcan los resultados de satisfacción esperados.

En este marco, el Ministerio de Turismo de la Nación, tiene como objetivo promover un posicionamiento líder del país como destino turístico reconocido por la calidad total de su oferta turística.

A través de la aplicación de sistemas de gestión de calidad para el área turística se crearon las NORMAS IRAM SECTUR, con el objetivo primordial de sumar CALIDAD al servicio turístico.

El presente manual contiene las acciones, situaciones y actividades de los procesos idóneos que se llevan a cabo para la gestión del servicio de agente de viajes receptivo.

II. DESCRIPCIÓN DEL MANUAL

La elaboración del presente manual busca brindar una información clara y precisa al agente de viajes receptivo, sobre las tareas que le corresponden realizar, sus responsabilidades y deberes u obligaciones claves, proporcionándole las herramientas adecuadas para la prestación de servicios con calidad, de manera que cuente con una guía de acción



basadas en normas de competencia laboral y de calidad turística, que pueda aplicar en diferentes situaciones laborales y le permita ser capaz de desempeñarse de manera eficiente para lograr los resultados de calidad esperados.

Asimismo, busca desarrollar un sentido práctico de la importancia del **CLIENTE TURÍSTICO**, durante el desempeño de sus actividades.

III. MARCO TEÓRICO DEL AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO.

Un servicio alcanza su nivel de excelencia cuando responde a las demandas del público. En el caso del sector turístico, donde lo único que le queda al turista es el recuerdo de lo percibido, de lo vivido.

El turista es la persona más importante para nosotros, por ende debemos intentar llegar a conocer cuáles son sus necesidades, dado que de éstas surgen sus deseos y expectativas, las mismas deben ser entendidas como lo que el cliente espera de un producto o servicio. Será la impronta o sea el valor diferencial de las expectativas que otorgarán un carácter de competitividad en nuestro desempeño para lograr la calidad y la excelencia en la atención y el servicio al cliente, el objetivo alcanzar ese desafío y **superar estas expectativas.**

Desde que el turismo fue incorporado en la lista de actividades que reflejan sus ganancias en el impacto económico de los países que así lo consideran, el mismo fue acaparando espacio hasta convertirse en una actividad con entidad propia. Sumado a la difusión que ha tenido en los últimos años, ha permitido que las personas quieran conocer más y preguntarse ¿qué más puedo conocer? , el interés demostrado por el futuro turista en llegar a conocer diferentes destinos, e interpretar el país que los recibe, el rédito económico que ello significa ha llevado a lo que hoy conocemos como **TURISMO RECEPTIVO.**



Pero ¿Qué significado le damos al término TURISMO?

Varias definiciones rondan las bibliografías, desde terminología simple hasta complejos vocabularios que aportan en su conjunto la importancia necesaria que remite esta actividad hoy incorporada a la economía de cada país.

Según La Organización Mundial del Turismo, define al TURISMO como **“las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros”**.

Según Neil Leiper, **“el turismo es entendido como un sistema abierto, compuesto por cinco elementos que interactúan en un amplio medio ambiente”**.

Para comprender mejor este concepto, se presenta el siguiente gráfico donde se podrán observar el sistema y visualizar el concepto que describimos anteriormente.

Dentro de las definiciones, se puede clasificar al turismo de diversas formas: según el motivo del viaje, según el tipo de viajes, según la forma del viaje etc. Pero existe una clasificación básica, conocida por todos y la más utilizada:

TURISMO NACIONAL: habitantes de un país que realizan viajes dentro del mismo país.

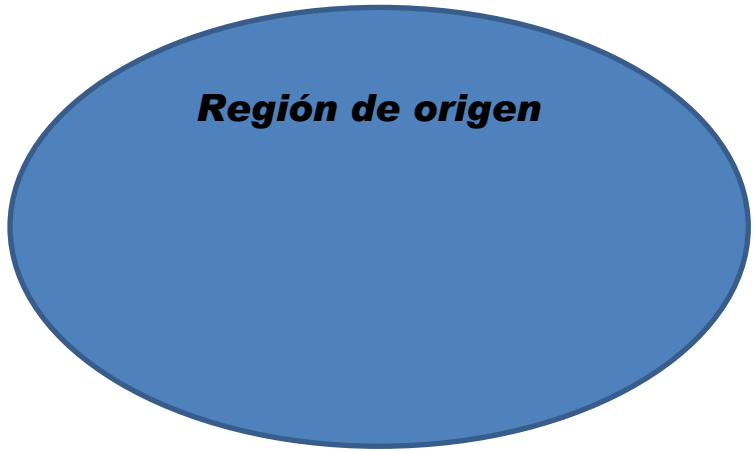
TURISMO INTERNACIONAL:

***Turismo emisor:** habitantes nacionales que se desplazan hacia otro país.

***Turismo receptor:** habitantes de otros países que viajan hacia y dentro de un país determinado.



**MEDIO AMBIENTE FÍSICO, TECNÓLOGICO
SOCIAL, CULTURAL, ECONÓMICO Y POLITICO**





El turista en esta instancia se convierte en una herramienta necesaria de desarrollo, ya que a través del cumplimiento de su deseo, que dio origen a su viaje y lo consumido en su lugar de origen genera un ingreso económico que beneficia a la región, convirtiendo así al TURISMO en una actividad económica de trascendencia. Esta relación turista, destino y consumo, ha logrado generar interés no solo en las empresas turísticas, sino también en todos aquellos sectores que tiene al turismo como actor principal: prestadores hoteleros, restaurantes, agencias receptoras, empresas transportadoras aéreas, terrestres y marítimas, en fin todo el sector turístico está en constante crecimiento y desarrollo.

Los aportes que realiza el turismo receptivo son de gran importancia a la región, generando los llamados IMPACTOS DEL TURISMO, ya sean nacionales o internacionales, pueden afectar a la región de manera positiva y en ocasiones por falta de una política de calidad y cuidado sustentable y responsabilidad social esta actividad se transforma en una pérdida económica y de gran riesgo para la región.

Consideramos al turismo una actividad compleja, la cual está compuesta por diferentes elementos que la completan y la hacen una actividad dependiente y generadora en los diferentes sectores de la economía.

Como cualquier actividad posee sus costos, por lo tanto esto puede traer aparejado impactos favorecedores a la región como así también impactos que generen aspectos negativos. Lo importante a destacar que esta actividad genera ingresos y esos recursos de generación permanecen en el país, así que la misma se convierte en una actividad de exportación, los turistas llegan al país a conocer, realizan gastos, ingresan divisas y se llevan solo el recuerdo.

Este circuito genera, como mencionamos con anterioridad, impactos para el sector socio económico, entre ellos mano de obra, es necesaria la presencia del factor humano, calificado y profesional como de aquel que aún está en entrenamiento e ingresos de ganancias y réditos propios de la actividad,



como aspecto negativo podría mencionarse dependencia exclusiva de la actividad turística, lo que produciría un desfasaje con el resto de la actividades que componen esta cadena, que con una planificación adecuada se llegaría a buen puerto. En relación al sector socio cultural, el cambio y la transformación es más visible ya que comienzan a establecerse empresas relacionadas con el rubro turístico,

La medición de los impactos que produce la actividad turística, está ligada íntegramente al comportamiento del turista, dependiendo de las expectativas que traiga consigo sobre las actividades y los deseos elaborados en relación al destino elegido.

El movimiento turístico genera expectativas en el ámbito social cultural, ya que además de conocer los atractivos del lugar, son más los turistas interesados en conocer la historia del lugar donde llegan como visitantes, ser parte de la comunidad por el tiempo que residan hasta concluir con su viaje. Este interés por lo cultural, ha modificado el concepto de lo cultural e histórico de un destino, ya que ha obligado a la región a la recuperación, preservación y puesta en valor de los recursos culturales que posee y sacar el máximo de provecho en favor de la comunidad, este cambio trae aparejado una mejora en la infraestructura de los servicios que se le ofrece al turista, generando un círculo económico con beneficios tanto a la actividad turística como a la comunidad local, este motor activa las oportunidades de la sociedad ya que se crean nuevos puestos laborales dando una importancia elevada a la región destacándola de sus localidades vecinas. Lo importante a destacar es el manejo que se tiene de ese impacto ya que para la comunidad puede generar una pérdida de identidad y de costumbres, y sentirse los habitantes de la región despojados de sus raíces, ya que no solo intervienen cambios socio culturales sino también en infraestructura que deberá modificarse para dar paso a las nuevas inversiones, éste cambio trae consigo intervenciones en lo socio ambiental, ya que se necesitan de recursos para que la actividad TURÍSTICA siga en crecimiento y es el espacio ambiental el que se verá afectado en su mayoría, ya que para



nuevas infraestructuras se deberá ceder espacio físico y allí se podrá provocar una alteración en el ecosistema de la región, porciones de tierra utilizadas anteriormente para cultivo se verán remplazadas por infraestructura de alojamiento para los turistas.

Para revertir los aspectos negativos del impacto turístico es necesario la creación de políticas de cuidado ambiental que resguarde los recursos culturales e históricos de la región, a través de una planificación urbanística, recuperando, protegiendo y conservando los medios culturales que sirven de atractivos turísticos y la creación de áreas de protección de parque nacionales, y todo espacio que signifique historia para la región.

Las nuevas formas de hacer turismo se han modificado, y en la actualidad el turismo tradicional ha dado paso a diversas variables de turismo, entre ellas las que tienen como protagonistas al medio ambiente.

Es importante que en su rol de comunicador el agente receptivo sepa difundir normas de comportamiento ambiental. Todas estas variantes del turismo, ha llevado a la tendencia de desarrollar todas estas actividades económicas mediante prácticas sustentables. En turismo esto se conoce como **turismo sustentable**. Su objetivo principal es el de preservar aquellos elementos de la región que han dado lugar al resurgir de ese destino turístico. Como actividad económica persigue el mejorar las condiciones de vida de la población a través de nuevos ingresos económicos y otorgarle al turista CALIDAD en la experiencia de cumplimientos de sus expectativas.

IV. ASPECTOS GENERALES DEL SISTEMA DE GESTION DE LA PRESTACION DEL SERVICIO.

Para que el agente de viajes receptivo pueda desempeñar su rol, es necesario que exista un destino turístico. Ese que los turistas han elegido entre las múltiples opciones de ofertas que reciben, alcanzando su fidelización por parte de todos los visitantes que recibe y realizan



comentarios a futuros visitantes. Todo ese circuito de promoción gratuita se logra cuando existe una gestión basada en principios de CALIDAD.

El concepto de CALIDAD ha sido vinculado con el término “LUJO” y mucho dista de ese concepto. La calidad de un servicio nace de la evaluación que el cliente puede hacer en cuanto a la percepción que le ofreció ese servicio y calificarlo según haya cumplido o no con sus expectativas.

Los servicios turísticos implican un alto grado de compromiso, tanto desde el punto de vista económico como emocional, ya que ese “producto” aún no existe y es en ese punto donde se pretende trasladar el término de calidad.

Recordemos que en su mayoría, los productos turísticos son **INTANGIBLES** (hasta que no llegue la fecha del viaje aún no puede ser utilizado), es ahí donde surge el primer desafío: aplicar los mismos criterios de calidad existentes para los productos **TANGIBLES** (puede hacer uso de ellos, después de haberlos adquiridos. Poseo el producto físico). Esto es posible gracias a la aplicación de NORMAS, es decir planteando que se debe hacer. Quien adquiere un servicio turístico está más preocupado en el **QUE**, o sea todo lo que debe recibir por lo que pago y no tener inconvenientes sorpresivos, y no en el **COMO** ya que esto es de incumbencia de la empresa, es lo que le permite mantenerse en la competencia con el resto.

Este tipo de planteos ha llevado a muchas empresas de turismo, incorporar en su sistema de gestión NORMAS DE CALIDAD, que de una u otra manera se extiende desde sus proveedores hasta sus clientes.

Es importante destacar que los turistas no eligen un servicio turístico, sino que eligen un DESTINO, porque es ahí donde se encuentran todos los atractivos que ellos quieren conocer y los servicios son los integrantes principales que les ayuda a alcanzar ese objetivo. Es importante destacar que en un Destino se encuentran una variedad de servicios que hacen posible que se concrete el viaje. Desde servicios de transporte, traslados, pasando por servicios de alojamiento, gastronomía y excursiones. Este amplio círculo hace que el Destino cumpla las expectativas de aquel que



desea realizar un viaje, y esta experiencia es la que consolidará al destino como turístico.

Para dar apoyo desde la Ley Nacional de Turismo N° 25997, expresa en sus apartados el desarrollo de procesos participativos que permitan la mejora continua, basados en los compromisos de todos los actores, actualizar los métodos de gestión y producción, y en la generación conocimientos innovadores, como herramientas de la Calidad y la Competitividad del sector. A través del Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable (PFETS), se intenta difundir una estrategia orientada hacia la conciencia de una cultura de calidad tanto en la prestación de los servicios vinculado con el cuidado ambiental, a través de la aplicación y promoción de buenas prácticas para el uso consiente y racional de los recursos que brinda un DESTINO.

La Dirección Nacional de Gestión de Calidad Turística ha diseñado el Sistema Argentino de Calidad Turística, con el cual provee herramientas cuyo objetivo es promover la cultura de la calidad y la mejora continua en todos los actores que intervienen y conforman el sector turístico nacional. A través de programas de calidad con premios, certificaciones y distinciones se intenta lograr una adaptación tendiente a la mejora de nuestras instituciones.

Imponer y mantener una cultura turística en un destino no es tarea fácil, es necesario el compromiso de toda la comunidad, partiendo desde capacitaciones para lograr una buena interrelación con los turistas hasta la transmisión de los valores culturales comunales. Este vínculo que se crea entre comunidad y visitante es lo que queda en su memoria y es lo que hará en un futuro determinar a ese DESTINO como turístico.



V. GESTION DE LOS RECURSOS HUMANOS.

La atención al turista está íntimamente ligada a la cultura turística que posea la comunidad, tomando esta como parte importante y fundamental de la actividad turística. Ella es la que le da el sentido al turismo, ya sea como turista o como entidad anfitriona. Esta participación implica un compromiso con el cual la comunidad intenta transmitir sus valores y raíces culturales.

Esa actitud que transmite la comunidad hacia el visitante es la experiencia que vive el turista y la que transmite. Ese contacto y esa vivencia es la que queda en la memoria del turista.

Cada Destino, que se plantea como tal, siempre busca ser la mejor alternativa para los visitantes. La diferencia entre cada uno queda marcado en la impronta que se le brinda a cada visitante en la calidad de la atención y a su vez se logra contando con una comunidad comprometida con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, que otorgan la calidad que el turista espera recibir.

Es importante destacar que no solo la cultura turística de una región se comprende de una buena atención al turista, es necesario incorporar elementos que hagan de la misma un icono de la actividad. Ya mencionamos anteriormente la **conciencia turística** que debe tener la comunidad en relación a la conservación de los bienes y servicios turísticos. Realizar capacitaciones a quienes desarrollaran las actividades ligadas al turismo, para que los mismos estén en constante actualización y calificados para recibir y atender con mayor calidad al cliente turista. Brindarles **conocimiento y preparación**. A través de la aplicación de principios éticos en el desempeño del trabajo se logra el compromiso y la **valoración**, buscando **satisfacer al turista** a través de un servicio de calidad, con cuota de calidez y profesionalismo en la actividad que está desarrollando.

Para el agente de viajes receptivo, este preámbulo es importante desde el punto de vista operativo ya que le ayudará a que sus clientes, en este caso



los turistas, lleguen a un destino ya preparado para recibir turista y su actividad se vea facilitada. En todo caso lo importante es lograr la calidad en el servicio que se le brinda al turista. Si recordamos que para el turista el viaje es un sueño cumplido y pretende que él colme todas expectativas en relación al destino seleccionado y que la relación resultado esperado y producto obtenido logren satisfacer al cliente turista. Para ello es importante lograr la **excelencia** con pequeñas acciones que reflejen interés por el cliente turista y a su vez todo proceso de trabajo sea realizado con conciencia de calidad.

La importancia de la calidad en el servicio al cliente, entiéndase a la persona que por un interés personal, recurre a determinados servicios para satisfacer necesidades y son esas necesidades las que entran en la competencia por brindar el mejor servicio y capturar a ese cliente que está en busca de un nexo que le ayude a cumplir con su deseo. Ese servicio de calidad se le brinda al cliente ya convertido en turista porque en este caso adquirió un servicio turístico. Para ello se brindará cursos de capacitación técnico profesional a las personas dedicadas a las actividades turísticas.

Para ello se establecen lineamientos básicos y comunes para una adecuada gestión integrada de calidad, ambiental y seguridad aplicada a empresas intermediadoras de servicios turísticos. Es el objetivo planteado en la creación de las Normas IRAM SECTUR 42910, al ser el agente de viajes receptivo un actor dentro de la empresa de turismo, tomaremos esta norma como referencia. La presente surge con la necesidad de mejorar la prestación del servicio para satisfacer la demanda que genera el turista, siguiendo un recorrido con bases concretas planteadas a través de las necesidades del sector.

Si hablamos del servicio de calidad es importante destacar puntos importantes y a tener en cuenta.

- Atención al turista de inmediato.
- Brindar total atención.
- Actuar con naturalidad.



- Demostrar interés ante lo que el turista le solicita o necesita.
- Utilizar el sentido común. Pensar antes de actuar.
- Respetar las reglas planteadas pero a su vez ser flexible.

Este servicio de calidad será la premisa del agente de viajes receptivo para lograr la satisfacción total del turista.

Actualmente se conoce como AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO, aquella persona encargada de realizar un traslado o un transfer a personas o grupos de personas tomando como referencia dos puntos uno de partida y otro de llegada dentro de un lugar de destino, brindando además información sobre aspectos inherentes a su viaje. Estará capacitado para dar soporte logístico al traslado, solucionando todas las dificultades y problemas que pudieran surgir, interviniendo eficaz y satisfactoriamente en la toma de decisiones oportunas con el único fin de prevenir posibles inconvenientes en la prestación del servicio. Tendrá siempre presente el satisfacer las demandas requeridas por los turistas con amabilidad y cortesía, utilizando términos de sutileza, discreción a las quejas que pudieran suceder, según las pautas y procedimientos establecidos para la correcta ejecución de su rol.

Es importante destacar que la actividad turística y el turismo en sí, es una actividad incorporada a lo económico en expansión y crecimiento por ende estos cambios generan mayor oferta, mayor competencia y necesidad de personal capacitado para atender las demandas generadas en la obtención de la calidad en la prestación de servicios turísticos,

Debido a la evolución del turismo se deben generar nuevas técnicas y ofertas de formación por lo que un AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO entre sus funciones deberá desempeñar:

- Recepción del turista: Es el primer contacto que se tiene con el turista, por tal motivo, el agente de viajes receptivo debe dar una buena impresión y brindar al turista un servicio de calidad, logrando así intervenir en el pensamiento del turista y lograr una



idea positiva en relación al servicio que se le brindará. Este es el primer paso de contacto directo.

- **Traslado:** Esta función se divide en traslado desde el lugar de arribo (Aeropuerto, transporte terrestre o marítimo) al lugar de alojamiento O bien denominado en vocabulario técnico check in, y traslado del Lugar de alojamiento al lugar de embarque check out.
- **Asistencia al turista:** Se tendrá en cuenta que el turista, al tener itinerarios variados es posible que susciten problemas o eventualidades que el agente receptivo deberá, en lo que a su alcance esté, dar solución al dicho inconveniente, es lo que el turista espera. Los más comunes son cancelación de vuelos, pérdida de equipaje por parte de la empresa transportadora, pérdida o robo de documentación personal y objetos personales.
- **Asesoramiento al turista:** En esta función el agente receptivo, tratará de brindar todo tipo de información adicional relacionada con su viaje.

AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO				
FUNCIONES				
Recepción del turista.	Traslado.		Asistencia al turista.	Asesoramiento al turista.
	SUBFUNCIONES.			
Poseer el material y la documentación	Traslado del turista o grupo desde	Traslado del turista o grupo desde	Asistencia en caso de cancelación	Brindar al turista información



<p>ón necesaria para la realización del servicio y entregar al turista.</p>	<p>el lugar de arribo al lugar de hospedaje. Check-in.</p>	<p>el lugar de hospedaje hasta el lugar de partida o embarque. Check-out.</p>	<p>de vuelos por problemas técnicos o climáticos y demoras en las salidas de transporte terrestre.</p>	<p>adicional referente a su viaje.</p>
<p>Solicitar a la agencia información necesaria en relación al turista o grupo de turistas.</p>	<p>Verificar antes de partir que todos posean sus documentos personales (DNI, pasaportes)</p>	<p>Recabar toda la documentación necesaria para realizar el servicio y entregar al turista.</p>	<p>Acompañar al turista o grupo para acomodar nuevo horario de salida y retiro de vouchers de servicios (estos corren, por incumplimiento, por parte de la aerolínea.) por condiciones climáticas desfavorables es el turista que deberá hacerse cargo de los</p>	<p>Informar sobre actividades extras que pueda realizar fuera de lo estipulado por su itinerario.</p>



			gastos hasta la reprogramación).	
<p>Coordinar con la agencia, horario, cantidad de turistas, nombre del turista o grupo, información sobre la empresa transportadora sea terrestre o aérea.</p>	<p>Brindar una breve descripción geográfica del lugar de arribo e información necesaria (hora local, distancias).</p>	<p>Coordinar con la agencia lugar de partida, cantidad de turistas y/o nombre del grupo, horario de salida del medio de transporte utilizado, detalles de la empresa de traslado al lugar de embarque, tiempo estimado de viaje (se debe tener en cuenta el horario de presentación en aeropuertos</p>	<p>Verificar el estado del equipaje. Para casos de pérdidas o roturas realizar la correspondiente denuncia al personal encargado del medio del transporte acorde. Tramitar en caso de que este aparezca el envío al lugar de hospedaje y en caso contrario solicitar la reposición económica.</p>	<p>Ofrecer visitas a distintos atractivos y circuitos turísticos de la ciudad o país donde se encuentra establecido.</p>



		para vuelos internacional es 3(tres) horas antes y para vuelos nacionales 2(dos) horas antes del horario fijado como salida.		
Llegar al lugar de arriba con antelación y llevar un letrero donde figure nombre de la agencia y/o datos del turista o grupo.	Indicar a modo de información y corolario puntos de referencia y de interés.	Contactar al turista y/o grupo. Verificar que los mismos posean sus documentos de identificación (DNI, pasaportes), objetos personales y de valor y corroborar la entrega de las llaves de la habitación.	Acompañar al turista, en caso de pérdida o robo de documentación personal, a realizar la denuncia correspondiente y en todo trámite que necesite.	Asesorar sobre la elección de restaurantes (comidas típicas), lugares de entretenimiento y espectáculos.
Ubicar al turista	Entregar y explicar la	Acompañar al turista y/o	Informar al turista sobre	Informar y asesorar al



grupo y contralar que hayan arribado todos.	documentación enviada necesaria para la estadía. Vouchers	grupo a la unidad de transporte y corroborar la cantidad de equipaje. Contabilizar el número de turistas y/o grupo.	la importancia y cuidado de la tarjeta de migraciones, ya que ante la pérdida, robo o extravío deberá abonar un monto en carácter de multa.	turista o grupo, en relación al pago de propinas de los mozos y personal del lugar de alojamiento.
Verificar que la totalidad del equipaje este completo y en buenas condiciones.	Acompañar al turista hasta la recepción y asistirlo en el check-in. Entregar información básica del lugar de hospedaje (horarios de comidas, check-out). Brindarle números de contacto	Acompañar al turista y/o grupo al mostrador de la línea aérea o de la empresa de transporte. Verificar que tenga lo necesario para el viaje(ticket o pasaje, tarjeta de embarque y el equipaje)	Acompañar al turista y/o grupo, ante el robo o pérdida de objetos personales a realizar la correspondiente denuncia y realizar un listado de los objetos en cuestión con el valor económico de cada uno	



	tanto de la agencia receptiva como de emergencia.		de ellos.	
Acompañar al turista o grupo hacia la unidad de transporte verificando que este la totalidad del equipaje	Informar sobre la programación de actividades a realizar durante la estadía.	Sugerir que esté atento al llamado de embarque y acompañarlo hasta el ingreso de la sala de embarque.		
Contar la cantidad de turistas antes de partir.	Informar a la agencia la finalización del servicio.	Informar a la agencia la finalización del servicio.		

Como expresamos con anterioridad la actividad desarrollada por el agente de viajes receptivo requiere, al estar en contacto con personas, de aspectos de comportamiento y actitud favorables para el correcto desempeño de su trabajo. Tener en cuenta el trato amable, afectuoso y cordial con el turista, a través de demostraciones de cortesía y respeto, demostrando importancia en el trabajo que realiza, para la prestación de servicios en tiempo y forma

LA CULTURA TURÍSTICA

La comunidad como parte importante de la actividad turística, es quien le da vida al turismo, ya sea como turista o como anfitrión. Esta participación de



las personas implica un compromiso por parte de toda la comunidad. Este compromiso va desde capacitarse para relacionarse con los turistas hasta mostrar, explicar, describir los valores de la cultura y las raíces de su comunidad.

La actitud hacia el visitante por parte de la comunidad, es parte de la experiencia que vive el turista. Esta se logra contando con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, que otorgan la calidad que el turista espera recibir.

Además de la atención al turista, la calidad en el turismo incluye una serie de factores que la determinan: **la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de toda la actividad turística.**

Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista. Si falla alguno de ellos, la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente.

La calidad turística está ligada al destino.

ELEMENTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA.

Mencionamos con anterioridad que la cultura turística se nutre de lo que brinda la comunidad por ello es importante destacar elementos importantes que harán la diferencia al momento que el turista tenga la posibilidad de elegir nuevamente el destino.

- **Conciencia Turística:** que la comunidad esté orientada a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, visitantes, vecinos, compañeros de trabajo).
- **Conocimiento y Preparación:** Ejecutar Planes de Capacitación para quienes participan en el turismo para que cada día estén mejor calificados para interactuar con los turistas y brindar servicios de calidad.
- **Valores:** Aplicar principios éticos: Compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.
- **Servicio:** Buscando la satisfacción del turista se brindará un servicio honesto y profesional.



- **Calidad:** Que garantice la satisfacción del turista, como así también para todos aquellos que tengan relación con el trabajo. Valor agregado.
- **Calidez:** Como anfitriones, actuar siempre con cordialidad, amabilidad y hospitalidad al visitante.
- **Profesionalismo:** Que se destaque la calidad y el servicio que prestemos cada vez que trabajemos, por sencillo o simple que sea, y además que estos factores sean calificados como óptimos por el turista.

LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

¿Cómo gestionamos la calidad?

Logrando que el cliente este satisfecho por la experiencia vivida en la adquisición de un servicio, en este caso el turista.

¿Cómo alcanzamos la excelencia?

Se refleja con actos sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amable y cortés.

Importancia de la Calidad en el Servicio al turista

¿Quién es el cliente?

Es alguien que impulsado por un interés personal, tiene la opción de recurrir a un servicio o producto.

Este cliente puede tener opciones, por lo tanto debemos tratar de captarlo antes de que lo hagan otros

Servicio de calidad

Un servicio de calidad satisface (de manera real o percibida) al cliente de sus necesidades de modo consistente y confiable.

Es importante destacar que el primer cliente es el empleado que sirve a la empresa, por lo tanto, es un objetivo importante a plantear y cumplir mantener la motivación constante.

Para tener un servicio de calidad se debe impartir capacitación técnico-profesional a las personas involucradas en brindar servicios turísticos,



desarrollando programas de complementación, profesionalización y especialización para el personal.

10 Códigos del Servicio de Calidad

1. A tienda al cliente de inmediato.
2. De al cliente su total atención.
3. Haga que los primeros 30 segundos, cuenten.
4. Sea natural, no falso ni mecánico.
5. Demuestre energía y cordialidad.
6. Sea el agente de su cliente (trabaje para él) esté de su lado.
7. Piense: use su sentido común.
8. Algunas veces ajuste las reglas (sea flexible).
9. Haga que los últimos 30 segundos, cuenten
10. Manténgase en forma

Ejercicio:

Objetivo: *Aplicar, en ejemplos reales y/o simulados, los 10*

7 Reglas en la prestación del servicio

- 1 Inicie el servicio con una buena impresión.
- 2 Conozca bien y ponga mucho interés en su trabajo.
- 3 Conozca los atractivos turísticos de su región y los que están cerca del emprendimiento.
- 4 Escuche atentamente y muestre interés por el visitante /turista.
- 5 Comprométase con su emprendimiento y su región.
- 6 Colabore con otros prestadores de servicios.
- 7 Finalice el servicio con una buena impresión.

EL COMPORTAMIENTO y LA ACTITUD

Aspectos de Comportamiento

Son base del comportamiento:

- La Amabilidad, que se refleja en el trato afectuoso y cordial con el visitante/turista.



- La Cortesía, que se evidencia en demostraciones de respeto.
- La Eficiencia, la facultad para prestar servicios en tiempo y forma contando con las habilidades y destrezas necesarias.
- La Disposición, el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia del trabajo de cada uno.
- La **Aptitud**, Son las capacidades y habilidades que se poseen para realizar un trabajo con Eficiencia y eficacia.

La actitud se expresa antes de decir una palabra. Se refleja en la forma en que miramos, estamos de pie, caminamos o hablamos. Es la manera en que usted ve las cosas, a sus compañeros y a su trabajo.

La actitud se ve reflejada en aquellos que:

- Disfrutan trabajando con y para otras personas.
- Poseen la capacidad de hacer que el turista se sienta importante.
- Gozan de un alto nivel de energía y disfrutan trabajando.
- Consideran que su trabajo es fundamental.
- Son flexibles y se pueden adaptar a demandas y experiencias nuevas.
- Son capaces de reconocer sus errores, enmendarlos y aprender de ellos.

Esos actos hacen que las expectativas del turista sobre el servicio sean de:

- Honestidad
- Cortesía
- Trato Justo
- Higiene
- Seguridad
- Hospitalidad

Todo buen anfitrión debe tener en cuenta que los turistas que visitan nuestra región eligieron ese destino para disfrutar y colmar sus expectativas, por ello debemos recibirlos bien y hacerlos sentir como si estuvieran en su casa.



El turista desea una estancia placentera, que lo traten bien. Si recibe todo esto, seguramente regresará y además, contará a otros sobre cómo fue su experiencia.

8 Principios básicos de la hospitalidad para los turistas

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
2. Trata al turista como te gustaría que te traten.
3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido.
4. Demuestra interés por capacitarse o estudiar.
5. Conoce la ciudad o región y sus atractivos para brindar una orientación oportuna y confiable
6. Promueve con orgullo los atractivos de tu región.
7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
8. Comenta con los integrantes de la región, tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.

Fuente: SECTUR- Secretaria de Turismo de la Nación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable- ETS www.turismo.gov.ar

¿Qué entiende el cliente por Calidad de Atención?

1. Voluntad de atender.
2. Atención.
3. Conocimiento del producto.
4. Gentileza.
5. Presentación personal.
6. Sinceridad.
7. Paciencia.
8. Educación
9. Agilidad
10. Solución del problema



EL CLIENTE ESPERA SER	EL CLIENTE ESPERA TENER
AYUDADO	RESPUESTAS
INFORMADO	SOLUCIÓN A SU PROBLEMA
QUERIDO	PLACER AL HACER SUS COMPRAS
FELIZ	PREDISPOSICIÓN EN QUIEN LO ATIENDA
RESPETADO	GENTE QUE SEPA COMO HACER SU TRABAJO
RECONOCIDO	LIMPIEZA E HIGIENE (PERSONAL Y DEL LUGAR)

En base a lo desarrollado podemos decir que existen infinidad de conceptos sobre atención al cliente. Todos confluyen en un aspecto: **LOGRAR LA SATISFACCION DEL CLIENTE.** Pero para lograr esa excelencia es preciso determinar los tipos de clientes que frecuentan en el círculo comercial.

¿Quiénes son nuestros clientes?

El temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Está integrado por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

En base a la definición anterior podemos identificar y titular a nuestros futuros clientes en:



1. CLIENTE INTROVERTIDO
2. CLIENTE DURO
3. CLIENTE EXTROVERTIDO
4. CLIENTE CONDICIONADO
5. CLIENTE NERVIOSO
6. CLIENTE INABORDABLE

Características del cliente INTROVERTIDO	¿Cómo tratar un cliente introvertido?
RESERVADO	Un cliente introvertido demuestra interés en obtener confirmaciones concretas, respuestas objetivas y puntuales, analizando puntualmente cada momento de la charla. No realiza opiniones hasta no estar satisfecho de la respuesta que desea obtener.
CAUTO	
SERIO	
CALCULADOR	
CALLADO	
DISTANTE	

Características del cliente DURO	¿Cómo tratar un cliente duro?
SEGURO	Un cliente duro busca que se les informe con detalles pero puntualizando en el tema de su interés. Se dirige al resto en tono de voz elevado utilizando gestos y ademanes. Busca poner a prueba a quien esté enfrente de la charla. La palabra NO es su muletilla.
TAJANTE	
FIRME	
ENTENDIDO	
ABSOLUTO	

Características del cliente EXTROVERTIDO	¿Cómo tratar a un cliente extrovertido?
---	---



AMABLE	<p>Un cliente extrovertido demuestra expresión, agrado y protagonismo. Halagarlos y hacerlos sentir importantes le llena el ego. No ignorarlos. Hacer que su comentario sea el más importante. Tiene necesidad de criticar para obtener ventajas.</p>
AMISTOSO	
CORDIAL	
SIMPATÍCO	
HABLADOR	

Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente
CONDICIONADO	condicionado?
INDECISO	<p>Un cliente condicionado demuestra inseguridad. Teme que rotulen su condición. Son personas desconfiadas, necesitan todo por escrito. No soportan la presión de tomar decisiones en el momento. Necesitan respuestas con profesionalismo.</p>
TÍMIDO	
EXTRANJERO	
SORDO/ CIEGO/ MUDO.	
DIFICULTADES FÍSICAS Y/ O MOTORAS.	
ANCIANO	

Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente
NERVIOSO	nervioso?
EXCITABLE	<p>Un cliente nervioso demuestra dualidad en su comportamiento, con un trato apabullador y exigente. Se precipita en sus comentarios. Busca un diálogo puntual y concreto ya que se impacienta e irrita con facilidad.</p>
AGRESIVO	
MALHUMORADO	
IMPACIENTE	
GROSERO	
QUISQUILLOSO	



Características del cliente	¿Cómo tratar a un cliente
INABORDABLE.	inabordable?
INACCESIBLE	Un cliente inabordable demuestra desinterés por la información solicitada. Es imposible contactarse con él. Preparar un plan de seguimiento adecuado es la manera propicia de obtener nuevamente el contacto. No ser reiterativos.
EVASIVO	
PONE BARRERAS	
NO DA RESPUESTAS	

LOS CUATRO SABERES DE LA ATENCIÓN.

La atención al cliente está basada en cuatro pilares fundamentales que nos permitirán afianzar, conocer y satisfacer la necesidad primaria de adquirir un servicio o producto que satisfaga su necesidad de tenencia.

Se mencionan a continuación los cuatro saberes:

Saber escuchar, Saber hablar, Saber sentir, Saber hacer.

5. SABER ESCUCHAR.

Escuchar el cliente significa tener real atención e interés por él, desde la atención diaria, hasta cuando se quiere saber su opinión sobre la calidad de servicios prestados, entre otras.

Al entrar al negocio, muchas veces el cliente tiene su lista de compras ya definidas y localiza los productos en las góndolas, sin necesitar de alguien que lo ayude, en otras, el cliente se pierde entre los pasillos tratando de ubicar el producto que necesita y no encuentra quien lo ayude.

Todo lo que necesita es atención e interés. Alguien que lo aborde y pregunte “¿en qué le puedo ayudar?”. Alguien que realmente esté interesado en resolver su problema, atender su necesidad en ese momento.

La capacidad de escuchar activamente es fundamental para lograr **comunicaciones eficaces**. Sobre todo, cuando se trata de reclamos.



A modo de orientación se plantean elementos para mejorar el “Saber Escuchar”:

- ***Haga una pausa al hablar:** No podrás escuchar mientras estés hablando.
- ***Póngase en el lugar del otro:** Intente entender el problema o la cuestión, procurando sentir lo que el cliente está sintiendo o dónde quiere llegar.
- ***Pregunte:** Cuando no entiendas o cuando necesites mayores informaciones.
- ***No te apures:** No interrumpa a la otra persona, dándole tiempo para decir lo que quiere decir.
- ***Concéntrate:** Ponga su máxima atención a lo que el cliente le está diciendo. Espere a que presente toda la información necesaria y los hechos antes de buscar la solución.
- ***Utilice gestos, ademanes y frases a modo de comprensión:** Preste atención, demuestre que estás escuchado utilizando formas verbales (como “entiendo” o “comprendo”) o no verbales (por ejemplo: asintiendo con la cabeza
- ***Contrólate:** Recuerde que ante la queja de cliente no significa que él está en tu contra. No es una cuestión personal. Él está intentando resolver un problema que la empresa o alguien le ocasionó. La paciencia y humildad para reconocer si el error fue tuyo es muy importante y valorado en estos casos y recuerda: **Tus emociones pueden transformarse en barreras para la comunicación**
- ***Reaccione:** A las ideas y no a la persona. Ten presente que tú idea o prejuicio sobre la persona no influyan en lo que ella dice. Las ideas pueden ser buenas, aunque la persona no te simpatice.
- ***No “discuta mentalmente”:** Intentando ganar tiempo en la resolución del problema ocupamos nuestra mente en generar hechos que nos permitan desviar nuestra atención y no escuchar lo que el cliente intenta decirnos.



***Mantenga el ritmo de la conversación:** Adecuarse al tiempo y modo de la conversación que está teniendo con su cliente, recuerde que las personas piensan y hablan en ritmos distintos.

***Escuche lo que no se dijo:** Esté atento a lo que el cliente le quiere decir. Entre líneas se encuentra el motivo de la necesidad del cliente.

***No contradigas al cliente:** Espere que el cliente pueda explicar con claridad su situación. No trate de cambiar su argumento, lo único que logrará es que se inhiba y no se llegue a buen puerto.

***No juzgues o “creas”:** No realices presunciones sobre lo que el cliente está pensando de ti en el momento que está entablando una conversación. No pienses que quiere es avergonzarte, que está mintiendo, o que no le simpatizas y está tratando de perjudicarte.

***No clasifique al cliente:** No utilice rótulos para clasificar a sus clientes. Esos juicios equivocados e inadecuados pueden crear serios problemas en la comunicación.

***Armoniza:** Reconoce tus prejuicios, tus dificultades en la situación, evitando hacer de ella un nuevo problema para vos y para el cliente.

Esos medios de comunicación podrán ser utilizados por los clientes para establecer contactos con la empresa, informando los motivos de su insatisfacción o satisfacción, sugerencias, elogios a la atención, entre otras cuestiones.

6. SABER HABLAR.

El saber hablar involucra otros aspectos:

Lenguaje adecuado

Hablamos con el cliente a través de la comunicación verbal y no verbal (gestos, expresiones, postura), más de una vez hablamos por nuestros gestos o mirada que con nuestra boca.



Es interesante recordar que el cliente es una visita, alguien que llega a nuestra “casa” y espera ser bien atendido. Por esa razón, conviene recordar algunos cuidados para convertir esa “visita” en un momento agradable.

*Debemos comunicarnos con el cliente utilizando el lenguaje adecuado, es decir, sin modismos, expresiones vulgares o términos que él no comprenda.

*Hablar con claridad y objetividad, es el punto clave para el éxito de una comunicación. Es importante verificar que haya comprendido lo que le fue informado y preguntar si queda alguna duda.

*La voz debe estar en un volumen controlado y tener movimientos que refuercen alguna palabra. No se debe hablar más fuerte que el cliente, principalmente cuando él esté nervioso. Lo ideal es hablar más despacio que él. Se debe utilizar un poco más de volumen cuando se trata de personas ancianas (si tuvieran dificultades auditivas)

Nuestra forma de hablar indica, en la mayor parte de las veces, nuestras emociones y sentimientos. Debemos tener mucho auto-control para no perjudicar la relación con el cliente.

Algunas empresas adoptan estándares de atención, es decir, un conjunto de frases y expresiones que deberán ser utilizadas en el trato con los clientes.

Veamos algunas que podrán ser adoptadas:

- ¡Buen día! (o ¡buenas tardes! o ¡buenas noches!)
- ¡Es un placer verlo!
- ¡Gracias!
- ¡Vuelva siempre!
- ¿Cómo puedo ayudarlo?
- ¿Puedo serle útil en algo más?
- Por favor, podría esperar sólo un segundo...
- ¡Puedo entender cómo se siente!
- Que tenga un buen día – al despedirse del cliente
- Siempre que necesite, estaremos a su disposición
- Hasta mañana...

Sin embargo, debemos evitar expresiones como:



- ¿Eso es todo?
- Ud. no me está entendiendo...
- Eso, no es conmigo...
- Sí; ya lo sé, ya lo sé...
- No es mi culpa...
- Son órdenes del gerente...
- Ud. está totalmente equivocado...
- ¿Qué más quiere?

Lenguaje corporal.

Éste demuestra lo que estamos sintiendo. Y el cliente percibe cuando no estamos siendo sinceros, o sonreímos de mala gana, o le atendemos porque “tenemos” que hacerlo.

Nuestras palabras muchas veces expresan una cosa y el cuerpo otra. Es importante tener una imagen clara de nuestras expresiones habituales, nuestra forma de sonreír, de parar, de mover los brazos, las manos, de tocar el pelo o la piel, por ejemplo, para que podamos corregir y adecuar nuestro comportamiento en el trabajo, en la vida.

El contacto visual es fundamental en las relaciones humanas. A nadie le gusta ser ignorado y cuando no miramos al cliente, él puede sentirse ignorado. Mirar a los ojos del cliente demuestra atención, interés.

Educación y gentileza

Estas actitudes son fundamentales en la atención.

Aunque el cliente no sea educado, éste debe ejercitar la paciencia entendiendo que el cliente tiene sus razones para actuar de esa manera (y si no las conocemos, ¿cómo podremos analizarlas o juzgarlas?).

Tener educación es respetar los principios de convivencia, respetar al otro tal como es, ser cordial y cooperativo en cualquier situación.



Presentación personal

La apariencia personal es muy importante en cualquier área de nuestra vida. Más aún, en el ambiente del supermercado, donde se trabaja con alimentos y se vende salud.

El funcionario debe mantener sus cabellos limpios, y sus uñas cortadas y limpias. El cliente observa todos los detalles. Y no es sólo por esa razón que debemos preocuparnos con la apariencia personal. Una persona limpia, con ropas limpias, peinada, es un persona que se valora y es valorada por los demás.

Los muchachos deben afeitarse diariamente y para las chicas un labial discreto es fundamental.

La higiene diaria debe ser tan cuidadosa como la alimentación saludable. Se debe mantener la discreción al utilizar desodorantes, perfumes o colonias, evitando exageraciones

7. SABER SENTIR.

Sabemos que cada ser humano es distinto del otro. Tiene una cultura diferente, tiene necesidades y expectativas diferentes.

Así, el trato dispensado a un cliente no puede ser el mismo que se presta a otro. Cada persona debe ser tratada de acuerdo a su individualidad, a su personalidad.

¿Y cómo actuar, si cada persona percibe el mundo de una forma? ¿Qué es la percepción?

Podemos decir que la percepción es el conjunto de proceso que el ser humano utiliza para tomar contacto con el mundo, con la realidad.

¿Y cómo podremos saber cómo una persona percibe, siente los hechos?

No es muy fácil entender a cada individuo, pero si empezamos a observar a las personas, su forma de relacionarse con los demás, su forma de ser, sus características más marcadas, sus dificultades, podremos encontrar “pistas” o caminos adecuados para relacionarnos correctamente con ellas.



8. SABER HACER.

Este ítem es también muy importante, porque de nada sirve ser gentil con el cliente, estar impecablemente presentado, tener un local lindo si la persona que atienden al cliente no sabe hacer su trabajo.

Para ello es necesario tener profundo conocimiento de todas sus funciones, de las técnicas para realizar las actividades, de las acciones de la competencia, de las ofertas, de cómo operar los equipamientos, cómo limpiar e higienizar, en fin, saber todo lo que se refiere a su área de trabajo.

Quien conoce y disfruta de lo que hace, pregunta, analiza, busca informaciones, se capacita para prestar el mejor servicio, entendiendo que es ese el camino para su formación y evolución personal.

EL MANEJO DE LAS QUEJAS.

En un servicio que quiere vender calidad, el manejo de las quejas es un proceso que se califica como crítico, ya que es la valoración efectiva del servicio percibido.

Por regla general, las personas o clientes se acuerdan más de lo malo que de lo positivo.

En términos generales, para manejar una queja se deben seguir los siguientes pasos:

Proceso para el correcto manejo de quejas

- ✓ Prestar atención al momento de recibir una queja (tomar nota de la situación descrita) y mostrar interés en ayudar al cliente.
- ✓ Si es posible brindar una solución en el momento, ofrézcala y ejecútela. En caso de que no sea factible, acuda a una instancia superior. En ambos casos la queja debe ser reportada.



- ✓ Darle seguimiento a la queja, hasta asegurarse de que fue debidamente solucionada. Verificar con el cliente que su queja fue solucionada y que este se encuentre satisfecho

Manejo eficiente de las quejas.

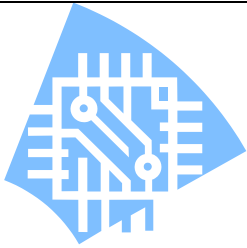
- ✓ Si la queja es muy grave, es conveniente tratar el problema en forma confidencial, llevar al cliente a una oficina aparte y tratar el asunto en privado.
- ✓ Se recomienda apoyarse en una instancia superior, para reforzar la posición de que se está dando la debida importancia, tanto al cliente, como al motivo de su queja.
- ✓ Siempre hay que ser empáticos y ponernos en la situación del cliente para entender mejor el alcance del problema.
- ✓ Nunca se debe tratar de responsabilizar a ningún empleado delante del cliente.
- ✓ Hay que evitar en todo momento prometer al cliente soluciones que no son posibles de ejecutar.

Cabe resaltar que muchas empresas, tienen dentro de su organización departamentos especiales para la resolución de quejas.

Asimismo, como una práctica saludable, es recomendable mantener un registro de las quejas, qué las produjo y cómo pudieron ser solucionadas. Esto busca encontrar posibles causas recurrentes de quejas.

A continuación se presenta un modelo de registro de quejas y no conformidades.



	INFORME DE ACCIÓN	CORRECTIVA
		PREVENTIVA
Tema /Asunto:		Ref.:
		Fecha inicio:
		Realizado por:
1.- Personas que participan en la acción y coordinador:	2.- Descripción del problema que se quiere eliminar o evitar:	
3.- Acciones precedentes o primeras acciones adoptadas:		
4.- Causa o causas que generan el problema o que lo pueden generar:		
5.- Soluciones que atacan la causa del problema, posibles acciones:		
6.- Acciones correctivas / preventivas finalmente realizadas, incluyendo fechas:		
7.- Acciones que se efectuarán para verificar la eficacia de las soluciones implantadas, fechas y responsables:		
8.- Resultados obtenidos, conclusión del expediente:		
		Firma Responsable de la acción:
		Fecha cierre:



ANEXOS.

GLOSARIO TÉCNICO TURÍSTICO.

Agencia de Viajes y Turismo: Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al

Ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría,

Organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados

Para la prestación de los mismos.

Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas, la Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.

Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

Turismo emisor: Es el que realizan los residentes de un país en el resto del mundo.

Turismo interno: Incluye a los residentes que viajan por un periodo de tiempo no superior a doce meses a un lugar dentro de su país de residencia pero distinto de su entorno habitual



Turismo receptivo: Turismo realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

Recursos Turísticos: Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

Productos Turísticos: Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Paquete Turístico: Es un conjunto de atractivos y servicios prestados sobre la base de un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global

Servicios Turísticos: Servicios proporcionados a viajeros y turistas.

Pasaporte: Documento de identificación migratorio. Expedido por el Ministerio del Interior de la República Argentina.

Traslado/ transfer: Transporte desde un punto de un servicio turístico a otro que puede ser la finalización de dicho servicio o el comienzo de otro servicio turístico

Vouchers: Orden de servicio que se le entrega al turista donde se encuentra detallado el servicio que adquirió. Es un comprobante de canje.

Check in: Proceso de registro de un huésped.

Check out: Proceso de cierre de cuenta y salida de un huésped.

Programa Turístico: Es el itinerario detallado, el cual organiza y describe los atractivos, actividades y servicios contratados por el viajero.



Personal calificado: Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.

I.A.T.A: Asociación Internación de Transporte Aéreo. . Es la organización que regula los procedimientos de aviación comercial a través de la cual, casi 100 compañías de diversas nacionalidades trabajan juntas para tener sus rutas individuales dentro de un sistema internacional de transporte aéreo.

La I.A.T.A beneficia al pasajero ya que exige a las empresas condiciones y garantías de seguridad; beneficia a los gobiernos porque actúan como coordinador de asuntos tarifarios

Internacionales y sirve de asesor en una cantidad de asuntos, debido a su gran ventaja de ser asociación civil de carácter mundial. Su función es promover un transporte aéreo regular, económico y seguro; fomentar el comercio aéreo y promover una colaboración entre todas las empresas de transporte

Calidad: Capacidad que posee una empresa para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus clientes por un precio determinado. Se mide mediante el grado o nivel de satisfacción del consumidor.

Cliente: Toda persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, recibe un servicio y cancela una cifra previamente pactada a cambio del mismo. Es la razón de ser del servicio.

Proveedores: Persona o empresa que brinda, a cambio de un pago previamente establecido, los insumos necesarios para la elaboración de un bien o la prestación de un servicio.



Queja: Comunicación por parte del cliente de su insatisfacción por el servicio o producto adquirido. Es la fuente de información acerca de las expectativas insatisfechas del cliente.

Satisfacción al cliente: Percepción originada en el cliente al comparar su expectativa con el grado de cumplimiento proporcionado por un producto o servicio.

Servicios: Es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria.



REGIONES TURÍSTICAS DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA.



Fuente: www.turismocordoba.com.ar

Ubicación

Con 165.321 km² de extensión, es la quinta provincia más extensa del país, ocupando el 5,94% de su superficie total.

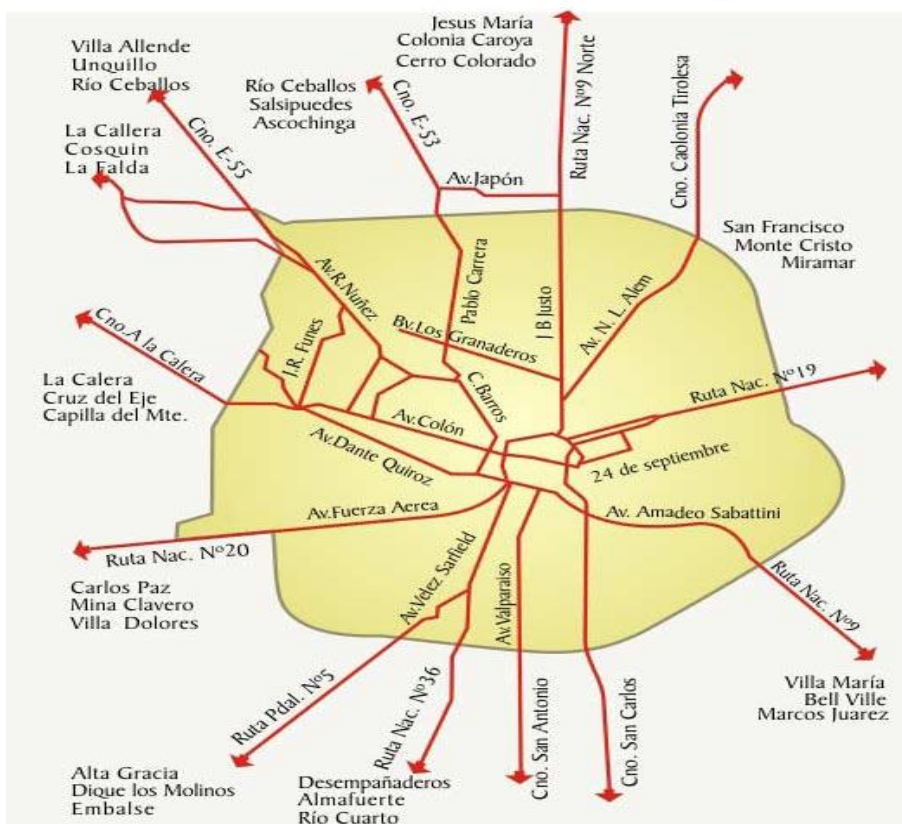
Córdoba es una de las 23 provincias que componen la república Argentina. Situada en la Región Centro (Argentina), limita al norte con la provincia de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa Fe, al sureste con Buenos Aires, al sur con La Pampa, y al oeste con San Luis y La Rioja. Su capital es la ciudad homónima.

En tanto, Río Cuarto es la capital alterna de la provincia de Córdoba con 144140 Hab.

Según el censo nacional 2010 su población es de 3.308.876 habitantes, con lo cual es la segunda provincia más poblada de la República Argentina. Casi el 40,18% de la población está aglomerada en la capital provincial, con 1.329.604 de habitantes, convirtiéndola en la segunda aglomeración urbana del país después del Gran Buenos Aires.



Área Córdoba Capital



Fuente: www.turismocordoba.com.ar

El casco céntrico de nuestra provincia, presenta una fusión entre los histórico y la actual. En pocas manzanas distribuidas de manera estratégica, el visitante podrá disfrutar de los atractivos y bellezas provinciales. Algunos sitios son reconocidos por historias que fueron pasando de generación en generación o son parte de la estructura curricular escolar. La Córdoba céntrica nos brinda atractivos, que sin necesidad de medio de movilidad, es posible recorrer de a pie y apreciar en detalle la historia impregnada en cada rincón.

Colegio Monserrat, Córdoba Capital –



Antiguamente conocido como El Real Convictorio de Nuestra Señora de Monserrat, el Colegio Nacional Monserrat, encierra en Sí mismo la historia de los primeros años de educación en el país.



Universidad Nacional De Córdoba, Córdoba Capital –



Edificio emblemático de la ciudad y parte del paseo histórico de la **Manzana Jesuítica**.

La Manzana Jesuítica, Córdoba Capital-



Ubicada entre las calles Obispo Trejo, Duarte y Quiroz, Caseros y la avenida Vélez Sarsfield.

Basílica De La Merced, Córdoba Capital -

Constituye uno de los dos templos cordobeses que le cupo la categoría de **basílica**. Declarada en el año 1926, en virtud que su patrona Nuestra Señora de la Merced, generala del Ejército argentino designada por el General Manuel Belgrano

Pinacoteca De La Universidad De Córdoba, Córdoba Capital-

Como su nombre lo indica, esta **galería de pinturas**, está compuesta principalmente por las obras de los estudiantes de la ciudad. También, podremos encontrar obras de autores independientes y privadas adquiridas en galerías de arte.

Museo Provincial De Bellas Artes Emilio Caraffa, Córdoba Capital-

El Museo Caraffa (MEC) se constituye como un lugar mucho más amplio que un Museo. Al considerar como un espacio de esparcimiento, formación y



aprendizaje, el MEC también posee un bar, una librería y biblioteca, ambas especializadas en arte contemporáneo.

Iglesia De San Francisco Córdoba, Córdoba Capital-

La Iglesia de San Francisco, es un ícono de la orden de los franciscanos quienes se establecieron en Córdoba al momento de la fundación misma. El templo actual fue finalizado en el año 1813, con planos dirigidos por el ingeniero Juan Manuel López.

Plaza San Martín De Córdoba, Córdoba Capital-



La Plaza San Martín, ubicada en pleno **Casco Histórico**, nos brinda un exquisito paisaje verde, en donde confluyen variedades de árboles y plantas.

Fue planeada por el teniente gobernador Lorenzo Suárez de Figueroa en 1577.

Iglesia Santa Catalina De Siena, Córdoba Capital -



Los comienzos de la Iglesia Santa Catalina, se remontan al año 1613 en otro emplazamiento, trasladándose a su actual ubicación, en el año 1641. Su fachada refleja un claro y definido **neoclásico** contrastando con el sólido.

Museo De Paleontología, Córdoba Capital -

El recorrido por el Museo de Paleontología, nos traslada inmediatamente a un viaje por el mundo de los fósiles y vertebrados, conociendo los **restos**



fósiles de las diferentes eras geológicas como la paleozoica, mesozoica o la precámbrica.

Museo Histórico Provincial Marqués De Sobremonte, Córdoba Capital

Antigua casa del Gobernador-Intendente de Córdoba, Don Rafael Núñez, Marqués de Sobremonte, el Museo Histórico Provincial nos enaltece con su **belleza arquitectónica**.

Museo Obispo Fray José Antonio De San Alberto, Córdoba Capital -

El Museo Obispo Fray José Antonio de San Alberto, se alza como un verdadero **rescate histórico-testimonial** del trabajo realizado por las Hermanas Carmelitas Descalzas, congregación que se hizo cargo de este predio en 1782

Iglesia Del Pilar, Córdoba Capital-

La Iglesia del Pilar, es en sí misma no sólo una gran obra arquitectónica, sino el emblema del amor y caridad expresada por un grupo de religiosas.

La Cañada De Córdoba, Córdoba Capital-

Desde la calle Tronador hasta la calle Humberto Primo, atravesando de sur a norte a la Ciudad de Córdoba. Considerado como un verdadero **ícono de Córdoba**, la Cañada cruza de suroeste a norte la ciudad.

Museo Superior De Bellas Artes Palacio Ferreira, Córdoba Capital-

Con una ubicación y emplazamiento privilegiados, el Museo Superior de Bellas Artes Evita, se ha constituido en corto tiempo en un **referente simbólico ineludible de la cultura artística** cordobesa

Museo De Zoología, Córdoba Capital -



El Museo de Zoología nace por obra de Domingo Faustino Sarmiento, quién creo la Academia Nacional de Ciencias en la ciudad de Córdoba, convencido de la importancia del avance cultural para el engrandecimiento de los pueblos.

Zoológico De Córdoba, Córdoba Capital-



Inaugurado en el año 1968 y con un predio de 17 hectáreas, encontramos en el interior del Parque Sarmiento, el Zoológico de Córdoba que nos atrapa con una gran diversidad de animales y actividades recreativas para todas las edades.

Barrio Cerro De Las Rosas, Córdoba Capital-

El Cerro de las Rosas es un barrio residencial que nace en el año 1928. Desde entonces, en sus calles han proliferado negocios de modas siendo uno de los circuitos más generosos en cuanto a locales nocturnos, bares y restaurantes.

Jardín Botánico De Córdoba, Córdoba Capital-

Teniendo como principal función atesorar la biodiversidad regional y llevar a cabo programas educativos que promuevan la conservación de la flora autóctona y el respeto hacia los recursos naturales.

Cabildo De Córdoba, Córdoba Capital-



El Cabildo Cordobés, de principios de siglo XVII, nos inicia en un recorrido histórico casi inmediato. Se trata de uno de los últimos edificios del país, signado claramente por un **estilo colonial español** que queda aún en pie.



Museo De La Industria, Córdoba Capital -

Este museo municipal es de especial interés y valor en Córdoba. En su muestra habitual podemos encontrar: **motores de aviación y automóviles.**

Museo De Antropología Universidad De Córdoba, Córdoba Capital -

Este Museo cuenta con una valiosísima **colección de archivos, piezas, colecciones de material etnográfico y arqueológico.** Se trata de un verdadero Museo de Ciencias Naturales, que se ha especializado en muestras y exposiciones paleontológicas.

Parque Sarmiento De Córdoba, Córdoba Capital -



El Parque sarmiento, es un recorrido excepcional que nos conecta con la naturaleza. Se trata de un **verdadero pulmón enclavado a pocas cuadras del micro centro** de la ciudad, que nos revela un espacio verde parquizado, el más grande de la Ciudad.

Iglesia Del Sagrado Corazón, Córdoba Capital-

Es conocida como la iglesia de los padres capuchinos, brazo de la **orden franciscana.**

La Iglesia del Sagrado Corazón, fue diseñada y realizada por el célebre artista e ingeniero Augusto Ferrari en el año 1943.

Teatro El Libertador, Córdoba Capital-

Declarado Monumento Histórico Nacional por el Poder Ejecutivo en el año 1991, el Teatro Libertador se constituye como uno de los emblemas de Córdoba. Fue inaugurado el 26 de abril de 1891 con el nombre de Teatro Rivera Indarte.

Barrio Nueva Córdoba, Córdoba Capital-



Sus calles, adornadas por **pendientes pronunciadas y elevaciones importantes**, hacen de Nueva Córdoba un lugar atractivo en su recorrido. Se trata de uno de los barrios de la ciudad que se encuentra ubicado en el sector centro-sur de la ciudad.

Museo De Las Carmelitas Descalzas, Córdoba Capital-

El Museo Conventual de las Descalzas, **es el único en su modalidad en todo el país**. A lo largo de los siglos, se ha convertido en uno de los museos de Arte Religioso más importantes del interior de país, al atesorar piezas valiosísimas de la historia de Córdoba.

Iglesia Del Monasterio Santa Teresa, Córdoba Capital -



Desde el principio su diseño nos conmueve con una **exquisita arquitectura colonial cordobesa**, junto al penacho de entrada del convento y la espadaña. El motivo de la construcción del Monasterio Santa Teresa, guarda en su interior el profundo amor y devoción de un padre a su hija. Fue Don Juan de Tejeda, padre del primer poeta del Río de La Plata - Luis de Tejeda -, quién decide la construcción de esta Iglesia, en agradecimiento a Santa Teresa, que habría intercedido ante la enfermedad de una de sus hijas.

La Catedral De Córdoba, Córdoba Capital –



Nace desde la fundación misma de la ciudad, en 1573, por lo que no sólo se trata de un emblemático edificio religioso, sino que su estructura la posiciona como una verdadera **muestra de la arquitectura colonial**.



Museo Pedro Ara, Córdoba Capital.

Tratado con diferentes materiales y técnicas de embalsamamiento como el parafinado y el glicerinado, las muestras del Museo Pedro Ara, se convierten en un **verdadero recorrido por el interior cuerpo humano**.

Además de lo histórico, nuestra provincia presenta una biodiversidad ambiental, que propone al turista una serie de paisajes que difieren uno de otro. Desde montañas, grandes lagos para la práctica de deportes náuticos, como así también espacios de relax que invitan al turista a conocer los atractivos de la región. Nuestro clima proporciona en cada estación, una manera diferente de ver y disfrutar de nuestra provincia.

CLIMA

Pese a su latitud, el **clima** de la **ciudad de Córdoba**, como el de la mayor parte de la provincia, es templado moderado con las cuatro estaciones bien definidas. En términos generales el clima es pampeano, de inviernos no muy fríos y poco lluviosos. Los veranos son húmedos, con días calurosos y noches frescas. Los vientos del este y del oeste son raros, de corta duración y poca intensidad. En primavera soplan con fuerza creciente principalmente del norte y el noreste a medida que un centro de depresión ciclónica se define en el frente polar. En el verano frecuentemente se producen tormentas eléctricas e incluso granizo.

Factores para que la temperatura sea en promedio más fresca que en otros sitios del planeta a latitudes semejantes son: la altitud y, sobre todo, el ubicarse la provincia en la diagonal eólica de los vientos pamperos, vientos fríos que soplan desde el cuadrante sudoeste, originados en la Antártida.

Por otra parte, dada la mediterraneidad, las variaciones o amplitudes térmicas son mayores que en la costa atlántica, siendo además menor la precipitación anual, de alrededor de 800 mm/año. Su temperatura media anual ponderada en todo el siglo XX fue de 18 °C. En enero, mes más cálido del verano austral, la máxima media es de 31 °C y la mínima de 17 °C. En julio, mes más frío, las temperaturas medias son de 19 °C de máxima y 4 °C de mínima. Aún en invierno son frecuentes días algo cálidos, debido a la influencia del viento Zonda.

Las nevadas son poco frecuentes, las últimas se registraron en 1984, 2007 y 2009. Por su parte, los tornados si bien son un evento climático poco común en esta zona del planeta, también se han registrado, como el de 2003.

Dada la extensión del conurbado, existe una diferencia de 5 °C ó más entre el área céntrica y la periferia.

El área céntrica, densamente edificada y ubicada en una depresión, es el núcleo de una importante isla de calor.

Además presenta fenómenos de smog, sin consecuencias para la salud.



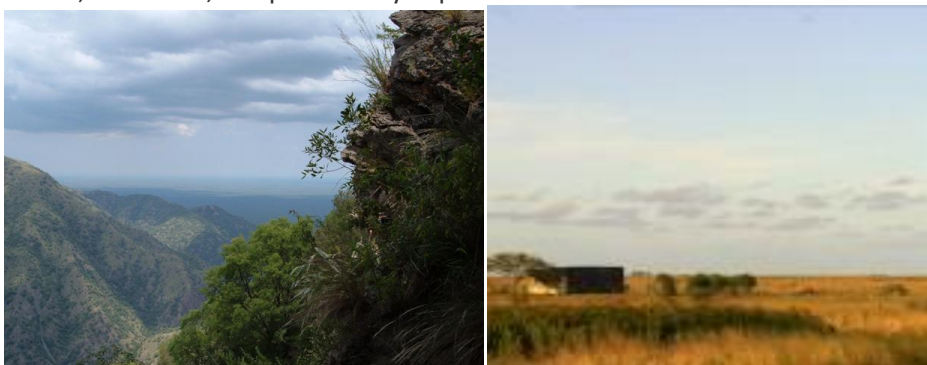
FLORA

En las **zonas de llanura**, se conservan relictos del bosque chaqueño en las llanuras del norte y del oeste, caracterizados por la presencia de algarrobos, espinillos, chañares, talas y quebrachos.



Fuente: www.turismocordoba.com.ar

En la **región serrana**, la vegetación se organiza sobre la base de la topografía, altitud, humedad, temperaturas y exposición a los vientos.



Fuente: www.turismocordoba.com.ar

En el pie de las sierras se mezclan especies de la llanura con las del bosque serrano.

Entre 500 y 1.300 metros se establece el bosque serrano con la presencia del molle, el coco, el horco molle, el horco quebracho, el manzano del campo y el piquillín.

A partir de los 1.350 y 1.700 ms se constituye una vegetación arbustiva como el romerillo y la carqueja.

Por encima de los 1.700 ms desaparece la vegetación, salvo en las quebradas donde se encuentra el tabaquillo. En las altiplanicies y cumbres reinan los pastizales de altura, gramíneas como la stipa y la festuca.

La **llanura oriental cordobesa** nos ofrece una vegetación formada por pastos blandos, que constituyen una alfombra, vegetal; son las hierbas típicas de las praderas, que suelen ser aprovechadas por el ganado de la región. Las especies más importantes son el ajo macho, la cola de zorro, la flechilla, el junquillo, la ortiguilla, la paja de las vizcacheras, el pasto colorado y el pasto crespo, la paja



PARQUES NATURALES

El turismo en Córdoba permite descubrir lugares de diferente clasificación, como el Parque Nacional Quebrada del Condorito, Reserva Natural y Cultural Cerro Colorado, Parque Natural y Reserva Natural Chancaní, Reserva Hídrica Natural La Quebrada, Reserva Natural Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita, Reserva Natural de Fauna La Felipa y la Reserva Provincial de Uso Múltiple Salinas Grandes.

Parque Nacional Quebrada del Condorito

Pese a ubicarse próximo a la ciudad de Córdoba y poblaciones turísticas como Villa Carlos Paz, Alta Gracia, Tanti, Mina Clavero etc., el territorio del parque se ha mantenido paisajísticamente prístino debido a su difícil accesibilidad hasta inicios de s. XXI.

El territorio de este Parque Nacional se caracteriza por la elevada altitud del piso superior de las Sierras Grandes de Córdoba, respecto de la gran llanura chaco pampeana que la rodea y le confiere condiciones de isla biogeográfica, esta “isla ecológica” ha tenido intermitentes flujos de colonización de especies andinas y patagónicas (en función de variaciones climáticas). Como resultado de ello, el área, presenta una gran diversidad de endemismos de especies y subespecies, tanto de plantas como de animales.

Así este parque constituye un importante sitio de avistajes de cóndores (especie andina que ha sufrido un marcado retroceso poblacional en el s. XX), cuya distribución más oriental la encontramos en esta región. En la Argentina las poblaciones de cóndor se encuentran estables y se están desarrollando programas de reintroducción de esta especie, en sitios donde ha sido extinguida.



Fuente:

La región turística de Córdoba se extiende desde la ciudad capital hacia el oeste serrano, con la única excepción Mar Chiquita ubicada al noreste de la provincia. La ciudad de Villa Carlos Paz es una de las zonas más concurridas, está ubicada al sur del Valle de Punilla, enclavada al pie de las primeras estribaciones de las Sierras Chicas, a 650 metros sobre el nivel del mar y a orillas del lago San Roque.

Cosquín: Bañada por los ríos Yuspe y San Francisco y el río homónimo, Cosquín es considerada la "capital del folclore". Desde 1963, su plaza Próspero Molina es sede anual de un festival folclórico que convoca a verdaderas multitudes. Cerca de la ciudad de Cosquín se levanta el cerro Pan de Azúcar, de 1.260 m, al que es posible subir en aerosilla.

Valle de Punilla: El corazón de Córdoba turística es un valle. Sierras, agua, equipamiento y servicios de calidad lo identifican. En una palabra...Punilla.



Calamuchita: Ríos caudalosos y lagos en un paisaje de sierras y pinares... Turismo regionalista, de naturaleza, de aventura... Servicios de calidad y una gastronomía de nivel internacional.

Laguna Mar Chiquita: Un gran mar interior en la llanura... Flamencos, garzas y otras aves en un magnífico refugio silvestre... Días soleados y atardeceres imponentes...

Noroeste de Córdoba: Paisajes que varían desde el llano a la montaña, de las salinas al bosque... La impronta de la historia y de la tradición serrana y rural...

Norte de Córdoba: Donde historia y tradición son presente... Donde el paisaje serrano es medio de vida...

Paravachasca: Un paisaje de colores y perfumes de sierras y valle... Magníficos testimonios de la Córdoba colonial... Una escala humana para las actividades...

Sierras Chicas: Donde la Naturaleza muestra el esplendor de sus colores estacionales... Donde el paisaje serrano está en la escala del hombre... Donde la historia y el presente se complementan activamente...

Sierras del Sur: Un lugar donde se articulan el paisaje serrano y el paisaje rural... Una invitación a la aventura de lo diferente...

Traslasierra: Allí donde la Naturaleza se hace oferta de vida y de recreación... Allí donde una cultura y una sociedad local se hacen hospitalidad para el turista...



Villa General Belgrano: Camino a Alta Gracia, se sigue hacia el sur hasta la sierra de Comechingones. Arriba, Villa General Belgrano es un trocito de Alemania en plena Córdoba. Allí se puede disfrutar de la Fiesta de la Cerveza, la Fiesta del Chocolate o del Carnaval Tiroles, actividades que los habitantes de la ciudad celebran regularmente.

Villa Carlos Paz: Situada a 36 km de la ciudad capital, se asienta en la ribera del lago San Roque y esta cruzada por el río San Antonio. El espejo de agua permite la práctica de diversas actividades náuticas y la pesca deportiva. Próximo a la ciudad se levanta el cerro La Cruz, de 1.000 m, a cuya cumbre se puede acceder por aerosilla.

Tanti: Cerca de Villa Carlos Paz se encuentra Tanti, con su arroyo homónimo cruzando el casco urbano y con numerosos balnearios alrededor, como El Diquecito, La Olla, Río Grande, Los Sauces, Los Árboles y Villa Douma. Antes de ingresar en la ciudad, el arroyo Tanti cae desde 18 m de altura para dar forma a La Cascada, un paraje realmente bellísimo. Cerca de Tanti asombra otra caída de agua, la El Chorrillo, que se precipita desde 120 m de altura.

Colonia Caroya: es un asentamiento de colonos italianos sobre la antigua estancia La Caroya, de la que se conserva la capilla. Cercana a Villa María, la zona ha adquirido justa fama por sus vinos, embutidos, conservas de frutas y dulces.

Cerro Uritorco: De 1950 m, ubicado en el bello paraje La Toma - zona de hoyas y cascadas sobre el río homónimo- presenta sus laderas cubiertas de quebrachos.

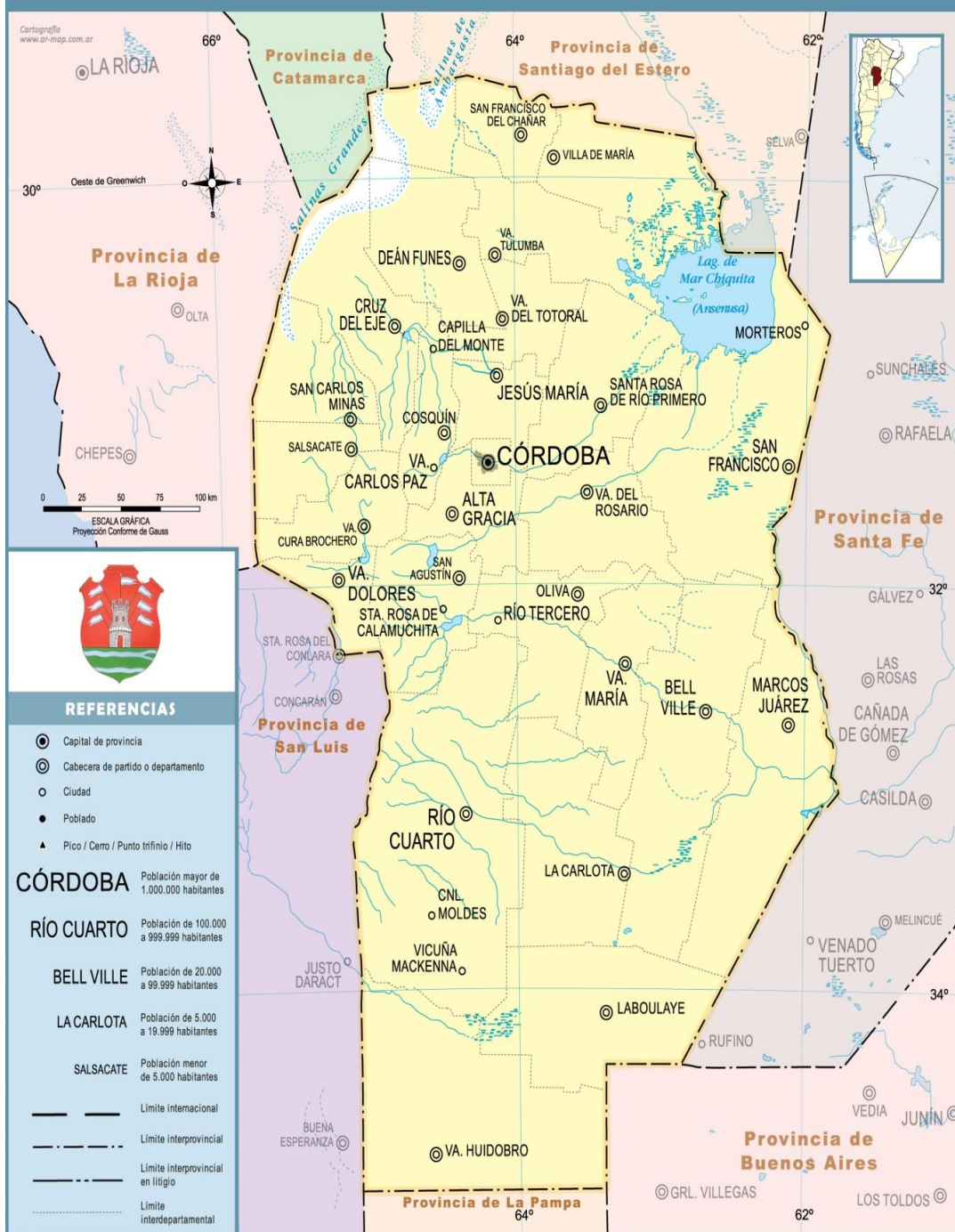


Fuente: www.argentour.com

Desde su distribución geográfica, podemos observar la diversidad de regiones y valles que componen la provincia, cada uno de ellos representa una fuente de ingreso económico para su región. Desde festivales reconocidos mundialmente hasta pequeñas fiestas regionales que le otorgan a la provincia un tinte festivo (en anexo A se presentara el calendario de festivales y ferias regionales de la provincia, en anexo B las rutas principales de acceso y circulación provincial)



MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA



Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos del Norte de Córdoba

Caminiaga; Cerro Colorado; Colonia Caroya; Copacabana, Deán Funes; Ischilín
Jesús María; Juárez Celman; Las Peñas; Loza Corral; Quilino ; San Francisco del Chañar,
San José de la Dormida; Sinsacate; Villa de María; Villa de Tulumba; Villa del Totoral.

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos de las Sierras Chicas

Agua de Oro, Ascochinga; Colonia Caroya; El Manzano; Jesús María;
Juárez Celman La Calera
La Granja; Mendiolaza; Ongamira; Rio Ceballos; Saldan; Salsipuedes;
Unquillo; Villa Allende, Villa Animi; Villa Cerro Azul; Villa Silvina.

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos de Mar Chiquita.

Mar Chiquita, Balnearia, Brinkmann, Devoto, La Para, Marull, Miramar, Morteros

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos de Punilla

Bialet Masse; Cabalango; Capilla del Monte; Casa Grande; Charbonier; Cosquín; Cruz Chica; Cruz Grande; Cruz del Eje; Cuesta Blanca: Estancia Vieja; Huerta Grande; Icho Cruz; La Cumbre; La Falda; Las Jarillas; Los Cocos; Los Gigantes; Mayu Sumaj; Molinari; Ongamira; San Antonio de Arredondo; San Esteban; San Marcos Sierras; San Roque; Santa Cruz del Lago; Santa María de Punilla; Tala Huasi; Tanti; Valle Hermoso; Villa Carlos Paz; Villa Giardino; Villa Parque Siquiman

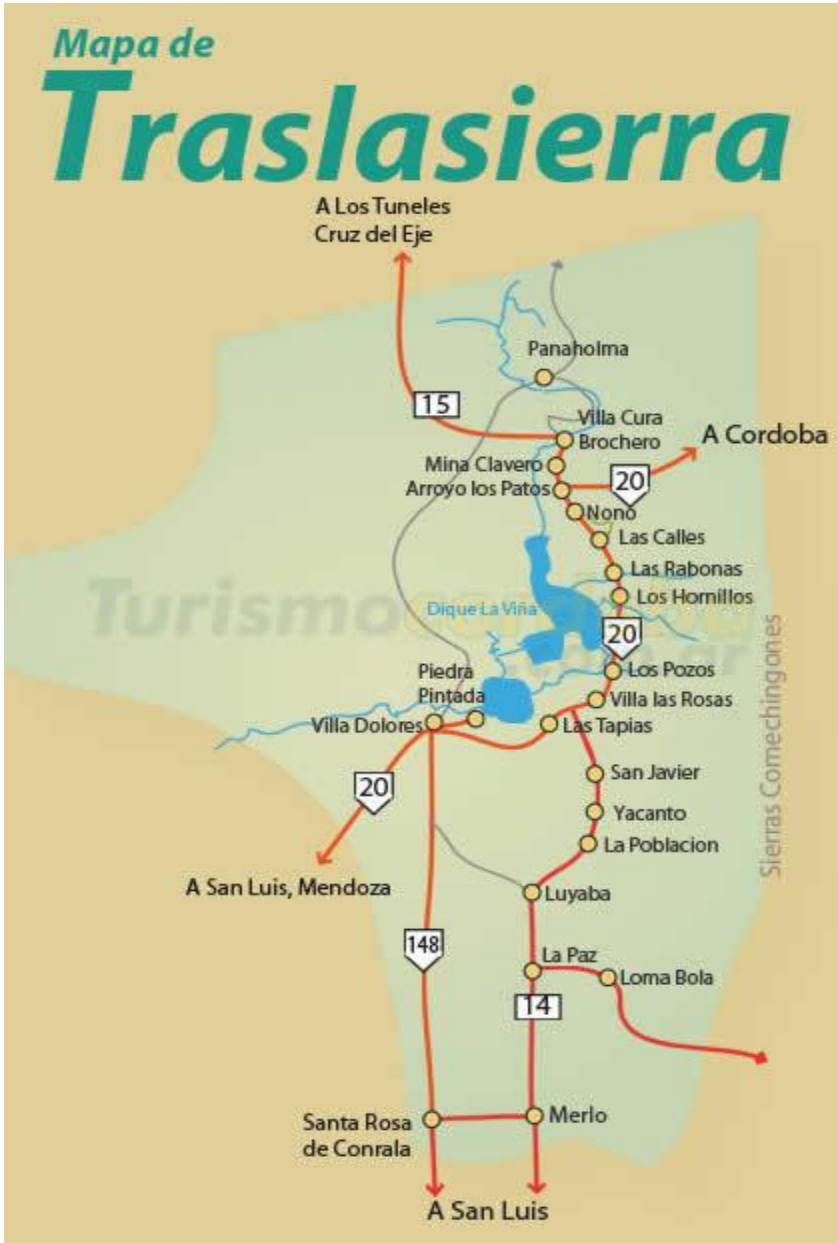
Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos de las Noroeste

Cruz del Eje; La Higuera; Salsacate; San Carlos Minas; Villa de Pocho; Villa de Soto

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Principales Destinos de Traslasierra

Arroyo de los Patos;La Paz;La Población;Las Calles;Las Chacras;Las Rabonas;Las Tapias;
Loma Bola;Los Cerrillos;Los Hornillos;Los Pozos;Luyaba;Mina Clavero;Nono;Panaholma

Fuente: [] o;Villa Dolores;Villa de Las Rosas;Yacanto.



Principales Destinos de Paravachasca

Alta Gracia; Anisacate; Falda del Carmen; José de la Quintana; La Bolsa, La Paisanita

La Rancherita, La Serranita; Potrero de Garay; San Clemente; Villa Ciudad de América; Villa La Merced; Villa los Aromos; Villa San Miguel.

Fuente: www.turismocordoba.com.ar

6.



Principales Destinos de las Sierras del Sur

Achiras; Alcira Gigena; Alpa Corral; Cañada del Sauce; La Cesira; Las Albahacas; Los Córdones
Río Cuarto; Río de los Sauces; Villa El Chacay.

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



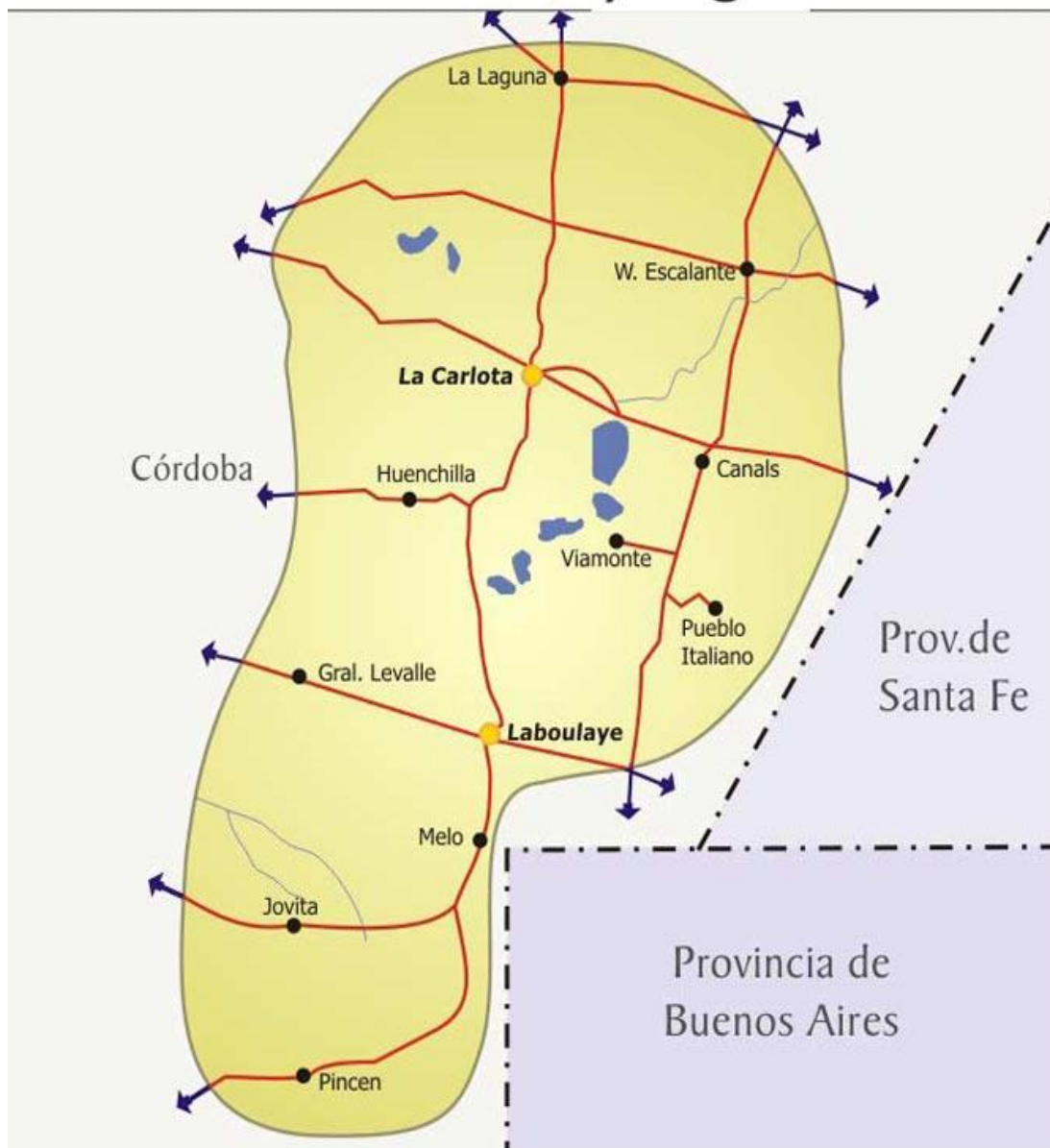
Principales Destinos de Calamuchita

Almafuerite; Amboy; Athos Pampa ;Calmayo; Cerro Champaqui; Despeñaderos
 El Durazno; Embalse; Intiyaco; La Cruz; La Cumbrecita; Las Caleras; Los Molinos
 Los Reartes; Lutti; Río de los Sauces; Río Tercero; San Agustín; San Miguel de los Ríos
 Santa Rosa; Santa Mónica; Segunda Usina; Tanchacha; Villa Alpina; Villa Amancay
 Villa Berna; Villa Cañada del Sauce; Villa Ciudad Parque; Villa del Dique; Villa General
 Belgrano; Villa Quillinzo; Villa Rumipal; Villa Yacanto

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Área Fortines y Lagos



Fortines, Lagos y Lagunas

Berrotarán; Canals; Coronel Moldes; Dalmacio Velez Sarsfield; Del Campillo; General Cabrera; General Deheza; General Levalle; Huinca Renanco; Jovita; La Carlota; Laboulaye; Las Perdices; Sampacho; Santa Catalina; Serrano; Ucatcha; Vicuña Mackenna; Villa Huidobro.

Fuente: www.turismocordoba.com.ar



Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- TIC's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerite
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

1. Diseño de Norma de Competencia:

Área de Competencias

- Turismo, Hotelería y Gastronomía.

Sub Área de Competencias

- Informática

Áreas Ocupacionales

- La actividad estará destinada a PARTICULARES O EMPRESAS QUE BRINDEN SERVICIOS TURÍSTICOS tales como alojamientos, transporte, gastronomía, eventos, municipios, prestadores de turismo alternativo, guías, entre otros.

Alcances y condiciones del rol profesional.

- El encargado de las tecnologías de la información y comunicación (a partir de ahora T.I.C.) atenderá al cliente prestando un servicio que satisfaga sus necesidades. Él estará a cargo de administrar las T.I.C. para el desarrollo del producto turístico (atractivo, paquete, servicios, entre otros) considerando sus características.
- Su función principal será la de dinamizar la interacción con los potenciales clientes en entornos virtuales, seleccionando las herramientas disponibles para la comunicación no presencial.
- Se ocupará de gestionar los recursos y tiempos para llevar a cabo dicha actividad, considerando las necesidades de los clientes y los requerimientos de la organización.

Relaciones funcionales y jerárquicas en el espacio social de trabajo.

- El uso de las T.I.C significa literalmente, trabajo a distancia.



- El encargado de las tecnologías de la información y comunicación desempeña sus tareas utilizando las T.I.C que permite que el trabajo efectivo se realice en un lugar diferente del que ocupan sus contratantes.
- Se utilizan medios informáticos durante la realización de la actividad.

Organización del trabajo.

- Administrar el conjunto de recursos de tecnología informática y comunicaciones, considerando lo acordado con el empleador/cliente.
- Asimismo mantener el espacio y el puesto de trabajo libre de riesgos, y organizar la jornada laboral, considerando prioridades y/o fechas según requerimientos del empleador/cliente y/o características del producto/servicio.
- Orientar al empleador/cliente sobre el uso de recursos de tecnología informática y comunicaciones de acuerdo a las características del producto/servicio.
- Monitorear y analizar los registros estadísticos de participación del potencial cliente considerando los recursos utilizados y las características del producto/servicio.
- Informar el grado avance de participación del potencial cliente.
- Administrar el conjunto de recursos de tecnología informática y comunicaciones, considerando lo acordado con el empleador/cliente.
- Asimismo mantener el espacio y el puesto de trabajo libre de riesgos, y organizar la jornada laboral, considerando prioridades y/o fechas según requerimientos del empleador/cliente y/o características del producto/servicio.
- Orientar al empleador/cliente sobre el uso de recursos de tecnología informática y comunicaciones de acuerdo a las características del producto/servicio.



- Monitorear y analizar los registros estadísticos de participación del potencial cliente considerando los recursos utilizados y las características del producto/servicio.
- Informar el grado avance de participación del potencial cliente.

2. Mapa Funcional:

Propósito clave: Orienta al empleador/cliente sobre el uso de recursos de tecnología informática y comunicaciones de acuerdo a las características del producto/servicio para así organizar y gestionar los recursos.

Unidad I: Introducción a las redes sociales

Administrar las redes sociales, considerando sus características, exigencias operativas y técnicas y las características del producto/servicio.

1.1 Comprender la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.

1.2 Adquirir conceptos y destrezas del funcionamiento de las redes sociales.

Unidad II: Introducción a los Blogs

Crear y administrar un blog, considerando sus características, exigencias operativas y técnicas y las características del producto/servicio.

.2.1 Comprender las ventajas y la necesidad de tener un blog.

2.2 Adquirir herramientas para realizar y administrar un blog.

Unidad III: Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

Utilizar los recursos y herramientas para posicionar el sitio web del producto/servicio.

3.1 Comprender la importancia de posicionar nuestro sitio web en internet como ventaja competitiva.

3.2 Adquirir conocimientos sobre las herramientas de posicionamiento en la web

Unidad IV: Como usar AdWords para publicar anuncios.

Utilizar los recursos y herramientas de los AdWords para publicar los anuncios.

4.1 Conocer la interface de Google AdWords.

4.2 Adquirir los conocer necesarios para crear una campaña en Google AdWords.



Unidad V: Como armar plan de comunicación digital o social media

Utilizar los recursos y herramientas para realizar un plan de social media.

5.1 Comprender la necesidad de realizar un plan de social media para el desarrollo del turismo

5.2 Adquirir herramientas para realizar un plan de social media.

Unidad I: Introducción a las redes sociales

Administrar las redes sociales, considerando sus características, exigencias operativas y técnicas y las características del producto/servicio.

Elemento 1.1

Comprender la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.

Criterios de desempeño

Evidencias de desempeño

Campo de aplicación

Evidencias de conocimiento

Guías de evaluación

Elemento 1.2.

Adquirir conceptos y destrezas del funcionamiento de las redes sociales.

Criterios de desempeño

Evidencias de desempeño

Campo de aplicación

Evidencias de conocimiento

Guías de evaluación

3. Análisis Funcional:

Índice

Introducción

Estructura Curricular

1. Marco contextual.



2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.
4. Carga horaria.
5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.
8. Bibliografía.

Descripción de los módulos

Módulo I: Introducción a las redes sociales.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: Introducción a las redes sociales.

Bloque II: Importancia y uso de las Redes sociales.

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Módulo II: Introducción a blogs.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: El blog.

Bloque II: Creación de un blog

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Módulo III: Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

1. Introducción.
2. Objetivos.



3. Contenidos.

Bloque I: Cómo funciona un buscador web?

Bloque II: Criterios de ordenación de resultados en un buscador web.

Bloque III: Cómo optimizar un web para mejorar su posicionamiento en buscadores?

4. Actividades.

5. Criterios de evaluación.

6. Bibliografía.

Módulo IV: Como usar AdWords para publicar anuncios.

1. Introducción.

2. Objetivos.

3. Contenidos.

Bloque I: Introducción a Google AdWords

Bloque II: Optimización de Google AdWords.

4. Actividades.

5. Criterios de evaluación.

6. Bibliografía.

Módulo V: Como armar plan de comunicación digital o social media.

1. Introducción.

2. Objetivos.

3. Contenidos.

Bloque I: Creación de un plan de social media

Bloque II: Puesta en marcha

Bloque III: Resultados de un plan de social media

4. Actividades.

5. Criterios de evaluación.

6. Bibliografía.



4. Diseño curricular:

1. Marco contextual

El turismo es un fenómeno dinámico que se encuentra en pleno proceso de expansión de manera muy heterogénea en la provincia y al interior de la misma. En el transcurso de las dos últimas décadas dicho proceso se ha complejizado y al mismo tiempo creciendo en forma permanente tanto a nivel provincial como nacional.

La evolución de la profesión, desde los oficios que le dieron origen, ha alcanzado la madurez como para que nos resulte necesario especificar el campo o área de acción. Este nivel de evolución se ve expresado en fundamentos, métodos, procesos, contenidos, un lenguaje que le es propio, y acciones específicas.

La creciente demanda de personas interesadas en seguir una profesión vinculada al turismo continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias que permiten incorporar a la formación de los futuros trabajadores los saberes, habilidades y destrezas necesarias para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil técnico-turístico en el que se destaca el conocimiento de técnicas y protocolos, la utilización de la imaginación y la creatividad para formular campañas. Es importante destacar que el campo laboral de incumbencia para este rol es MUY amplio, contemplando la totalidad de los servicios y productos relacionados con la actividad turística.

2. Marco pedagógico

El marco pedagógico está basado en esta concepción de la enseñanza y del aprendizaje donde se plantea y garantiza que en cada encuentro el alumno pueda



vincularse con situaciones reales tomadas del campo de trabajo. Donde la apropiación de los aprendizajes de forma significativa se realiza cuando los alumnos se involucran en el mismo.

El diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de contenidos, objetivos y estrategias que se articulan en función de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran una integración. La secuenciación y especificación de las mismas se presentan en el Material Didáctico que acompaña a este Diseño Curricular.

El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta orientadora de la práctica docente y el recorrido a transitar por los participantes. En la práctica se podrán enriquecer con la participación de docentes y cursantes, en los contextos específicos en que se desarrollan los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Objetivos generales:

Al finalizar dicha capacitación, se espera que el alumno tenga la capacidad necesaria para:

- Conocer y utilizar las redes sociales para comercializar servicios y productos turísticos.
- Planificar una campaña en AdWords para comercializar servicios y productos turísticos.

3. Estructura curricular modular.

Unidad 1

Introducción a las redes sociales

Administrar las redes sociales, considerando sus características, exigencias operativas y técnicas y las características del producto/servicio.



- Comprender la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.
- Adquirir conceptos y destrezas del funcionamiento de las redes sociales.

Unidad 2

Introducción a los Blogs

Crear y administrar un blog, considerando sus características, exigencias operativas y técnicas y las características del producto/servicio.

- Comprender las ventajas y la necesidad de tener un blog.
- Adquirir herramientas para realizar y administrar un blog.

Unidad 3

Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

Utilizar los recursos y herramientas para posicionar el sitio web del producto/servicio.

- Comprender la importancia de posicionar nuestro sitio web en internet como ventaja competitiva.
- Adquirir conocimientos sobre las herramientas de posicionamiento en la web

Unidad 4

Como usar AdWords para publicar anuncios.

Utilizar los recursos y herramientas de los AdWords para publicar los anuncios.

- Conocer la interface de Google AdWords.
- Adquirir los conocimientos necesarios para crear una campaña en Google AdWords.

Unidad 5

Como armar plan de comunicación digital o social media

Utilizar los recursos y herramientas para realizar un plan de social media.



- Comprender la necesidad de realizar un plan de social media para el desarrollo del turismo

Adquirir herramientas para realizar un plan de social media.

4. **Carga horaria: 40 Horas.**

5. **Criterios de enseñanza.**

Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.

Se implementarán actividades individuales que permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Los conocimientos previos de los alumnos se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.

Cada uno de los módulos de esta capacitación serán organizados en MOMENTOS que pretendan sentar un equilibrio en los procesos de enseñanza y aprendizaje, evitando instaurar la monotonía expositiva, y favoreciendo una dinámica significativa, instalando modalidades que permitan el intercambio, la vivencia, la confrontación, la creación, el cuestionamiento, entre otros.

Es así como cada uno de éstos, tendrán:

- Una APERTURA (a partir de imágenes y videos) que favorezca el desarrollo temático posterior e instale en el público interrogantes y expectativas.
- Un DESARROLLO TEÓRICO en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filminas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.
- Un PLENARIO en el que se intercambian conceptos, ideas y experiencias que pudieran enriquecer el desarrollo temático del día y generen un aporte “extra” a quienes compartimos ese momento.



- La **ARTICULACIÓN** en el que se promueva la producción y/o práctica en relación al tópico en cuestión.
- La **CONCLUSIONES** y **CIERRE** recuperando situaciones del momento anterior y generando situaciones de evaluación y autoevaluación.

Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos, con el fin de prepararlo tanto para la adaptación y solución de imprevistos en la situación real de trabajo como para brindarle versatilidad ante las diferencias presentes en las distintas empresas del Sector.

6. Criterios de evaluación.

Esta instancia implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y momento del proceso de enseñanza y de aprendizaje en que se implementan:

El diagnóstico: al comenzar cada módulo o bloque, el docente deberá implementar la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.

El proceso: la participación y la producción durante las instancias presenciales permitirán realizar una evaluación continua que se reconsiderará en el momento de la evaluación final y permitirá realizar los ajustes necesarios durante el proceso.

Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

La evaluación final: la acreditación prevista será presencial, individual y escrita, a partir de un instrumento diseñado con el fin de recuperar los distintos desarrollos teóricos realizados y poner al alumno capacitado en situación de reflexionar y articular dichos conocimientos.

Los criterios de esta instancia que definirán la aprobación tendrán una relación directa con la participación (80% de asistencia) y la capacidad de incorporar los contenidos brindados a una producción creativa y pertinente hacia los lineamientos.



Por otro lado, se considerará el manejo de terminología técnica y específica y la claridad conceptual de lo presentado.

7. Requisitos para la implementación del diseño.

Infraestructura:

Aula con capacidad instalada para 15/20 personas y totalmente equipada con PC e internet y WIFI, de esta manera podrán participar alumnos con netbook o notebook.

Equipamiento de aula:

Sillas, pizarra y fibrones.

Material Didáctico (un ejemplar por alumno).

Afiches blancos y fibrones.

Proyector, PC.

Reproductor de CD, DVD, y TV.

Equipo de audio.

PC e internet y WIFI.

Perfil del equipo técnico - docente involucrado:

Los docentes deberán contar con experiencia en el desempeño del rol y deberán poseer conocimientos actualizados de los cambios que se producen constantemente en el sector turismo.

Preferentemente deberán tener experiencia en la tarea docente, pudiendo atender a los ritmos de aprendizaje individual de cada participante y la diversidad en el perfil de los mismos, en la planificación de las actividades de clase.

Se considera prioritario que el capacitador sea PROFESOR DE INFORMATICA o titulación similar, tenga amplios conocimientos de MARKETING 2.0, en lo posible sea Community Manager.

8. Bibliografía.



- Autores varios. (Año desconocido). “COMMUNITY MANAGER: GESTIÓN DE COMUNIDADES VIRTUALES”. Asociación Española de Responsables de Comunidad y profesionales social media.
- Autores varios (2010). “Tu primera campaña publicitaria con Google AdWords. Google Inc.
- Esteve Lladó. (Año desconocido). “Redes Peer-TO-Peer para la gestión de conocimiento en destinos Turísticos”. Palma de Mallorca (Baleares, España).

Módulo 1

Introducción a las redes sociales

1. Introducción.

En una época de grandes transformaciones como la que vivimos en la actualidad, tenemos el reto de ser anfibios, el reto de aprender a vivir en dos medios diferentes. El mundo digital, de las redes sociales y de los nuevos medios, por un lado, y el mundo analógico y de los medios masivos por otro. En este periodo de transición es importante mantener una actitud de síntesis, para saber conservar y recrear lo mejor del mundo en extinción, a la vez que se van digiriendo las novedades que nos rodean. Tarea compleja que nos obliga a estar especialmente atentos ahora y en el futuro próximo.

2. Objetivos.

1. Comprender la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.
2. Adquirir conceptos y destrezas del funcionamiento de las redes sociales.

3. Contenidos.

Bloque I: Introducción a las redes sociales.

Web 1.0 vs web 2.0. Redes sociales y Turismo, una combinación exitosa.

Bloque II: Importancia y uso de las Redes sociales. Facebook, Twitter, LinkedIn Google+, Youtube, Pinterest. Características de cada una de ellas, utilización más habitual para el sector turístico. Realización del perfil, búsqueda de grupos y/o círculos afines a la temática.



4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo.

El docente indagará sobre el uso que los alumnos le dan a las redes sociales.-

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación (infografías, prezi, videos, power point) y la oralidad del expositor.

Actividades propuestas

El docente propondrá que cada alumno formule su perfil en cada red social nombrada. Piense en un producto o servicio turístico a vender y en función a las características de cada una de ellas y su utilización más habitual para el sector turístico, proponga y difunda dicho producto o servicio.-

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas emergentes.

Actividades de cierre: compartiremos en forma oral los desafíos presentados en cada red social.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones acordes a la consigna propuesta.

Comprende la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.

Formula el perfil en las redes sociales propuestas y adquiere destrezas del funcionamiento de las redes sociales.

6. Bibliografía.

- Victor Manuel Marí Sáez (1990). "Comunicar para transformar, Transformar para comunicar". Editorial Popular. Madrid, España.



- Victor Manuel Marí Sáez (coordinador). (Año desconocido). “Aplicaciones (apps), redes sociales y comunicación móvil en el campo de la Publicidad y las Relaciones Públicas”. UNIVERSIDAD DE CÁDIZ, España.
- Esteve Lladó. (Año desconocido). “Redes Peer-TO-Peer para la gestión de conocimiento en destinos Turísticos”. Palma de Mallorca (Baleares, España).

Módulo 2

Introducción a los Blogs

1. Introducción.

Millones de personas alrededor del mundo leen los blogs todos los días.

Aquellos que tienen un blog tienen mucha divulgación; eso significa que puede tener un potencial de millones de lectores cada día.

¿Se imagina un millón de personas que estén mirando su nombre comercial cada día? Eso parece bastante increíble, ¿no le parece? Sin embargo, eso es exactamente lo que podría pasar si usted crea y mantiene un blog exitoso y de contenidos interesantes. Y eso realmente es bastante fácil para hacer.

2. Objetivos.

3. Comprender las ventajas y la necesidad de tener un blog.
4. Adquirir herramientas para realizar y administrar un blog.

3. Contenidos.

Bloque I: El blog.

¿Qué es un blog? ¿Cuáles son sus ventajas? Tipos de blogs.

Bloque II: Creación de un blog

A quién va dirigido. Título del blogs. Partes de un blog. Difusión de contenidos.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo.

El docente indagará sobre la participación de los alumnos en algún blog.

Actividades propuestas

Participar en un blog referido preferentemente al turismo.-



Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación (infografías, prezi, videos, power point) y la oralidad del expositor.

Actividades propuestas

El docente propondrá que cada alumno que cree un blog, cada alumno tendrá como consigna armar un blog diferente al del compañero.

Luego analizaremos las diferencias entre los mismos.

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas emergentes.

Actividades de cierre: El docente propondrá que cada alumno que cree un blog, de su producto o servicio turístico.-

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida, realiza producciones acordes a la consigna propuesta.

Elabora un blog, difunde contenidos y reconoce diferencias con otros blogs.

6. Bibliografía.

- Esteve Lladó. (Año desconocido). “Redes Peer-TO-Peer para la gestión de conocimiento en destinos Turísticos”. Palma de Mallorca (Baleares, España).
- Máximo Prudencio Conejo (Año desconocido). “Blogs. Usos didácticos”. E-book.

Módulo 3

Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

1. Introducción.

La Red es en nuestros días una realidad aplastante de la que nadie ya puede escaparse. 1.170 millones de personas a lo largo de todo el mundo, son asiduos usuarios de Internet. Internet es, hoy por hoy, el canal con más posibilidades y más futuro que permite a las empresas alcanzar de modo directo a sus clientes. Un canal radicalmente nuevo que exige de las organizaciones que lo usan de nuevas



habilidades. Con el ingente volumen de información en la Red, los buscadores se han convertido en la piedra angular y la puerta de acceso a la Web preferida por los internautas: en definitiva, en los grandes canalizadores del tráfico. Y la búsqueda en el modelo de navegación dominante. En la mayoría de las ocasiones, la actividad de los internautas parte de una búsqueda en su origen. Hasta tal punto que estar en Internet pasa de una u otra manera por estar presente y bien posicionado en los buscadores.

2. Objetivos.

- Comprender la importancia de posicionar nuestro sitio web en internet como ventaja competitiva.
- Adquirir conocimientos sobre las herramientas de posicionamiento en la web.

3. Contenidos.

Bloque I: Cómo funciona un buscador web?

Qué es un buscador. Cuáles son los principales buscadores de la red. Cómo funciona un buscador. Qué criterios usa un buscador para ordenar los resultados. Cuáles son los criterios de relevancia Extra-Site. Cuáles son los criterios de relevancia Intra-Site. Qué es el PageRank y cómo funciona.

Bloque II: Cómo optimizar un web para mejorar su posicionamiento en buscadores?.

En qué consiste la indexación de un buscador. Qué es un Sitemap y para qué sirve. Qué es el Spam en buscadores (SPAMDEXING). Qué son las palabras clave y para qué sirven. Cómo puedo conseguir ranking para mis palabras clave.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo en particular. Recuperamos el encuentro anterior en forma oral y libre.



Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación (infografías, prezi, videos, power point) y la oralidad del expositor.

Actividades propuestas

El docente propondrá una página web y explicará brevemente el objetivo de su creación y los alumnos realizarán un listado de palabras claves.

Sobre el mismo dominio los alumnos elaborarán el sitemap.

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas emergentes.

Actividades de cierre: Autoevaluación del propio desempeño detectando fortalezas y debilidades.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones acordes a la consigna propuesta.

Comprende la importancia de posicionar nuestro sitio web en internet como ventaja competitiva.

Es capaz de realizar en forma pertinente un listado de palabras claves y un sitemap de la web.

6. Bibliografía.

- Autores varios. (2009). GUÍA DE RECOMENDACIONES "SEO" DE POSICIONAMIENTO EN INTERNET. Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación – INTECO. España.
- Martínez Estremera, Juan Ignacio. (Año desconocido). Community Manager: "Gestión de comunidades virtuales". España.

Módulo 4

Como usar AdWords para publicar anuncios.

1. Introducción.



Como motor de búsqueda, Google reúne y organiza una gran cantidad de información de Internet, que pone a disposición de los usuarios de todo el mundo que realizan búsquedas en línea.

En el programa publicitario Google AdWords, los anunciantes pueden conseguir una presencia destacada entre los resultados de búsqueda de Google, así como en páginas web de su red de sitios asociados. También tendrá en todo momento control sobre la segmentación de sus campañas (geográfica y por idioma), el presupuesto que desea emplear, las palabras clave para las que desea que se publiquen sus anuncios y los textos de anuncios. Asimismo, una campaña podrá ampliarse a otro tipo de formatos y dispositivos (anuncios gráficos, de vídeo e interactivos y campañas en Google Maps o en móviles).

2. Objetivos.

- Conocer la interface de Google AdWords.
- Adquirir los conocimientos necesarios para crear una campaña en Google AdWords.

3. Contenidos.

Bloque I: Introducción a Google Adwords.

Concepto de Google Adwords. Beneficios de Google Adwords. Creación Cuenta Google Adwords. Configuración de una Cuenta de Google Adwords.

Bloque II: Optimización de Google AdWords.

Optimización de estructura. Optimización de las palabras clave. Optimización de Anuncios. Optimización Landing page. Optimización red de búsqueda y contenido

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del docente y los participantes, explicitando los objetivos del curso en general y del módulo en particular.

Exploración de las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus saberes previos acerca del rol y las expectativas con que llegan al curso.



Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación (infografías, prezi, videos, power point) y la oralidad del expositor.

Actividades propuestas

Creación de una cuenta de google.

Creación de una cuenta de google Adwords.

Configuración de una cuenta de google Adwords.

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas de creación y configuración de una cuenta.

Actividades de cierre: por medio de la oralidad el docente recupera situaciones del momento anterior.

5. Criterios de evaluación.

Al comenzar el módulo, el docente deberá implementar la detección de los saberes y experiencias previas de los participantes.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones acordes a la consigna propuesta.

Adquirió los conocimientos necesarios para crear una campaña en Google AdWords.

6. Bibliografía.

- Autores varios (2010). "Tu primera campaña publicitaria con Google AdWords. Google Inc.
- Juan Ignacio Martínez Estremera. (Año desconocido). Community Manager: "Gestión de comunidades virtuales". España.

Módulo 5

Como armar plan de comunicación digital o social media

1. Introducción.



Las relaciones a través de Internet han existido desde los inicios de Internet, pero no fue hasta finales del 2005 cuando se empezó a hablar de **Web 2.0**.

El término Web 2.0 fue acuñado por Tim O'Reilly en 2004 para referirse a una segunda generación en la historia de la Web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, etc. que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios.

Pero en este medio todo nace y muere con gran rapidez, y pronto se pasó de hablar de Web 2.0 a hablar de Social Media.

2. Objetivos.

6. Comprender la necesidad de realizar un plan de social media para el desarrollo del turismo.
7. Adquirir herramientas para realizar un plan de social media.

3. Contenidos.

Bloque I: Creación de un plan de social media.

Definición de conceptos. Definición de objetivos.

Bloque II: Puesta en marcha

Conocimiento de nuestro cliente. Saber cómo vamos a interactuar. Con que herramientas vamos a interactuar.

Bloque III: Resultados de un plan de social media

Instrumentos de medición.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo.

El docente indagará sobre los conceptos de comunicación y plan de comunicación, los anotará en el pizarrón a modo de lluvia de ideas.-

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación (infografías, prezi, videos, power point) y la oralidad del expositor.

Actividades propuestas

El docente propondrá que cada alumno que formule un plan de social media.

Una vez hecho el plan, utilizaremos cada red social nombrada, para comunicarlo.



Elegiremos uno o dos instrumentos de medición para ver sus alcances.

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas emergentes.

Actividades de cierre: compartiremos en forma oral los desafíos presentados. El docente propondrá que durante los días que hay hasta el próximo encuentro identifiquemos del plan, las fortalezas, debilidades y el alcance del mismo.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones acordes a la consigna propuesta.

Realiza en forma acorde y con desenvolvimiento un plan de social media.

6. Bibliografía.

- Juan Ignacio Martínez Estremera. (Año desconocido). Community Manager: “Gestión de comunidades virtuales”. España.
- Víctor Manuel Marí Sáez (1990). “Comunicar para transformar, Transformar para comunicar”. Editorial Popular. Madrid, España.

5. Material Didáctico:

Turismo, Hotelería y Gastronomía

Requisitos: ser jóvenes y/o adultos con conocimientos de computación y trabajo en el sector.

Índice

Presentación del Material Didáctico

Módulo I: Introducción a las redes sociales.

1. Objetivos.



2. Contenidos.

3. Actividades.

Bloque I: Introducción a las redes sociales.

Bloque II: Importancia y uso de las Redes sociales.

Módulo II: Introducción a blogs.

1. Objetivos.

2. Contenidos.

3. Actividades.

Bloque I: El blog.

Bloque II: Creación de un blog

Módulo III: Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

1. Objetivos.

2. Contenidos.

3. Actividades.

Bloque I: Cómo funciona un buscador web?

Bloque II: Criterios de ordenación de resultados en un buscador web.

Bloque III: Cómo optimizar un web para mejorar su posicionamiento en buscadores?

Módulo IV: Como usar AdWords para publicar anuncios.

1. Objetivos.

2. Contenidos.

3. Actividades.



Bloque I: Introducción a Google AdWords

Bloque II: Optimización de Google AdWords.

Módulo V: Como armar plan de comunicación digital o social media.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.

Bloque I: Creación de un plan de social media

Bloque II: Puesta en marcha

Bloque III: Resultados de un plan de social media

Presentación del Material Didáctico

Actualmente, las condiciones de ingreso y permanencia en el mundo del trabajo se encuentran en un proceso de cambio constante y, en consecuencia, las necesidades de formación y actualización de los trabajadores también.

Por este motivo, el presente texto tiene el propósito de brindar actividades que favorezcan el desarrollo de habilidades y conocimientos hoy en día necesarios para el desempeño del rol.

El material está desarrollado respetando la estructura modular del Diseño Curricular, por tanto consta de cinco módulos

Módulo I: Introducción a las redes sociales.

Módulo II: Introducción a blogs.

Módulo III: Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.



Módulo IV: Como usar AdWords para publicar anuncios.

Módulo V: Como armar plan de comunicación digital o social media.

Este material didáctico ofrece una serie de actividades destinadas a las/os estudiantes como apoyo para su formación profesional. Deberá articularse y complementarse con la propuesta del docente a cargo de cada curso. Se incluyen actividades individuales y grupales que pueden ser realizadas en el aula, el trabajo o el hogar.

Los módulos comienzan con una evaluación diagnóstica para indagar sobre las expectativas y conocimientos previos de los participantes.

Módulo 1

Introducción a las redes sociales

1. Objetivos.
 - Comprender la necesidad de utilizar las redes sociales para el desarrollo del turismo.
 - Adquirir conceptos y destrezas del funcionamiento de las redes sociales.
2. Contenidos.

Bloque I: Introducción a las redes sociales.

Web 1.0 vs web 2.0. Redes sociales y Turismo, una combinación exitosa.

Bloque II: Importancia y uso de las Redes sociales. Facebook, Twitter, LinkedIn



Google+, Youtube, Pinterest. Características de cada una de ellas, utilización más habitual para el sector turístico. Realización del perfil, búsqueda de grupos y/o círculos afines a la temática.

3. Actividades.

Evaluación diagnóstica

Conteste en forma individual y luego compartan con el resto del grupo:

1. ¿Cuál fue la motivación para inscribirse en este curso?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Tienen alguna experiencia en esta área? ¿Dónde? ¿Cuánto tiempo?

.....
.....
.....
.....

3 ¿Qué esperas aprender a lo largo de la cursada?

.....
.....
.....
.....
.....



.....

1. Nombren distintos TIPOS de empresas de turismo en los cuales podrían desempeñar el rol.

.....
.....
.....
.....

5. Expliquen la importancia de la TIC aplicadas al Turismo.

.....
.....
.....
.....

6. Escriba por lo menos un establecimiento o empresa que brinde servicios de turismo y que aplique las TIC al turismo. Porque cree usted que es importante para los turistas?

.....
.....
.....
.....

Recomendación para participantes del curso.

Por las características del curso es necesario que el participante pueda CREAR una cuenta de correo en Gmail, perteneciente al grupo google.



<http://mail.google.com>

Cuentas de Google es un sistema de acceso unificado que permite acceder a:

- productos gratuitos de Google, incluidos Gmail, Grupos de Google, Picasa , entre otros.
- AdWords y Google Wallet.

Si has utilizado alguno de estos productos con anterioridad, entonces ya dispones de una cuenta de Google. Para probar nuevos productos de Google, simplemente inicia sesión en tu cuenta de Google. El nombre de usuario de la cuenta será la dirección de correo electrónico que has especificado al crear la cuenta de Google. Si ya utilizas Gmail, inicia sesión con tu nombre de usuario de Gmail.

Con una cuenta de Gmail tendremos acceso a todos los servicios Google, como Google Docs (hojas de cálculo y procesador de texto), Google Reader (lector de feeds), Google Pages (creación de páginas web de manera simple), Google Code (para programadores), Google Maps (mapas satelitales on-line), Picasa Web (alojamiento de imágenes), Blogger (creación de blogs) y muchos más.

Se recomienda la lectura de:

http://www.totemguard.com/aulatotem/ebook/herramientas_Google_para_profesores_y_alumnos.pdf (última revisión 01/04/2014)

Bloque I: Introducción a las redes sociales.

1. Web 1.0 vs web 2.0. En función a las siguientes infografías realice un video, de no más de 10 minutos, en el mismo usted comparara la Web 1.0 de la web 2.0.



2. Realice un escrito de más de 30 renglones y no menos de 10 renglones donde justifique: “Redes sociales y Turismo, una combinación exitosa”.

.....

.....

.....

.....

.....

Bloque II: Importancia y uso de las Redes sociales.

Facebook, Twitter, LinkedIn

Google+, Youtube, Pinterest. Características de cada una de ellas, utilización más habitual para el sector turístico. Realización del perfil, búsqueda de grupos y/o círculos afines a la temática.

A continuación haremos una serie de actividades en dicho módulo que seguramente le llevarán más tiempo que el que pueda dedicarle en los encuentros propuestos.

1. Regístrese en las redes sociales nombradas, cree su perfil y/o canal en el caso de que así sea.-
2. Realice un cuadro comparativo entre las mismas, destacando las características y su uso más difundido, entre otros.
3. En un apartado agregue como opinión PERSONAL, Qué beneficios tiene cada una de las redes sociales para la actividad turística que usted realiza.-
4. En FACEBOOK forme parte de por lo menos 5 grupos relacionados a TURISMO y Clickeé 10 páginas de TURISMO en ME GUSTA
5. En TWITTER siga a por lo menos 50 personas o empresas dedicadas al turismo. Twittee 2 veces y re-twittee 2 veces más.-



6. En LinkedIn forme parte de por lo menos 5 grupos relacionados a TURISMO, busque un empleo relacionado al área.-
7. En Google+ agregue fotografías de un viaje, forme parte de por lo menos 2 grupos relacionados a TURISMO, forme un círculo con personas relacionadas al turismo.
8. En Youtube siga a por lo menos 2 canales relacionados a TURISMO, suba el video del punto 1.-
9. En Pinterest realice dos tableros: uno con imágenes propias, sobre cualquier temática y el otro con imágenes de otros usuarios, este último relacionado al turismo.

Módulo 2

Introducción a los Blogs

1. Objetivos.

- Comprender las ventajas y la necesidad de tener un blog.
- Adquirir herramientas para realizar un blog.

2. Contenidos.

Bloque I: El blog.

¿Qué es un blog? ¿Cuáles son sus ventajas? Tipos de blogs.

Bloque II: Creación de un blog

A quién va dirigido. Título del blogs. Partes de un blog. Difusión de contenidos.



3. Actividades.

Bloque I: El blog.

1. Responde a las siguientes preguntas:

¿Qué es un blog?, ¿Qué diferencia hay entre un blog y una web? y ¿Cuáles son sus ventajas?.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Tipos de blogs. Haga una lista con los diferentes TIPOS DE BLOG.

TIPOS DE BLOG.	Breve descripción



Bloque II: Creación de un blog

1. La propuesta de este punto es CREAR un BLOG.-

Con su cuenta en google podrá acceder a [BLOGGER.com](https://www.blogger.com), lugar donde creará su BLOG.

Los requisitos del BLOG son los siguientes:

- a) A quién va dirigido. Punto más que importante sea específico, de este punto dependen los siguientes.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

- b) Título del blogs. Qué características tiene que tener el mismo, escriba por lo menos 3 posibles títulos, en el BLOG solo escriba UNO.

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

c) Partes de un blog. Describa cada una de las partes de su BLOG. Qué contenidos se encuentran en ellas?.-

d) Difusión de contenidos. Cuáles serán las redes sociales adecuadas para difundir sus contenidos? Elíjalas y justifique su elección.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Módulo 3



Herramientas de posicionamiento de tu empresa en la web.

1. Objetivos.

- Comprender la importancia de posicionar nuestro sitio web en internet como ventaja competitiva.
- Adquirir conocimientos sobre las herramientas de posicionamiento en la web.

2. Contenidos.

Bloque I: Cómo funciona un buscador web?

Qué es un buscador. Cuáles son los principales buscadores de la red. Cómo funciona un buscador. Qué criterios usa un buscador para ordenar los resultados. Cuáles son los criterios de relevancia Extra-Site. Cuáles son los criterios de relevancia Intra-Site. Qué es el PageRank y cómo funciona.

Bloque II: Cómo optimizar un web para mejorar su posicionamiento en buscadores?.

En qué consiste la indexación de un buscador. Qué es un Sitemap y para qué sirve. Qué es el Spam en buscadores (SPAMDEXING). Qué son las palabras clave y para qué sirven. Cómo puedo conseguir ranking para mis palabras clave.

3. Actividades.

Bloque I: Cómo funciona un buscador web?

1. Qué es un buscador?. Realice una búsqueda en la web y realice un cuadro comparativo entre 3 conceptos encontrados. Luego, en otra búsqueda, "BUSQUE"



Cuáles son los principales buscadores de la red? Determinando cual es el más utilizado en el sistema operativo Windows y en el sistema operativo Linux.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Existen básicamente dos tipos de buscadores en Internet. Están los buscadores de Internet tipo directorio, y los que operan mediante robots o arañas. Los primeros, los buscadores en Internet tipo directorios, funcionan igual que cualquier directorio existente. Como por ejemplo, las páginas blancas o amarillas que pueden llegar a existir en los distintos países. Estos directorios clasifican y orden la información, según categorías preestablecidas.

Ahora, si hablamos de los buscadores en Internet que operan mediante robots, en estos tipos de sitios, las palabras claves, juegan un papel primordial. Ya que por medio de estas palabras, es que el buscador, busca las páginas o documentos que contienen estas palabras o títulos, y las ordenan según su preponderancia o relevancia, en comparación a la palabra clave.

2. Busque dos infografías, de cómo funciona un buscador? (abajo hay un ejemplo) y luego en forma escrita responda a la pregunta: Cómo funciona un buscador?.

.....

.....

.....

.....



.....
.....

Criterios de ordenación de resultados en un buscador web.

Cuando un usuario realiza una consulta en internet, los buscadores ordenan los resultados en función de su relevancia. La relevancia viene determinada por todos los factores que conforman el posicionamiento web, los propios buscadores no revelan cuales son los factores por cuestiones de propiedad intelectual y para evitar que puedan crearse mecanismos artificiales, pero gracias a la observación en el tiempo, lo que los motores de búsqueda han dicho y la experiencia de los grandes expertos, se puede conocer cuáles son los factores que influyen en el posicionamiento.

Se deben diferenciar 4 grandes grupos de factores:

Factores On page // Factores Off page // Factores con posible penalización o black hat // Bloqueos

3. Describa cada uno de ellos.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Criterios de relevancia Extra-Site y criterios de relevancia Intra-Site, una con flechas o números según corresponda.

Relevancia Extra-Site	El numero de enlaces externos que apuntan hacia mi página
	La antigüedad del dominio.
	La relevancia de las páginas en las que se encuentran mis enlaces
	Las palabras clave que aparecen en el nombre del dominio.
	Las palabras usadas en el enlace
	Las palabras clave que aparecen en el resto de la URL.
	Se penaliza el uso de programas que crean enlaces



		automáticos.
		Las palabras clave que aparecen en el título de la pagina.
		La utilización de secciones (h1,h2...). Los buscadores interpretan estas etiquetas como contenido relevante y descriptivo de la página.
		La frecuencia de aparición de las palabras clave en un texto (sin que sea excesivo)
Relevancia Intra-Site		No tener más de 100 enlaces internos por pagina en nuestra web.

5. Qué es el PageRank y cómo funciona.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bloque II: Cómo optimizar un web para mejorar su posicionamiento en buscadores?.



1. En qué consiste la indexación de un buscador?.

.....
.....
.....
.....

2. Qué es un Sitemap y para qué sirve?.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

3. **Spamdexing** es uno de los varios métodos de manipular la relevancia o prominencia de los recursos indexados por un motor de búsqueda, usualmente en una forma inconsistente con el propósito del sistema de indexado.



Investigue que es, y que tipos hay de SPAM DE ENLACES Y SPAM DE CONTENIDOS.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....

1. Qué son las palabras clave y para qué sirven. Cómo puedo conseguir ranking para mis palabras clave

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....

.....

.....

.....

Módulo 4

Bloque I: Introducción a Google Adwords.

Conteste en forma individual.

1.- Encierre en un círculo el “Concepto de Google Adwords”.-

- a) Es el servicio de publicidad de Google.

- b) Es el servicio de publicidad on line de Google, donde el anunciante solamente paga cuando un cliente haga click en el anuncio.

- c) Es el servicio de publicidad on line de Google, donde el anunciante solamente paga cuando un cliente haga click en el anuncio y tiene un costo mínimo.

2. Escriba por lo menos 5 (cinco) beneficios de Google Adwords para una empresa que brinde servicios de turismo.

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

3. Ingrese a <http://adwords.google.com/> y cree una Cuenta Google Adwords.

.....

.....

.....

.....

4. Configure una Cuenta de Google Adwords, **NO** envíe los datos de facturación para que sus anuncios **NO** puedan publicarse.

Solamente configure los siguientes items:

Configuración	Descripción
General	Aquí es donde debe ingresar el nombre de la campaña y elegir un tipo de campaña. Si bien AdWords ingresa un nombre de campaña predeterminado, debe elegir un nombre que describa con claridad el tema de la campaña, de modo que pueda encontrarla fácilmente en su cuenta. El nombre de la campaña no se les muestra a los clientes.
Tipo	El tipo de campaña determina la configuración que publicaremos cuando crea o edita la campaña. El tipo que elija permite adaptar la configuración de la campaña de modo que resulte apropiada para sus objetivos, excluyendo las funciones no relacionadas. Se recomienda que los anunciantes nuevos empiecen con un tipo de campaña de



	<p>la “Red de Búsqueda con selección de Display”, lo cual ofrece una amplia variedad de ubicaciones potenciales para los anuncios.</p>
Ubicaciones e idiomas	<p>Los anuncios de su campaña son aptos para mostrarse a los clientes que se encuentran en la ubicación que usted eligió o que están interesados en la configuración de ubicación que usted seleccionó y que, además, utilizan Google en el idioma que usted especificó. Le recomendamos que elija el idioma en el que les presta servicios a sus clientes.</p>
Redes y dispositivos	<p>Seleccione las Redes en las que desea que se publique su anuncio, por ejemplo, en las páginas de resultados de la búsqueda como Google (“Red de búsqueda”), en otros sitios que se asocian con Google para publicar los anuncios (“Red de Display”), o en ambos. Las campañas nuevas se orientan a todos los tipos de dispositivos de forma predeterminada, incluidos computadoras de escritorio, tablets y dispositivos móviles. Posteriormente, usted puede elegir personalizar los anuncios para diferentes dispositivos.</p>
Ofertas y presupuesto	<p>Elija configurar las ofertas para los clics en sus anuncios de forma manual o deje que AdWords se encargue de ello. Según el tipo de campaña, es posible que vea opciones de oferta adicionales de entre las que podrá elegir.</p> <p>Su estrategia de oferta controla la forma en la que usted paga para que los usuarios interactúen con sus anuncios. Su oferta predeterminada es el importe máximo que usted pagará por cada clic en los anuncios de un grupo de anuncios. Su presupuesto es el importe promedio que está</p>



dispuesto a invertir por día en su campaña. El presupuesto que elija depende exclusivamente de su decisión, y puede ajustarlo en cualquier momento.

Bloque II: Optimización de Google AdWords.

No por capricho es el primer paso. Lo más importante para que una cuenta sea funcional, óptima y manejable, es su arquitectura.

En una construcción serían las columnas, vigas y cimientos.

En las campañas de PPC es el cómo organizamos la información, cómo nombramos cada carpeta y sub-carpeta (campañas y grupos de anuncios), el cómo segmentamos, cómo separamos ciertos aspectos críticos del negocio online según la estrategia.

1. Optimización de estructura. En el siguiente punto usted deberá segmentar en campañas y grupos de anuncios.-
2. Optimización de las palabras clave. Qué son las palabras claves negativas? Formúlate estas preguntas: ¿nuestros grupos de anuncio contienen palabras clave altamente relevantes entre sí, o tenemos que esforzarnos para conseguir palabras en listados muy largos cuyos términos no son muy relevantes entre sí? ¿Las palabras clave negativas las utilizamos para incrementar la eficiencia de nuestra estructura? ¿Las utilizamos para ayudar a que los términos vayan al mejor grupo de anuncio?
Chequee las palabras claves relevantes. Añada palabras claves negativas, expanda a más términos.
3. Optimización Landing page.



Una vez el usuario se encuentre en la página de aterrizaje de Adwords **debemos captar su atención** librándolo de cualquier distracción y al mismo tiempo fomentar la confianza de la misma, para ello se recomienda:

- **Evitar llenar la página con contenido de texto extenso.** El mensaje debe ser relevante, claro y a la vez persuasivo.
- **Resaltar la oferta con elementos gráficos que la hagan más atractiva,** focalizándose en la llamada a la acción, de esta forma el usuario dirigirá la mirada al punto de conversión.
- **Destacar los beneficios de tu producto o servicio.** En la página de destino debemos incluir de forma clara los motivos por los cuales nuestro producto o servicio es diferente al de la competencia y principalmente qué beneficios puede aportar al usuario.
- **Añadir reseñas u opiniones de otros usuarios.** Los comentarios y opiniones realizados sobre nuestros productos o servicios refuerzan la credibilidad y confianza de nuestra página, sobre todo si estos son positivos.
- **Incluir información comercial y de contacto.** La información de contacto debe ser lo suficientemente visible como para que el usuario que aterriza en nuestra página le resulte fácil encontrarla.
- **Pedir sólo y exclusivamente los datos necesarios** si incluimos en la página de aterrizaje un formulario de registro.
- **Minimizar el tiempo de carga** para evitar la desesperación del usuario que ha hecho clic en el anuncio de Adwords y reduciendo el porcentaje de abandonos. Por otro lado, un tiempo de carga elevado afectaría de forma negativa al nivel de calidad.
- **Incluir un Call to action atractivo** buscando una respuesta positiva del usuario que ha aterrizado en nuestra página.

Elija 2 o 3 de los ítems propuestos y póngalos en práctica.-

Módulo 5



Como armar plan de comunicación digital o social media

1. Objetivos.

- Comprender la necesidad de realizar un plan de social media para el desarrollo del turismo.
- Adquirir herramientas para realizar un plan de social media.

2. Contenidos.

Bloque I: Creación de un plan de social media.

Definición de conceptos. Definición de objetivos.

Bloque II: Puesta en marcha

Conocimiento de nuestro cliente. Saber cómo vamos a interactuar. Con que herramientas vamos a interactuar.

Bloque III: Resultados de un plan de social media

Instrumentos de medición.

3. Actividades.

Bloque I: Creación de un plan de social media.

1. Defina que es un plan de social media. Identifique cual servicio será al que usted definirá un PLAN DE SOCIAL MEDIA.

.....
.....



.....

.....

.....

.....

2. Defina cuáles serán sus objetivos para dicho plan de social media.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....
.....
.....
.....
.....

Bloque II: Puesta en marcha

- 1. Identifique su cliente.

.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....
.....



2. Cómo interactuamos?.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Con que herramientas vamos a interactuar?.

Depende de los mensajes que vayamos a utilizar y depende de la plataforma.
Establecer objetivos por RED.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bloque III: Resultados de un plan de social media

1. Instrumentos de medición. Usted utilizará el instrumento basado en Resultados por Respuestas. Identifiquemos una manera de hacerlo.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



1) Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

ENCUESTA DE SATISFACCION

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerite
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumpal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: INFORMANTE TURISTICO

1. Diseño de Norma de Competencia:

UNIDAD DE COMPETENCIA	ELEMENTOS DE COMPETENCIA
A	
1. Introducción al turismo.	1.1: Conceptos generales. 1.2: Regiones turísticas de la provincia de Córdoba.
2. Comunicación	2.1: Aspectos generales, procesos y elementos de la comunicación. 2.2: Información y actividad turística.
3. Formación de la tarea de informante turístico.	3.1: Actitudes y aptitudes. 3.2: Atención al público. Protocolo.
4. Atención al turista.	4.1: Vocabulario técnico específico. 4.2: Comunicación y trato con el visitante turista. 4.3: Rol gubernamental en la actividad turística



2. Mapa Funcional:

3. Análisis Funcional:

ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.		
Título de la unidad de competencia 1: Introducción al turismo.		
Título del elemento de competencia 1.1: Conceptos generales.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Introducción a los conceptos generales de turismo.	Incorporar conocimientos básicos sobre turismo, su concepto y evolución histórica, actividad turística actual, oferta y demanda turística.	Aplicación de los conocimientos adquiridos en su rol desempeñado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico.	Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas. Conocimientos previos.	



Campo de aplicación			
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.			

ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.		
Título de la unidad de competencia 1: Introducción al turismo.		
Título del elemento de competencia 1.2: Regiones geográficas de la provincia de Córdoba.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Adquisición de conocimientos sobre los principales atractivos turísticos provinciales y sus valles.	Aplicación de los conocimientos adquiridos sobre las diferentes regiones de Córdoba y los valles que la componen.	Mapas con las diferentes regiones y sus correspondientes valles.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial	



<p>Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico. Conocimiento de los atractivos turísticos de la región.</p>	<p>Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas. Conocimiento de rutas y accesos. Conocimientos de centros de entretenimiento, alojamientos; destacamentos policiales y sanatorios.</p>
<p>Campo de aplicación</p>	
<p>Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.</p>	

<p>ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.</p>		
<p>Título de la unidad de competencia 2: Comunicación.</p>		
<p>Título del elemento de competencia 2.1: Aspectos generales, procesos y elementos de la comunicación.</p>		
<p>Criterio de desempeño</p>	<p>Evidencias de desempeño</p>	<p>Evidencias de producto</p>
<p>Comprender, interactuar y aplicar los conceptos adquiridos.</p>	<p>Brindar una información precisa y breve sobre lo solicitado por el turista.</p>	<p>Plano del lugar o referencia escrita.</p>



Evidencias de conocimiento	
Conocimiento fundamental	Conocimiento circunstancial
Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico.	Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas. Conocimientos previos.
Campo de aplicación	
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.	

ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.		
Título de la unidad de competencia 2: Comunicación.		
Título del elemento de competencia 2.2: Información y actividad turística.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto



Emplear con actitud ética la información que brinda la actividad turística.	Aplicar las diferentes herramientas informativas relacionadas con la actividad turística.	Folletería, páginas y sitios web, atención al público.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico.	Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas. Conocimientos previos.	
Campo de aplicación		
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.		

ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.

Título de la unidad de competencia 3: Formación de la tarea de informante turístico.

Título del elemento de competencia 3.1: Actitudes y aptitudes.



Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Brindar las herramientas necesarias para promover la calidad y la mejora en la función que desarrolla.	Implementar la formación necesaria para el correcto desempeño de su tarea.	Aplicación de los conocimientos adquiridos en su rol desempeñado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico. Voluntad y capacidad para desarrollar la actividad.	Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas.	
Campo de aplicación		
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.		

ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.



Título de la unidad de competencia 4: Atención al turista.

Título del elemento de competencia 4.1: Vocabulario técnico específico.

Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Utilizar y aplicar de manera correcta el vocabulario técnico de la actividad turística.	Saber comunicarse y tratar al turista de acuerdo a sus necesidades y requerimientos.	Aplicación de los conocimientos adquiridos en su rol desempeñado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Capacidad para establecer vínculos. Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico. Voluntad y capacidad para desarrollar la actividad.		Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas.
Campo de aplicación		
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.		



ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.		
Título de la unidad de competencia 4: Atención al turista.		
Título del elemento de competencia 4.2: Comunicación y trato con el turista.		
Criterio de desempeño	Evidencias de desempeño	Evidencias de producto
Saber comunicarse y tratar con los visitantes turistas.	Adquirir los conocimientos necesarios para poder entablar una comunicación y primar el buen trato al visitante turista que requiera de nuestra colaboración.	Aplicación de los conocimientos adquiridos en su rol desempeñado.
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
Habilidad para comunicarse, orientar e informar. Capacidad para establecer vínculos.		Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas.



<p>Expresión oral y escrita. Ortografía. Manejo de vocabulario técnico. Correcto desempeño en la actividad que desarrolla.</p>	
<p>Campo de aplicación</p>	
<p>Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.</p>	

<p>ROL OCUPACIONAL: Informante turístico.</p>		
<p>Título de la unidad de competencia 4: Atención al turista.</p>		
<p>Título del elemento de competencia 4.2: Comunicación y trato con el turista.</p>		
<p>Criterio de desempeño</p>	<p>Evidencias de desempeño</p>	<p>Evidencias de producto</p>
<p>Saber comunicarse y tratar con los visitantes turistas.</p>	<p>Adquirir los conocimientos necesarios para poder entablar una comunicación y primar el buen trato al</p>	<p>Aplicación de los conocimientos adquiridos en su rol desempeñado.</p>



	visitante turista que requiera de nuestra colaboración.	
Evidencias de conocimiento		
Conocimiento fundamental		Conocimiento circunstancial
<p>Habilidad para comunicarse, orientar e informar. Capacidad para establecer vínculos.</p> <p>Expresión oral y escrita.</p> <p>Ortografía.</p> <p>Manejo de vocabulario técnico.</p> <p>Correcto desempeño en la actividad que desarrolla.</p>		<p>Adaptarse a situaciones o contextos nuevos. Empleo de idiomas.</p>
Campo de aplicación		
Empresas y agencias de Viajes y Turismo. Puestos de información turística.		

4. Diseño Curricular:

1. Marco contextual.
2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.



4. Carga horaria.
5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.
8. Bibliografía.

1. Marco contextual

En el transcurso de la última década se ha desarrollado un proceso de crecimiento permanente del Sector Turismo a nivel nacional.

Pensar el DESTINO TURÍSTICO y cómo se comercializa a través de PAQUETES TURÍSTICOS, es la esencia de esta línea de formación. Ello implica, desde la óptica de la sostenibilidad, retos importantes para la gestión turística del patrimonio tanto natural como cultural, donde los propósitos son conservar el patrimonio natural y salvaguardar el patrimonio cultural. Es un deber del Informante Turístico promover, desarrollar y aplicar de manera adecuada las metodologías de interpretación del patrimonio CULTURAL Y NATURAL REGIONAL. De nutrir al informante turístico de todas las herramientas necesarias que le permitan llevar a cabo de manera eficaz la tarea de entregar información veraz y ética en cada encuentro con el visitante turista. La cantidad de cursos y de alumnos interesados en seguir una carrera vinculada al TURISMO continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias que permiten incorporar a la formación de los futuros trabajadores los saberes, habilidades, destrezas y competencias necesarias para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil en el que se destaca:

- Habilidad para comunicar, orientar e informar.
- Atención en destino.



- Conocimiento de rutas y accesos.
- Conocimiento y asesoramiento de atractivos turísticos de la provincia y las principales regiones y valles turísticos.
- Prestar un servicio inmediato.
- Ofrecer ayuda o servicios adicionales.

2. Marco pedagógico

El enfoque metodológico adoptado para realizar el presente diseño curricular es el de formación basada en competencias laborales; realizado a partir de la Norma de Competencia Laboral correspondiente al rol de Informante Turístico.

En este marco, se considera “capacidad” al conjunto de conocimientos teóricos, técnicos y de actitud que se ponen en juego simultánea e integradamente para realizar una función determinada.

El Diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de capacidades, contenidos, objetivos, estrategias y técnicas que se articulan en función de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran esta integración y se implementan según el momento de la enseñanza (inicio, desarrollo y cierre).

Las capacidades que los alumnos deben desarrollar durante su formación, surgen de las unidades y elementos de competencia presentes en la norma correspondiente y constituyen, con distinto nivel de complejidad, los objetivos modulares.

Los contenidos se extraen, entonces, de dichas capacidades, con el fin de que los participantes puedan comprender los por qué de las acciones para poder fundamentar su propia práctica.

La formación profesional planteada a través del enfoque de competencias, debe asegurar la enseñanza de contenidos actualizados, acordes a las necesidades actuales del sector.



El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta orientadora para la práctica docente y el recorrido a transitar por los participantes.

Objetivo general

Al finalizar el curso, se espera que el participante haya desarrollado las capacidades necesarias para planificar, organizar y desarrollar la tarea de informante turístico. Aplicar los conocimientos adquiridos y desarrollar actitudes éticas en la actividad de informar a los visitantes turistas.

3. Estructura curricular modular.

El siguiente esquema presenta las relaciones establecidas entre las funciones del rol laboral (unidades de competencia) y los módulos propuestos.

UNIDADES DE COMPETENCIA

1. Introducción al turismo.

MODULO I. Conceptos generales.

MODULO II. Regiones turísticas de la provincia de Córdoba.

2. Comunicación.

MODULO III. . Aspectos generales, procesos y elementos de la comunicación.

MODULO IV. Información y actividad turística.

3. Formación de la tarea de informante turístico.

MODULO V. Actitudes y aptitudes.



MODULO VI. Atención al público. Protocolo.

4. Atención al turista.

MODULO VII. Vocabulario técnico específico.

MODULO VIII. Atención al turista.

MODULO IX . Rol Área Gubernamental en la Actividad Turística

4. Carga horaria

MODULO	DENOMINACION	HORAS
I	Conceptos generales.	10
II	Provincia de Córdoba.	10
III	Aspectos generales, procesos y elementos de la comunicación.	10
IV	Información y actividad turística.	15
V	Actitudes y aptitudes.	10
VI	Atención al público. Protocolo.	10



VII	Vocabulario técnico específico.	5
VIII	Comunicación y trato con el visitante turista.	15
IX	Rol Área Gubernamental en la actividad turística	15
TOTAL 100		

5. Criterios de enseñanza

El sujeto de la formación profesional es toda aquella persona con o sin experiencia. Por lo tanto, es importante que los docentes sean conscientes de que los destinatarios de la formación poseen una historia de vida que les ha aportado experiencias laborales y personales.

Sobre este capital de saberes se situará el nuevo aprendizaje, que ha de ser significativo.

- Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.
- Se implementarán actividades individuales y grupales. Las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Las actividades



grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas.

- Todas las actividades propuestas contemplarán el necesario registro escrito de conceptos, a través de ejercicios destinados a tal fin en el Material Didáctico.
- Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos.
- Los conocimientos previos de los cursantes se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.
- El error debe ser considerado como instancia para el aprendizaje: como una verdadera señal. El docente podrá ajustar sus acciones en función de los errores producidos por los participantes. El cursante, al reflexionar sobre su error, podrá arbitrar medios para subsanarlo, con ayuda del docente y en forma responsable.
- Se promoverá que el participante sea consciente de su propio aprendizaje y que se desarrolle en forma autónoma, respetando su condición de adulto y apelando a su compromiso como persona.
- Se realizarán actividades que desarrollen en los destinatarios dos capacidades comunicativas fundamentales para el ejercicio del rol: expresión oral y escucha.

La secuencia didáctica modular estará organizada en:



Actividades de inicio, cuyo propósito es explorar los saberes previos, las expectativas e intereses de los cursantes; presentar de manera significativa el módulo y explicitar los objetivos y la metodología de trabajo para que los participantes sepan qué van a realizar, por qué se propone y cómo van a trabajar.

Actividades de desarrollo, las cuales profundizan las capacidades específicas a desarrollar y promueven la integración de las mismas, interrelacionando en forma equilibrada las actividades prácticas con las de reflexión, las ejemplificaciones, los debates, las explicaciones y las demostraciones, de modo de contribuir al logro de las capacidades requeridas.

Actividades de cierre, consisten en ejercicios de recuperación y síntesis de los contenidos trabajados.

Se sugieren actividades integradoras para la aplicación de todas las capacidades adquiridas durante la cursada del mismo.

Las actividades de cierre también pueden ser pequeños ejercicios integradores propuestos al final de cada clase, a modo de síntesis.

6. Criterios de evaluación.

La concepción pedagógica planteada implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y el momento del proceso de enseñanza-aprendizaje en que se implementan:

Evaluación diagnóstica: El objetivo principal es la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.

Evaluación de proceso: a lo largo del desarrollo de los módulos, el docente deberá evaluar el proceso de aprendizaje, con técnicas e instrumentos que dependerán de las características del grupo.

El docente debe tener en cuenta la importancia de registrar sus observaciones, para poder hacer un efectivo seguimiento individual y grupal. El objetivo de esta



evaluación continua es el de hacer los ajustes necesarios a la planificación previa del módulo y tener información sobre la evolución de cada alumno. Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

Evaluación de resultados o final: Los alumnos deberán aprobar una evaluación final o de resultados, cuyos criterios de evaluación serán las evidencias de desempeño y conocimiento pretendidas como logro de las capacidades desarrolladas, establecidas como objetivos modulares.

7. Requisitos para la implementación.

Infraestructura:

- Aula con capacidad para 25/30 personas.
- Espacio de simulación que cumpla con las características necesarias.

Equipamiento básico:

Equipamiento de aula:

- Sillas, pizarra y fibras.
- Material didáctico (un ejemplar por alumno).
- Diccionarios inglés - español.
- Diccionarios portugués - español
- Reproductor de CD, DVD, y TV.

Documentación técnico-administrativa:

- Planillas para reporte de tareas.



- Planillas para registro de solicitud y prestación de servicios.
- Libro para el registro de quejas, comentarios y sugerencias.
- Folletos de servicios turísticos y empresas del rubro.

Perfil del equipo técnico - docente involucrado:

Estas prácticas implican la utilización por parte de los participantes de documentación y manuales escritos de procedimientos y de pautas de trabajo,

8. Bibliografía.

5. Material Didáctico:

MANUAL PARA EL INFORMANTE: MATERIAL DIDACTICO

I. Introducción:

El turismo es una de las principales actividades económicas en el mundo, ya que genera un importante desarrollo económico, inversión, empleos directos e indirectos, y puede contribuir al crecimiento económico y al progreso social, pues favorece la realización de actividades que atienden la demanda de los turistas como el hospedaje, la alimentación, el transporte, la diversión, el conocimiento de tradiciones, atractivos naturales y culturales, entre otras. Además, atrae inversión local, nacional, extranjera e impulsa la infraestructura local mediante la construcción de urbanización y vías de comunicación aérea, terrestre o marítima, no en este caso en particular.

Los cambios que se han venido dando en los últimos años, en la concepción del turismo son evidentes. Segmentos emergentes de las sociedades urbanas demandan, de forma creciente, el derecho al uso y disfrute de su tiempo libre, en mayor contacto con la naturaleza, rodeados de un ambiente de tranquilidad y



reposo, características a las cuales nuestra provincia de Córdoba no es ajena. La vida sencilla de las áreas rurales atrae, cada día, a quienes desean visitar contextos sosegados para reponerse de la agitada vida de ciudades.

El área de turismo tiene, entre otras la finalidad de estimular el desarrollo de la actividad turística, como medio para contribuir al crecimiento económico y el desarrollo social, conservar el patrimonio natural y cultural, las formas de vida, costumbres e identidad de los pueblos y pobladores.

Generar Recursos Humanos altamente calificados, inserción y movilidad laboral, mejor argumento de venta para nuestras ya celebradas bellezas naturales y nuestra natural cordobesa predisposición al servicio es uno de los objetivos del presente curso de capacitación.

II. DESCRIPCION DEL MANUAL

El presente manual tiene como finalidad brindar información clara y precisa al INFORMANTE TURISTICO, brindándole herramientas adecuadas para la más completa y correcta entrega de la información solicitada por el visitante que arriba a nuestro destino.

Siendo el Informante Turístico en el desempeño de su actividad el actor más importante dentro de la actividad, ya que es quien tiene el rol de recibir, informar y asesorar y orientar al turista.

Busca desarrollar la importancia de atender con calidad al turista, elevar su capacidad de servicio, su idoneidad en áreas de actuación específica, y además, pueden incorporar formación complementaria.

III. MARCO TEORICO DEL INFORMANTE TURISTICO



El informante turístico debe ser la persona capaz de recibir, informar, asesorar y orientar al turista y otros clientes sobre distintos aspectos generales y turísticos, fundamentalmente del ámbito sociocultural, histórico y geográfico donde se desempeña y de la diversidad de oferta que propone el sector en la Región.

Un servicio de calidad alcanza su nivel de excelencia cuando supera las expectativas que trae la demanda del público, en el caso del sector turístico un ejemplo sería el recuerdo de lo percibido, de lo vivido, la experiencia vivida desde el momento en el que decide el lugar a donde quiere ir.

El enfoque se basa en el abordaje de estrategias que permitan al Informante Turístico interactuar en forma fluida con el visitante adecuando la oferta a las necesidades del mismo y a la oferta disponible en la localidad, área, región. Así mismo en este proceso de interacción el informante turístico deberá poner en juego la descripción de servicios al cliente tanto de la localidad y región en donde se encuentra inserto, las normas de protocolo y ceremonial, la secuenciación y control de tareas para prever necesidades posibles en relación a servicios de la localidad, área o región.

Para lograr optimizar la relación con el cliente es imprescindible la selección de la información a transmitir en cada ocasión y saber detectar los indicadores orales, visuales o gestuales que demuestren una actitud de conocimiento del servicio. Para ello debe contar con la capacidad permanente de escucha y atención, además del conocimiento profundo de cada servicio y de los alternativos como así también de los de las demás localidades vecinas, del área valle o región.

¿Qué significado le damos al término TURISMO?

Varias definiciones rondan las biografías, desde la terminología simple hasta complejos vocabularios que aportan en su conjunto la importancia necesaria que remite esta actividad hoy incorporada a la economía de cada país.



Según la OMT (Organización Mundial de la Salud), define al TURISMO como “las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual por un período de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros”.

Según Neir Leiper, “el TURISMO es atendido como un sistema abierto, compuesto por cinco elementos que interactúan en un amplio medio ambiente”

La calidad y la excelencia en la atención al turista, a través de la satisfacción o la superación de su deseo, es el desafío más importante en relación a la mediación de la calidad en el servicio, ya que como mencionamos con anterioridad, este servicio turístico que en suma con otros conforman **el destino** que el turista eligió, solo puede ser medido a través de la satisfacción que nos demuestra el turista en relación al uso de todos los servicios turísticos y el cumplimiento de sus deseos, sus expectativas en relación a su elección.

Sabemos que al momento de organizar o emprender un viaje tenemos varias decisiones que tomar, algunos ejemplos fundamentales de ello son el alojamiento, la alimentación, transportación del viajero, accesibilidad a la información de los turistas, el primer contacto con el visitante, asumir que esta tarea es **UN SERVICIO**.

La Calidad podría definirse como el resultado de las expectativas que trae el turista en relación a los servicios que contrató y lo que obtiene después de hacer uso de esos servicios, de allí, de esa ecuación se logra obtener la excelencia. Son de las expectativas del cliente que deben plantearse los objetivos principales al momento de reducir la diferencia entre lo esperado y lo percibido o logrado.

La expectativa es lo que el turista espera del servicio. La superación aun mayor.

Es importante destacar que el nivel de expectativa la calidad se logra cuando la demanda del turista ha sido satisfecha, recordando que en el caso de la actividad turística donde el producto es intangible el recuerdo que le queda sobre lo vivido y experimentado es lo que va a llevar el sello de satisfacción.



Recordemos que el turista es la persona más importante en todo el circuito económico turístico, si él la actividad no tendrá valor, es por ello que el INFORMANTE TURISTICO, en su rol de intercomunicador es la persona que deberá humanizar esa relación, a través de la transmisión de la información clara y concisa para lograr un óptimo en el entendimiento.

Dentro de este ámbito es importante valorizar no solo la satisfacción del cliente sino también el crecimiento de nuestro trabajo obtenido a través del perfeccionamiento y conocimientos adquiridos que logren el buen desempeño de la actividad del INFORMANTE TURISTICO.

Podríamos definir al INFORMANTE TURISTICO como la persona, que en acción de su actividad tiene como objetivo brindar respuesta a datos solicitados por el turista. Es importante en tal motivo conocer con exactitud los datos probables que podrían solicitar quienes visiten nuestro destino, por ello es de sima utilidad conocer en detalles la región, ya que la información que brindamos será el punto de partida de la relación con el turista, como así también el vocabulario que utilizemos para transmitir esta información.

La actividad turística en nuestra provincia no está exenta del boom que genera el turismo como actividad económica, es menester de las autoridades provinciales ofrecer toda la información pertinente de la región.

Desde el punto de vista turístico nuestra provincia, dentro de las 23 integrantes del país, ha desarrollado diferentes políticas turísticas con el fin de lograr ser una provincia de excelencia en la actividad turística.

Se presenta a continuación material de reconocimiento provincial con el fin de acercar al INFORMANTE TURISTICO la información relevante y pertinente en relación a la provincia.



En el podrán distinguir datos provinciales y demográficos, detalles de los principales iconos culturales de la provincia como así también una descripción de las regiones y valles que comprenden geográficamente la provincia.

CARACTERISTICAS BASICAS DE LA PROVINCIA DE CORDOBA COMO DESTINO TURISTICO

Fuente: Plan Estratégico de Turismo Sustentable de Cordoba – Agencia Cordoba Turismo –

Documento base primer etapa año 2005 – páginas 10 a la 16.

Reseña

Córdoba es una de las 23 provincias que componen la república Argentina. Situada en la Región Centro (Argentina), limita al norte con la provincia de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa Fe, al sureste con Buenos Aires, al sur con La Pampa, y al oeste con San Luis y La Rioja. Su capital es la ciudad homónima.

Con 165.321 km² de extensión, es la quinta provincia más extensa del país, ocupando el 5,94% de su superficie total. Según el censo nacional 2010 su población es de 3.308.876 habitantes, con lo cual es la segunda provincia más poblada de la República argentina. Casi el 40,18% de la población está aglomerada en la Capital Provincial, con 1.329.604 de habitantes convirtiéndola en la segunda aglomeración urbana del País después del Gran Buenas Aires.

Orígenes

Tierra de Comechingones y leyendas, de fogones ancestrales y conocimiento aborígen. Las sierras de Córdoba fueron la cuna y el hogar de pequeños pueblos con estructura independiente, regidos por caciques portadores de la cultura y la sabiduría originaria. El valle de Punilla, Calamuchita, las Sierras del Sur, el actual



departamento Ischilín y el Valle del Suquía o Río Primero, servían de contexto para la caza, la recolección, la agricultura y la ganadería. En este marco de cerros milenarios y lugares mitológicos, la cultura aborígen manifestaba sus creencias por medio del don de la palabra y el arte. Aleros en Cerro Colorado y otros rincones de la región, fueron el soporte de pictografías que dan muestra de la manera en que nuestros pueblos originarios concebían el mundo.

La llegada de la colonización española a tierras cordobesas, encontró a sujetos de barba abundante y figura delgada y alta. Habitaban chozas semisubterráneas, construidas sobre pozos al ras del suelo, y hablaban una lengua diferente a la de la mayoría de los pueblos aborígenes del norte. El Sanavirón y sus respectivos dialectos era el lenguaje local, a diferencia del Quechua, tan expandido en el resto del territorio argentino y sudamericano.

La ocupación del centro de suelo argentino fue iniciada por Francisco de Aguirre hacia el 1556, 64 años después de la llegada de Cristóbal Colón a tierras americanas. En 1573, el capitán Lorenzo Suarez de Figueroa, deja a Jerónimo Luis de Cabrera el testimonio de su expedición por Córdoba, como así también una descripción de sus pueblos originarios. El propósito de los conquistadores del Alto Perú era encontrar una ruta de acceso hacia el Río de la Plata. Fue esto lo que determinó la decisión de erigir la ciudad de Córdoba de la Nueva Andalucía, fundada a orillas del río Suquía el 6 de julio de 1573 por Don Jerónimo Luis.

Luego de su fundación, Córdoba integró la Gobernación del Tucumán con dependencia política hacia el Virreinato del Perú y a partir de 1776, formó parte del Virreinato del Río de la Plata. Fue el 5 de agosto de 1783, cuando mediada por la necesidad de dividir el Virreinato, la ciudad de Córdoba se declara capital de la intendencia y su primer Gobernador Intendente fue el Marqués de Sobremonte.

Con la conquista material de los colonos, vino la evangelización, la conquista de la fe. Los encargados de esta empresa fueron los Franciscanos. Llegaron más tarde los Jesuitas, que empeñados en tareas de educación y difusión del conocimiento,



construyeron estancias en las afueras de la ciudad, el templo principal de La Compañía de Jesús, en el centro de la misma, así como fundaron la Universidad más antigua del territorio nacional en 1613. Los edificios desde donde se estableció un sistema cultural, religioso, educativo y político que rigió la vida en el territorio cordobés por cientos de años y cementó así sus bases.

Entre 1599, año de arribo de la orden, y 1767, año de su expulsión, la provincia fue testigo de su labor cultural, económica y constructiva. Tanto el "Camino de las Estancias", como la "Manzana Jesuítica", debido a su importancia histórica y cultural, fueron declaradas por la UNESCO en el año 2000 Patrimonio de la Humanidad.

Los pueblos originarios, que habían sufrido la embestida de los conquistadores, fueron paulatinamente evangelizados. La desaparición de sus pautas culturales y su idioma, produjo la extinción de la mayoría de los Comechingones, cuyos sobrevivientes se fueron perdiendo en el mestizaje a través de los años.

Economía

La economía provincial es diversificada, con una gran variedad de producción de bienes tanto primarios como industriales y servicios. Esta diversificación económica reduce el impacto sobre la Provincia de la volatilidad de los precios internacionales de los commodities y le permite contar con un entramado industrial generador de empleo y promotor de avances tecnológicos menos dependiente de las fluctuaciones de los precios de los bienes primarios.

La Provincia es un importante productor de:

- **Bienes primarios**, con un fuerte sector agrícola orientado a la producción de soja, maíz, trigo y maní;



- **Manufacturas de origen agrícola**, con un sector agroindustrial dedicado a la producción de derivados de la soja, productos lácteos y golosinas;
- **Manufacturas de origen industrial**, con un sector que se caracteriza por su producción de automóviles, y auto-partes, sistemas de transmisión, maquinaria agrícola especializada e insumos para la construcción, tales como el cemento. En particular, la producción de automóviles incluye no sólo las grandes empresas automotrices tales como Renault Argentina S.A., Volkswagen Argentina S.A., Fiat Auto Argentina S.A. e Iveco Argentina S.A., sino también numerosas pequeñas y medianas empresas proveedoras de insumos y servicios. La interacción de estas empresas con las grandes automotrices ha impulsado la transferencia de tecnología y el aumento de la capacidad de producción. La Provincia se ha consolidado como polo mundial productor y proveedor de unidades de transmisión a países de América Latina, Europa y Asia, inclusive China.

En cuanto a los servicios, éstos incluyen diversas empresas e instituciones que operan en la Provincia, incluyendo importantes comerciantes minoristas, numerosas universidades públicas y privadas, prestadores de servicios de salud y un emergente cluster tecnológico dedicado a la investigación y desarrollo dentro del sector de tecnología informática. El turismo local e internacional tiene un rol preponderante en cumpliendo de esta manera una función importante en la actividad económica de la Provincia.

Al igual que las tendencias registradas a nivel nacional, la economía de la Provincia ha crecido en forma sostenida desde 2003. Más específicamente, el PBI real de la Provincia registró un aumento del 3,0% en el año 2004, 11,8% en el año 2005, 4,7% en el año 2006, 8,2 % en el año 2007 y 5,8% en el año 2008. Este nivel de crecimiento se debió al desarrollo de los principales sectores económicos de la Provincia. Entre los años 2004 y 2008 el segmento manufacturero registró una tasa de crecimiento anual promedio del 7,4%, el sector agrícola creció en un promedio



anual del 13,4% y el comercio mayorista y minorista registraron un incremento promedio de 6,4 % anual.

Principales Sectores Económicos

Los principales sectores productivos de la Provincia son los siguientes: industria manufacturera, que en el año 2008 representaba el 15,3% del PBI real total de la Provincia; comercio mayorista y minorista, que en el año 2008 representaba el 13,6% del PBI real total de la Provincia; construcción, que en el año 2008 representaba el 13,6% del PBI real total de la Provincia; agricultura, ganadería y pesca, que en el año 2008 representaba el 12,5% del PBI real total de la Provincia, construcción, que en el año 2008 representaba el 5,2% del PBI real total de la Provincia y actividades inmobiliarias y empresariales, que en el año 2008 representaba el 21,2% del PBI real total de la Provincia.

Clima

Pese a su latitud, el clima de la ciudad de Córdoba, como el de la mayor parte de la provincia, es templado moderado con las cuatro estaciones bien definidas. En términos generales el clima es pampeano, de inviernos no muy fríos y poco lluviosos. Los veranos son húmedos, con días calurosos y noches frescas.

Los vientos del este y del oeste son raros, de corta duración y poca intensidad. En primavera soplan con fuerza creciente principalmente del norte y el noreste a medida que un centro de depresión ciclónica se define en el frente polar. En el verano pueden producirse tormentas eléctricas y ocasionalmente caída de granizo.

Factores para que la temperatura sea en promedio más fresca que en otros sitios del planeta a latitudes semejantes son: la altitud y, sobre todo, el ubicarse la provincia



en la diagonal eólica de los vientos pamperos, vientos fríos que soplan desde el cuadrante sudoeste, originados en la Antártida.

Por otra parte, dada la mediterraneidad, las variaciones o amplitudes térmicas son mayores que en la costa atlántica, siendo además menor la precipitación anual, de alrededor de 800 mm/año. Su temperatura media anual ponderada en todo el siglo XX fue de 18 °C. En enero, mes más cálido del verano austral, la máxima media es de 31 °C y la mínima de 17 °C. En julio, mes más frío, las temperaturas medias son de 19 °C de máxima y 4 °C de mínima. Aún en invierno son frecuentes días algo cálidos, debido a la influencia del viento Zonda.

Las nevadas son poco frecuentes y dependiendo las regiones pueden producirse durante el invierno frecuentemente en las Altas Cumbres y ocasionalmente en algunas áreas más pobladas.

FAQ'S / Preguntas Frecuentes

¿Cuántos habitantes tiene la Provincia de Córdoba?

Según el último censo provincial del año 2010, la población de toda la provincia fue de 3.329.604 habitantes.

¿Cuál es la capital de la Provincia de Córdoba?

La capital provincial es la ciudad de Córdoba.

¿Con qué provincias limita la Provincia de Córdoba?

Situada en la Región Centro de la Republica Argentina, la Provincia de Córdoba limita al norte con la provincia de Catamarca y Santiago del Estero, al este con Santa



Fe, al sureste con Buenos Aires, al sur con La Pampa, y al oeste con San Luis y La Rioja.

¿Cuál es la mejor época del año para viajar a la Provincia de Córdoba?

Las sierras, el clima y los paisajes son las principales fuentes de belleza de esta provincia, por lo que durante todo el año es posible viajar, recorrer y disfrutar de la geografía cordobesa. Durante los 12 meses del año se pueden encontrar numerosos atractivos y actividades para realizar en todo Córdoba.

Las distintas regiones con sus matices y la diversidad de productos turísticos que ofrece esta provincia, hacen de Córdoba un lugar ideal para visitar durante todo año. Disfrutar el verano, el otoño, el invierno y la primavera es una excelente oportunidad de conocer todas las maravillas y bellezas naturales que abundan en esta provincia mediterránea.

¿Cómo puedo conocer la oferta de hoteles y alojamientos de la Provincia de Córdoba?

La provincia de Córdoba cuenta con más de 2000 alojamientos registrados y habilitados para recibir visitas, por lo que es la 2° provincia en el país con mayor cantidad de plazas disponibles para el turismo.

La oferta en alojamientos es muy variada y completa por lo que el turista puede estar seguro que encontrará la opción que más se adapte a sus necesidades. Para conocer y buscar alojamientos en toda la Provincia de Córdoba, lo invitamos a que ingrese aquí: <http://www.hotelesdecordoba.info/>

¿La ciudad de Córdoba tiene aeropuerto internacional?

El Aeropuerto Internacional Ing. Aeronáutico Ambrosio Taravella (también conocido como Aeropuerto Pajas Blancas) se encuentra ubicado en la ciudad de Córdoba y



está ubicado a 10 km aproximadamente del centro de la ciudad, por lo cual los accesos son relativamente rápidos y prácticos.

Este moderno aeropuerto internacional cuenta con todos los servicios que los visitantes más exigentes pueden requerir. Transporte hacia la ciudad y regiones cercanas, servicios de alquiler de vehículos, cambios de divisas, cajeros automáticos, sectores vip, teléfonos públicos, internet, wi-fi, guarda equipajes, médico, farmacia, gastronomía, compras, comodidades para minusválidos, estacionamientos y reservas de hoteles on line son algunas de las posibilidades que ofrece este moderno aeropuerto internacional.

Para consultar la conectividad nacional e internacional de Córdoba ingrese aquí. (LINK a TRANSPORTE ÁEREO)

¿Se aceptan pagos con tarjeta de crédito?

La mayoría de los negocios y establecimientos turísticos y comerciales de la Provincia de Córdoba, aceptan medios de pago a través de tarjetas de crédito y débito. Sin embargo existen lugares rurales o aislados en los que se aconseja llevar dinero en efectivo ya que algunos comercios no cuentan con la posibilidad de realizar transacciones comerciales con tarjetas de crédito o débito.

¿Cómo es el clima de la Provincia de Córdoba?

Córdoba siempre ha sido unos de los destinos privilegiados de Argentina para los turistas y más allá de las incontables bellezas naturales que tiene esta provincia, el clima ha sido un factor clave en la elección de los visitantes.

Las cuatro estaciones del año, se pueden ver bien marcadas y eso hace que la geografía y los paisajes de esta provincia muestren distintos encantos con el correr de los meses. En general el clima de Córdoba es templado y varía de acuerdo a la altitud y a la región del territorio, pero siempre dentro de una amplitud moderada.

Si bien la provincia es amplia y diversa en cuanto a extensión a recursos naturales, se puede decir que las temperaturas suelen promediar entre los 10°C. y los 30°C. de



acuerdo al área y las estaciones del año, siendo el mes de enero una época donde las temperaturas por lo general superan ampliamente la máxima del promedio y en el mes de julio se pueden experimentar temperaturas bastante por debajo del mínimo promedio.

¿Cuál es el código de acceso telefónico?

Desde el exterior: 54 + 351 + N° Telefónico

Desde el interior del país: 0351 + N° Telefónico

Información Telefónica dentro del país: 110

Hora oficial: 113

Operadora Internacional: 000

Operadora Nacional: 19

¿Cuáles son los teléfonos para emergencias?

Bomberos: 100

Policía 101

Defensa Civil: 103

Toxicología: 104

Emergencia Ambiental: 105

Accidentes Vía Pública: 107

Protección ciudadana: 108/4636823/4285835

Emergencias por Incendios: 0800-888-38346

Policía: Central de Policía ciudad de Córdoba: 428-7000

Denuncias sobre vehículos robados, tenencia, consumo y tráfico de estupefacientes e ilícitos de competencia federal: 0800-888-8804



PRODUCTOS TURISTICOS DE CORDOBA

Cordoba Natural y Activa

- Ecoturismo
- Golf
- Observación de aves
- Pesca deportiva
- Sierras, Agua y Sol
- Turismo Activo
- Turismo Minero

Cordoba Autentica

- Camino Real
- Cordoba Norteña
- Fiestas Nacionales y Festivales Populares
- Turismo Cultural
- Turismo Idiomático y Académico
- Turismo Rural
- Turismo Salud
- Turismo Urbano

Cordoba Gourmet

- Caminos del Vino
- Sabores de Cordoba

Cordoba Reuniones

- Turismo de Reuniones



Pequeña descripción de los Productos Turísticos

Ecoturismo

Córdoba cuenta con áreas protegidas y ambientes naturales que permiten disfrutar de la vida en contacto con la Naturaleza, viviendo experiencias únicas dentro de los principios que garantizan su conservación. Por sendas solitarias, caminando, en bicicleta o de a caballo, escuchando el canto de los pájaros, observando la fauna autóctona o reconociendo alguna flor, capturando paisajes en una fotografía o ascendiendo algún cerro, vivirá innumerables sensaciones en el marco del contacto directo con la Naturaleza.

Córdoba ofrece la posibilidad de conocer y recorrer áreas protegidas en sierras, llanos y llanuras. Ud. podrá disfrutar de sitios de fisonomías serrana agreste en las Sierras Grandes, con vegetación frondosa en quebradas y pastizales de altura como en el Parque Nacional Quebrada del Condorito, o de paisajes fuertemente contrastados como en el área de las Salinas Grandes en el noroeste provincial, o de lagunas y mar en la llanura como en Mar Chiquita y los bañados del sudeste provincial.

En el norte provincial, el área protegida del Cerro Colorado le ofrece la doble posibilidad de conocer su especial geología y vegetación asociadas con los testimonios pictográficos de las culturas originarias prehispánicas. En las Sierras Chicas y en Traslasierras se impone la fuerza de paisajes diversos y la presencia de una vegetación y avifauna variadas.

En todos estos ambientes naturales se pueden realizar visitas de interpretación, safaris fotográficos, caminatas, observación de flora y fauna, recorridos paisajísticos y actividades educativas vinculadas con el goce de la Naturaleza, con el acompañamiento de prestadores especializados habilitados por la Agencia Córdoba Turismo.



Golf

Los paisajes y el clima de Córdoba invitan a disfrutar ambientes urbanos y serranos de calidad en los cuales la práctica del golf se convierte en una experiencia diferente y de alto nivel.

Córdoba ofrece la posibilidad de disfrutar un ambiente urbano de calidad y recorrer desde aquí las canchas de Golf de primer nivel, en su gran mayoría a sólo minutos del centro de la ciudad

y en otros casos a no más de 200 km pero en un entorno particularmente encantador. Los amantes del Golf, encontrarán en Córdoba una propuesta ideal, variada y de buen nivel. Cuenta con más de 30 canchas en excelente estado, que ofrecen una adecuada infraestructura y servicios de alta calidad. Las inclinaciones naturales del terreno, propias de la geografía cordobesa, dotan a los campos de interesantes ondulaciones, que se traducen en desafíos para los jugadores.

Córdoba brinda una propuesta turística vinculada al golf, que va mucho más allá del deporte. Esta oferta incluye, además de la práctica de la actividad, conocer la belleza histórica y natural de la provincia, que ha sido cuna de grandes golfistas destacados en el mundo. Cada uno de ellos con sus desafíos, con servicios de alta calidad y todas las comodidades necesarias. Con el marco inigualable de las sierras cordobesas y los desniveles naturales que las convierten en las más interesantes.

Una propuesta que va mucho más allá que el deporte. Es conocer la belleza natural e histórica de Córdoba, cuna de grandes golfistas que se destacan en el mundo, como Eduardo Romero y Ángel Cabrera. “Golf en Córdoba” es una propuesta muy accesible que ningún amante de este deporte se puede perder.

Más información:

FEDERACIÓN DE GOLF DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA

www.fedegolfcba.com.ar

info@fedegolfcba.com.ar



Observación de Aves

En Córdoba es posible la observación de aves de distintos linajes a lo largo de todo el año, siendo particularmente importantes aquellas especies que están en peligro de extinción y las especies endémicas.

La provincia posee variados ambientes y condiciones climáticas que permiten el desarrollo de distintos tipos de vegetación, situación que determina la gran diversidad de avifauna que presenta la región.

Nuestra provincia recibe la afluencia de aves desde países de Norte, Centro y Sudamérica, además de diferentes regiones fitogeográficas de nuestro país, tales como la Patagónica, la Andina, del Monte y la Pampeana.

Las distintas áreas naturales provinciales son los espacios mejor conservados y, por eso, los más apropiados para realizar actividades de observación o “birdwatching”, y han sido designados como Áreas de Importancia para la conservación de Aves (AICAs) por Aves Argentinas-BirdLife International.

Uno de los sitios de gran interés científico y turístico es, sin dudas, la Pampa de Achala, que incluye el Parque Nacional Quebrada del Condorito, considerada como una isla biogeográfica en la que existen especies únicas. Allí se encuentra una población estable de la especie emblemática de América del Sur, reconocida como el ave voladora más grande del mundo: el Cóndor andino. Pero también, entre pastizales y bosquecillos de altura, conviven aves endémicas como el “Canastero pálido”, el “Canastero serrano, el “Gaucho cola blanca” y la “Remolinera oscura” entre otras.

En las Salinas Grandes se encuentra la “Monjita salinera”, especie exclusiva (endémica) de ese ambiente. En la Reserva Forestal Natural Chancaní habitan la “Lechuza bataraza” y el “Aguila coronada”, especies cada vez más escasas en Argentina.

Por su parte, en la Reserva de Usos Múltiples Bañados del Río Dulce y Laguna Mar Chiquita se encuentran las tres especies de flamencos de Argentina: el “Flamenco austral”, el “Parina grande” y el “Flamenco de James”. Además, se pueden observar varias especies de chorlos y playeros que nidifican en el norte de América, como el “Falaropo tricolor” y el “Playero canela”.



Esta actividad puede realizarse con el acompañamiento de guías especializados, asegurando la conservación de los ambientes y de los hábitats que posibilitan la presencia de las aves.

Pesca Deportiva

Pescar en Córdoba es un verdadero desafío para los amantes de la actividad. La diversidad de paisajes y ambientes acuáticos posibilita la pesca de salmónidos en áreas con devolución y la pesca de pejerreyes en los diversos lagos de la provincia.

Los ríos y arroyos cordobeses, ubicados a alturas que oscilan entre los 1000 y 2000 metros sobre el nivel del mar y que corren entre las laderas de las montañas, se caracterizan por su agua de excelente calidad, bien oxigenada y muy fría y son ideales para la pesca con mosca. Por ello, se han constituido áreas de pesca de salmónidos, con modalidad de pesca con devolución obligatoria

Para conocer las épocas de pesca permitidas y los períodos de veda así como también cupos y tamaños máximos de ejemplares sacrificados por pescador, con consultar en la web de Secretaría de Ambiente de la Provincia de Córdoba en este link: http://www.secretariadeambiente.cba.gov.ar//Calendario_pesca.htm

El atractivo básico de la Provincia de Córdoba está directamente vinculado con sus paisajes de sierras y valles y su clima agradable, lo que la convirtió, desde fines del siglo XIX, en el primer destino turístico del interior del país

Los ríos y arroyos serranos, con su gran variedad de playas de arena, junto con los numerosos lagos artificiales existentes en los valles y el gran espejo de agua salada de la Mar Chiquita, constituyen la oferta básica de Córdoba para disfrutar el sol en contacto con la naturaleza. Además, los lagos permiten la práctica de diversas actividades y deportes náuticos, asociando el estar del día con la recreación al aire libre.

La ciudad de Villa Carlos Paz es el gran centro turístico serrano de Córdoba. Ubicada a orillas del Lago San Roque, dispone de múltiples balnearios y actividades acuáticas, una hotelería de gran variedad y calidad, excelentes propuestas gastronómicas y una actividad teatral destacada que la ha convertido en la “Capital del Verano” en el centro del país.



En los diferentes valles serranos existen centros turísticos destacados por su variedad de ofertas en materia de hotelería, gastronomía y recreación: Villa General Belgrano, Santa Rosa, Embalse y La Cumbrecita en el Valle de Calamuchita. Mina Clavero es el gran centro turístico de Traslasierras. La Falda, La Cumbre y Capilla del Monte se destacan en el Valle de Punilla. Río Ceballos es el nudo turístico de Sierra Chica.

En la mayoría de las localidades turísticas de la provincia es posible encontrar balnearios y sectores de playas organizados y provistos de servicios complementarios. Todo ello en un marco de naturaleza y paisajes diferentes, asociado con la presencia de localidades provistas de variados niveles de equipamiento y servicios para el alojamiento y la recreación.

Turismo Activo

El Turismo Activo se ha constituido en una nueva forma de disfrutar del tiempo libre. Lejos de los centros urbanos, el contacto con la naturaleza, la paz del paisaje y lo agreste del terreno hacen que el hombre se ubique en otra perspectiva para comprender el mundo que lo rodea y también para redescubrirse a sí mismo.

Las sierras cordobesas, son el escenario ideal para la aventura, compartiendo el paisaje que emociona y desafía y experimentando las vivencias que laten en ellas. Las serranías, surcadas por innumerables senderos que en distintas direcciones construyeron desde los primitivos moradores hasta el hombre moderno y los animales que las habitan, son una tentadora alternativa para quien quiera vivir una experiencia diferente.

En la provincia mediterránea es posible sentir la naturaleza en toda su plenitud. Caminos escondidos que descubren paisajes sorprendentes, el agua fresca de las cascadas, el aroma inconfundible de las hierbas serranas, el canto de los pájaros y el golpe del viento en la cara, es la manifestación de la vida silvestre que fluye a cada instante. Vivir de estas experiencias constituye una excelente forma de disfrutar del tiempo libre y de conocer Córdoba, respetando los ecosistemas mediante una actitud de compromiso con el entorno, para que no sólo podamos hoy disfrutar aprendiendo, sino también para que quienes vengan en un futuro puedan encontrar todo en su hábitat natural. Las distintas agencias que organizan este tipo de



expediciones cuentan con guías competentes, conocedores de las montañas y de las mejores formas de disfrutarlas.

En cada uno de los Valles de la provincia de Córdoba se ofrecen diversas modalidades y actividades de turismo activo. Las opciones son múltiples, ya que Córdoba dispone un tercio de su superficie para el desarrollo de estas disciplinas.

Es importante que tenga en cuenta que para realizar actividades de turismo aventura es necesario contratar un guía habilitado en el registro provincial de prestadores de Turismo Alternativo según ley 8801/99, según las diferentes actividades y modalidades. Se resalta la importancia de contratar un guía en las excursiones de trekking, como la del Cerro Champaquí, el más alto de la provincia, por su grado de dificultad y cambiantes condiciones climáticas.

Antes de ascender a los Cerros Champaquí y Uritorco deberá llenar la siguiente declaración jurada según corresponda.

IMPORTANTE

Declaración Jurada Registro de Visitantes en Zonas de Riesgo

CERRO CHAMPAQUÍ

CERRO URITORCO

Turismo Minero

El Turismo Minero ofrece atractivos de interés geológico, histórico-cultural. Hoy, para aquellos que visitan Córdoba y tienen espíritu explorador, esta modalidad incipiente despierta e invita a conocer la provincia mediante actividades interactivas y circuitos organizados. Encontrarán en ella la complementariedad de aspectos naturales y culturales, permitiendo al visitante disfrutar el paisaje en una dimensión distinta.

El Turismo Minero a través de la geología nos permite observar y contemplar los estratos en diferentes terrenos que representan el pasado y que revela la historia de la Tierra y en este caso específicamente la formación de las Sierras de Córdoba; constituyendo, al mismo tiempo, una guía para disfrutar la naturaleza con mayor intensidad.

Una actividad conexas vinculada con el conocimiento geológico y la exploración es la espeleología, que en Córdoba puede realizarse en cavernas habilitadas para tal fin.



La historia cultural de la región nos muestra que nuestros pueblos prehispánicos no conocieron el arte de extraer metales, pero sí utilizaron algunos óxidos como hematita, limonita etc. para preparar los colores con los que pintaron las pictografías, que aún subsisten en distintos lugares de nuestras sierras.

Córdoba cuenta con áreas donde se localizan sitios arqueológicos ubicados en formaciones de rocas magmáticas intrusitas consolidadas dentro de la corteza terrestre y luego visibles por la erosión de las rocas que las cubrían. Estos sitios sirvieron de albergue o lugares ceremoniales a comunidades y grupos étnicos prehispánicos. En muchos de estos aleros de piedras se observan vestigios y pictografías que constituyen importantes manifestaciones del arte rupestre, coexistiendo en algunos casos con la extracción de rocas ornamentales e interactuando las dos actividades turística y minera.

CORDOBA AUTENTICA

Camino Real

El norte de la provincia de Córdoba propone un itinerario cultural turístico que constituye uno de los mayores atractivos dentro de la oferta provincial de turismo cultural. Se trata del antiguo Camino Real al Alto Perú, que durante la etapa colonial era la principal vía de comunicación, transporte y comercio entre el Virreinato del Río de la Plata y el Alto Perú.

En el territorio provincial, desde la ciudad de Córdoba atravesaba el norte generando una ruta de intensa circulación de personas y bienes que motivó el desarrollo de la región norteña de Córdoba, constituyendo el principal eje de integración e intercambio regional, consolidado con la fundación de varias poblaciones a lo largo de su trazado (como es el caso de Villa de Tulumba). Durante los años de las luchas por la independencia y la organización nacional, el Camino fue escenario del paso de las tropas y de múltiples acontecimientos que marcaron la historia del país. Continuó siendo utilizado luego en la etapa de la unidad nacional (momento en que se fundan nueva poblaciones, como Villa del Totoral, Jesús María, Colonia Caroya, Sarmiento, Macha) hasta que la llegada del ferrocarril dio lugar a nuevos trazados viales (actual ruta nacional n° 9), desactivando así el uso del antiguo Camino Real.



Se trata de un itinerario cultural de 176 kilómetros a partir de la localidad de Colonia Caroya hasta el límite con la provincia de Santiago del Estero, trazado que reúne las postas y sitios de mayor valor histórico:

- Estancia Jesuítica Caroya (Centro de Interpretación general del itinerario Camino Real)
- Estancia Jesuítica Jesús María
- Posta Sinsacate
- Barranca Yaco – Monumento a Facundo Quiroga
- Posta de Los Talas
- Villa del Totoral
- Posta de Macha
- Villa Tulumba (centro de interpretación regional del itinerario)
- Posta Inti Huasi
- Posta de Santa Cruz
- Posta de San Pedro Viejo
- San Pedro Norte
- Estancia El Carrizal
- San Francisco Viejo – Monumento a Pancho Ramírez
- Posta Las Piedritas
- Posta El Chañar. San Francisco del Chañar
- Posta de Pozo del Tigre

La propuesta ha sido desarrollada en base al enfoque de itinerario cultural de UNESCO. Un itinerario cultural se construye en base a la integración de paisajes, patrimonio construido, tradiciones locales y modos de vida diferentes pero que históricamente han mantenido relaciones entre ellos a través de un camino que los ha vinculado, generando intercambios y diversos grados de integración regional.

El recorrido de este itinerario le permitirá introducirse en el corazón de esta Córdoba profunda, tomar contacto con sus tradiciones, gastronomía y costumbres típica, conocer su patrimonio y deleitarse con el paisaje cambiante y la atmósfera especial del norte cordobés.

Centro Interpretación del Camino Real en Tulumba



Horario: Martes a Domingo de 10 a 20 hs.

Plazoleta de la Manzana Histórica

caminoreal@tulumba.gob.ar

Más info:

<http://caminoreal.cba.gov.ar/>

<http://www.tulumbaargentina.com/>

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/localidad/villa-de-tulumba/>

Cordoba Norteña

Recorrer “Córdoba Norteña” constituye una oportunidad única de conocer sus ciudades y pueblos; su historia e identidad cultural. Es una de las regiones más fascinantes y paradójicamente, menos exploradas del territorio provincial.

Allí podemos recorrer los rojos senderos de la Reserva Cultural y Natural de Cerro Colorado, descubrir como en sus laderas, entre la frondosa vegetación, nacen las imágenes que fueron plasmadas hace más de mil años por los pobladores originales de esas tierras.

Caminar por las empedradas calles de Villa de Tulumba, descubrir los antiguos pueblos y templos que se alzan en el trazado del Camino Real al Alto Perú, llegar al paradero de prestigiosos artistas que eligieron esta región como su lugar: Athaulpa Yupanqui, Leopoldo Lugones, Fernando Fader, Pablo Neruda, Rafael Alberti son sólo algunos de los nombres que recorren el paisaje de la zona.

Córdoba Norteña guarda las historias de los tiempos fundacionales del país; pugnas políticas, guerras civiles, la fatídica emboscada que terminará con la vida del Facundo Quiroga, el “Tigre de los Llanos”, la muerte de Pacho Ramírez y hasta las huellas de Ernesto Che Guevara en el sanatorio puente de San Francisco del Chañar. Tierra de leyendas y misterios, de largas procesiones que atraviesan el corazón de cada pueblo cuando se vuelcan a las calles a expresar su fe. Cada año, los diferentes pueblos de Córdoba Norteña organizan sus festivales para consagrar la tradición y la música del lugar.

Córdoba Norteña es una experiencia única para introducirse en un mundo de tradiciones y mitos, gastronomía, música y costumbres, a un ritmo pausado y en el



marco del encuentro con una población que hace honor a esa historia y con paisajes cambiantes que atraparán los sentidos del visitante.

Fiestas Nacionales Y Festivales Populares

Córdoba posee una larga tradición y una gran variedad de festivales y fiestas populares a lo largo de todo su territorio y durante todo el año.

Nuestras fiestas muestran la identidad de cada pueblo, enriquecen el patrimonio cultural y ya se han convertido en uno de los atractivos de la oferta turística cordobesa.

La existencia de variados rasgos culturales desde las tradiciones heredadas de la colonia, pasando por la cultura gauchesca y los aportes de las culturas inmigrantes, hasta los más modernos rasgos de las culturas urbanas-, junto con las vestimentas, las artesanías, las danzas y las comidas típicas están plasmadas dentro de una fiesta, y hacen a la identidad dinámica de un pueblo.

Los diversos paisajes de la provincia, sierras, valles, ríos, lagos y llanuras constituyen el marco excepcional que se combina con las características propias de cada localidad en donde se realizan estos eventos. En ellos se asocian costumbres tradicionales, música, gastronomía y producciones regionales para dar vida a estos días de fiesta que ya son parte del calendario turístico nacional.

Turismo Cultural

En Córdoba se encuentra uno de los pocos sitios de patrimonio mundial del país: se trata de la Manzana y las Estancias Jesuíticas, inscripto por UNESCO en el año 2000. El “Camino de las Estancias Jesuíticas” reúne los testimonios de la presencia y la acción de la compañía de Jesús a lo largo de los siglos XVII y XVIII, cuyos efectos continúan en el presente. Una serie de conjuntos monumentales en la ciudad de Córdoba y en el interior de la provincia permiten el desarrollo de actividades de turismo patrimonial y el conocimiento de variadas experiencias de cultura regional a lo largo de cuatro siglos de historia.

La provincia cuenta con uno de los sitios arqueológicos prehispánicos más destacados de Argentina: el Cerro Colorado, con notables testimonios pictográficos de los habitantes originarios de la región.



La ciudad de Córdoba así como localidades del interior provincial ofrecen la excelencia de sus museos junto con la experiencia de sus ofertas académicas, de espectáculos teatrales y musicales, de ferias y congresos y la vitalidad de una cultura que asocia continuidades históricas con las potencialidades del presente. A ello se agrega la diversidad de ofertas culturales temáticas, patrimonio local, festivales, tradiciones, gastronomía del interior de la provincia, que configuran una situación de alta diversidad para las prácticas y experiencias de los visitantes interesados en conocer patrimonio, arte, folklore, tradiciones y costumbres, peregrinaciones y devociones religiosas que marcan la identidad de Córdoba turística y cultural.

Turismo Idiomático y Académico

Córdoba posee una antigua tradición universitaria: Nuestra universidad pública (Universidad Nacional de Córdoba) es la cuarta más antigua de Latinoamérica y la primera de Argentina, fundada en 1613. Además, en la ciudad de Córdoba funcionan la Universidad Tecnológica Nacional, la Universidad Católica de Córdoba, la Universidad “Blas Pascal” y la Universidad “Siglo XXI”. La oferta académica de grado y postgrado es muy amplia, destacándose los numerosos programas de maestrías y doctorados. Esta importante actividad académica motiva la presencia de más de 100.000 estudiantes de diversas provincias y países limítrofes, lo que hace que la vida universitaria aquí sea muy divertida y variada.

Junto a las universidades se han consolidado una serie de centros de enseñanza de español para extranjeros, posicionando a Córdoba como destino de aprendizaje vinculado con una estadía placentera.

La ciudad de Córdoba es grande (segunda ciudad de la Argentina, con 1.350.000 habitantes aproximadamente), pero no presenta los problemas y conflictos de las mega ciudades, el costo de vida diario es más económico, hay mayor seguridad, las distancias desde las universidades y los institutos de español al centro de la ciudad, no exceden los 15 minutos y el ritmo de vida pausado de sus habitantes permite una mejor interrelación con su cultura y mayor facilidad de aprendizaje del idioma.

Nuestros ambientes naturales permiten practicar escalada, trekking, cabalgata, buceo, parapente, mountain bike y otras actividades de turismo alternativo a muy



poca distancia de la ciudad de Córdoba y próximas unas de otras. Todas estas actividades se enmarcan dentro de la legislación de turismo alternativo de la provincia, pionera en esta materia en la Argentina.

Entidades educativas de español para extranjeros:

- Universidad Nacional de Córdoba – Facultad de Lenguas
- Universidad Católica de Córdoba
- Universidad Nacional de Villa María
- Universidad Blas Pascal
- Universidad Siglo 21

Turismo Rural

La Provincia de Córdoba es un lugar ideal para disfrutar de un placentero descanso en contacto con la naturaleza, la historia y la cultura. La riqueza de los paisajes cordobeses y la variedad de su geografía, proponen ofertas turísticas para todos los gustos.

Una de las opciones más elegidas invita a visitar establecimientos rurales, que abren sus puertas con una propuesta plena de tradición, naturaleza y confort. En tierras que formaron parte de la historia de nuestro país, se levantan antiguas casonas, que han sido elegantemente recicladas, de exclusivo confort, donde el turista puede experimentar la auténtica vida de campo. Las estancias rurales en Córdoba se posicionan como una nueva opción turística, alejada de los tradicionales hoteles. Se trata de establecimientos de alta gama, que se destacan por su atención personalizada, en medio de paisajes serranos o en la extensión inigualable de la zona pampeana.

Los establecimientos rurales son en Córdoba una excelente opción para visitar todo el año. Hablamos de establecimientos ideales para aquellos visitantes que quieran alejarse de las grandes ciudades, entrar en contacto con la vida rural, saborear recetas de la cocina criolla y respirar aire puro. Tomar clases de cocina y telar, participar en actividades del campo, practicar golf, realizar caminatas, cabalgatas, avistaje de aves, paseos en bicicleta o travesías en 4x4 por las laderas de las montañas, son algunas de las maneras de conocer las más profundas raíces que



componen la identidad de Córdoba, en el marco de estos exclusivos espacios para el descanso y la recreación• PECLA – UNC

- SET
- COINED
- CELEC
- ABLE
- Oxford Idiomas
- CIL

Programa estudiante protegido

Es un programa de defensa de los derechos de consumidor del estudiante extranjero en Córdoba, coordinado entre Agencia Córdoba Turismo, Casa del Ciudadano y los Institutos de español para extranjeros de Córdoba.

¿De que se trata?

Es un programa por el cual los estudiantes extranjeros que han sido víctimas de alguna compra, servicio o artículo defectuoso, o que los mismos no han sido prestados de acuerdo a los términos, condiciones y plazos en que le fueron ofertados, publicitados y convenidos, tienen la posibilidad de formular las respectivas denuncias en los institutos (donde se encuentran los mismos), y no deben concurrir personalmente a hacerla en una ciudad y país extranjero. Las denuncias se completan allí mismo por triplicado, (los institutos tienen los teléfonos de Casa del Ciudadano donde pueden consultar antes de redactarlas, para saber si el problema es motivo de una denuncia de este tipo, y no de una delegación policial), luego las mismas se llevan a Casa del Ciudadano y en 48 hs., desde allí le brindan una respuesta al instituto, y estos a su vez a los estudiantes extranjeros.

Es un requisito fundamental para hacer la denuncia, que el estudiante presente factura, ticket o voucher como comprobante del pago que efectuó.

¿Cuál es el motivo de este tipo de programa y beneficios del mismo?

Para el estudiante: Es un trámite ágil y que lo hace en el propio instituto, donde están más contenidos sabiendo que están en otro país, no saben dónde está Casa del Ciudadano, siendo que si este trámite lo debieran realizar ellos en un país foráneo, generalmente no lo hacen.



Para el Instituto: Contener al estudiante y ofrecer una alternativa de solución rápida ante cualquier problema de este tipo que pudiera ocurrirle.

Para la Agencia Córdoba Turismo y Casa del Ciudadano: Que el recuerdo que el estudiante extranjero se lleve de Córdoba sea el mejor, y que si tuvo algún problema, se le ofreció contención y solución.

Turismo Salud

Córdoba es reconocida históricamente como una provincia saludable, tanto por el conjunto de condiciones climáticas y naturales benéficas para la salud, como por la excelencia de los servicios profesionales ligados a la medicina y a sus complementos alternativos.

El clima mediterráneo, el aire puro y la belleza paisajística de las sierras, con sus ríos, lagos, embalses y arroyos, estimulan a los turistas a disfrutar las múltiples modalidades del turismo salud, compatibles con las características y condiciones de la oferta de recursos de la provincia y con las preferencias y motivaciones de aquellos que buscan recuperar el equilibrio y volver a sentirse bien

La riqueza de los recursos naturales que posee, entre los que se destacan sus variedades de aguas: minerales, de vertientes, salinas y termales, permiten potenciar los tratamientos y terapias, al incorporarlas dentro de prácticas de balneoterapia, hidroterapia y crenoterapia. Los fangos, las arcillas y las hierbas autóctonas son utilizadas en estética para máscaras regeneradoras y también para el tratamientos de afecciones de piel, articulaciones, musculares y respiratorias.

Córdoba dispone de una importante variedad de Centros de Turismo Salud, que van desde los urbanos (dedicados a la estética, el embellecimiento y el relax), hasta los complejos hoteleros con programas, tratamientos y terapias de control de estrés, gestión de peso, obesidad, revitalización, rejuvenecimiento, acondicionamiento físico, pasando por los distintos hoteles con spa dedicados al bienestar físico, psíquico y espiritual de los sus huéspedes.

En todas las regiones turísticas de la provincia podrá encontrar una propuesta a la medida de sus requerimientos y deseos durante todo el año.



En la propuesta saludable de Córdoba confluyen la experiencia y el profesionalismo de diferentes sectores que aportan al desarrollo turístico a través de una adecuada capacitación, calidad en servicios y calidez en la atención.

El objetivo es alcanzar un mejoramiento integral de la salud y el bienestar asociado a un estado de armonía de cuerpo, mente y espíritu; permitiendo la incorporación de hábitos para vivir plenamente en comunidad y en contacto con la naturaleza.

Turismo Urbano

Córdoba, localizada en el centro geográfico de la República Argentina, es un destino ideal para visitar durante todo el año, por su ubicación estratégica, su excelente conectividad terrestre y aérea y su excelente oferta de infraestructura y servicios para el turismo.

Fundada en 1573, la ciudad conserva en su corazón el Centro Histórico que la destaca en el contexto nacional e internacional. Su patrimonio histórico de iglesias, conventos, museos, teatros y monumentos, restaurado y puesto en valor en todo su esplendor, constituyen los atractivos de la visita de turistas del país y del mundo entero.

Se destaca particularmente la Manzana Jesuítica, declarada Patrimonio Mundial por UNESCO en el año 2000. Dentro del área central es posible visitar la tradicional Plaza San Martín, la monumental Iglesia Catedral y el histórico Cabildo, el Convento y Museo de las Teresas, la Casa Museo del Marqués de Sobre Monte y el centenario Teatro del Libertador. Junto a esta Córdoba colonial se desarrolló la Córdoba moderna y activa, con sus áreas peatonales y la nueva rambla de la Avenida Hipólito Yrigoyen, que vincula el centro histórico con espacios culturales y comerciales. Allí podrá recorrer el Shopping Patio Olmos, el Paseo del Buen Pastor con su fuente de aguas danzantes, el Museo de Bellas Artes en el Palacio Ferreyra, el Museo Emilio Caraffa y el Museo Provincial de Ciencias Naturales. Todo ello acompañado de una destacada oferta de restaurantes y bares temáticos.

En su proximidad, el tradicional Paseo de las Artes es un espacio consagrado a la artesanía, junto a los negocios de anticuarios y una divertida y variada propuesta de recreación y reunión de la bohemia cordobesa.



La ciudad se destaca a nivel nacional como destino de turismo de compras, ya que cuenta con numerosos shoppings y sus peatonales, galerías y centros comerciales. Ciudad universitaria desde el siglo XVII, cuenta con cinco universidades y numerosos institutos y centros de estudios, entre ellos los de enseñanza del español para extranjeros, que han generado una activa y divertida vida universitaria para jóvenes provenientes de todo el país y del exterior.

La vida nocturna es muy dinámica, con variadas ofertas teatrales, gastronómicas y de recreación para todas las edades. Esta creciente actividad cultural y recreativa no sólo ocurre en el área central sino que se ha desparramado hacia barrios tradicionales de la ciudad, como el Cerro de las Rosas, General Paz y Alta Córdoba, generando polos de alto grado de atraktividad para los visitantes.

Esta calificada oferta cultural y de servicios se combina con una ciudad moderna y dinámica, que cuenta con más de 10.000 plazas hoteleras, desde alojamientos de 5 estrellas hasta hostels, incluyendo hoteles boutique de excelente calidad.

El destino Córdoba es una excelente puerta para conocer la cultura y la identidad de la región pero, además, es una puerta estratégica para acceder a las áreas serranas y sus ofertas de recreación y contacto con la naturaleza.

CORDOBA GOURMET

Caminos del Vino

El vino es motivo de nuevas experiencias turísticas. En reuniones de amigos, acompañando la mesa familiar, en momentos de gran intensidad emocional, siempre está presente en nuestra vida cotidiana y en nuestros tiempos de recreación y descanso.

El vino tiene una larga historia en Córdoba, desde comienzos del siglo XVII cuando los jesuitas plantaron las primeras cepas de vid en las Estancia de Jesús María y Caroya y comenzaron con la producción de vino en Jesús María. El primer vino elaborado en actual territorio argentino, el Lagrimilla, fue degustado por el Rey Felipe V de España. Esta tradición se vio enriquecida con los aportes de la inmigración friulana en colonia Caroya, a partir de fines del siglo XIX y con la posterior incorporación de tecnologías de última generación, que han permitido a las



bodegas cordobesas alcanzar significativos avances en la calidad de sus vinos. Se producen vinos de uvas tintas y blancas, algunos de cepas de altura, de excelente calidad, que han sido distinguidos con premios internacionales.

Reforzando la importancia de la vitivinicultura en Córdoba, el calendario anual de fiestas y festivales incluye varias vinculadas con el producto, como la Fiesta Nacional de la Sagra de la uva y Fiesta Provincial de la Vendimia (Colonia Caroya en marzo), la Fiesta de las Comidas Típicas Caroyenses (Colonia Caroya en julio), la Fiesta Nacional del Salame Casero (Oncativo en agosto) y la Fiesta Nacional de la Frutihorticultura (Colonia Caroya en noviembre), donde es posible participar de la alegría de una comunidad que deposita amor en sus productos.

Los Caminos del Vino en Córdoba presentan una característica particular por su ubicación, dado que, gracias a su proximidad, permiten conocer simultáneamente bodegas, productores artesanales y viñedos junto con las Estancias Jesuíticas, el antiguo Camino Real y rutas alimentarias (en el área Norte), lagos, sierras, microclimas y artesanías (en Calamuchita, Traslasierras y Noroeste).

Asociando la historia, las tradiciones, los paisajes y las técnicas de producción, ocho bodegas y siete productores artesanales nos invitan a recorrer Córdoba y degustar sus vinos en las áreas Norte, Calamuchita, Traslasierras y Noroeste.

Sabores de Córdoba

Córdoba es un paraíso de opciones para disfrutar y descubrir, a través del paladar, la identidad cultural de su pueblo. Nuestra provincia abre sus puertas a los turistas para que descubran su potencial y patrimonio gastronómico, para que saboreen los productos de estas tierras, para que conozcan los ciclos productivos y valoren las tradiciones locales y el amor depositado en la elaboración de cada alimento.

Los turistas que visitan Córdoba podrán disfrutar de las especialidades gastronómicas que distinguen a nuestra provincia. Degustar platos típicos y productos locales en restaurantes, así como también adquirir esos productos e ingredientes en comercios especializados en este tipo de ventas es una alternativa muy especial para conocer la Córdoba auténtica.



Para organizar sus rutas gastronómicas, Córdoba ha partido de la base de considerar a los alimentos regionales como parte importante de su patrimonio cultural, ya que el consumo de alimentos es siempre un hecho cultural y cuando éste se produce durante periodos de vacaciones, se transforma en un componente nostálgico que muchas veces perdura en nuestros recuerdos para siempre. Por lo tanto, la combinación del turismo con la gastronomía, ofrece la oportunidad de adherir mayor valor a los productos y producciones regionales

La provincia de Córdoba es atravesada por sus sabores y aromas a todo nivel. Numerosas fiestas y festivales basan sus celebraciones en productos alimenticios y conciben a la cocina como esencia de las manifestaciones culturales.

Entre las diferentes experiencias relacionadas a la gastronomía, Córdoba ofrece a sus turistas la posibilidad de:

- Disfrutar de la variada oferta gastronómica en un entorno paisajístico inigualable, que puede estar dominado por la naturaleza (sierras, valles y ríos) o por el cautivante contexto urbano.
- Tomar clases de cocina y formación especializada.
- Visitar productores locales (bodegas, fábricas de cerveza, chacinados, elaboradores de queso, de aceites, chocolates, entre muchos otros).
- Comprar libros de cocina con recetas locales.
- Participar de torneos y concursos gastronómicos.
- Degustar y comprar alimentos y bebidas.
- Participar de festivales y fiestas populares.
- Visitar poblados con encanto gastronómico y natural.
- Participar en muestras, museos, ferias y mercados de productos agroalimentarios locales.

Para conocer distintas opciones en restaurantes, bares y lugares para disfrutar la gastronomía en la Provincia de Córdoba sugerimos visitar los siguientes portales:

<http://www.circuitogastronomico.net/>

<http://cordoba.guiaoleo.com.ar/>

Córdoba, todo lo que querés, todo el año.



CORDOBA REUNIONES

Turismo de Reuniones

Córdoba ofrece las mejores opciones para la realización de congresos, exposiciones y ferias. Situada en el centro de la geografía nacional, la provincia de Córdoba se destaca por su clima favorable todo el año, su alta conectividad y accesibilidad terrestre y aérea nacional e internacional y su amplia y variada infraestructura que garantiza al visitante una atención de máxima calidad.

A su amplia oferta hotelera, gastronómica, aeropuerto internacional, telecomunicaciones, centros de compras y negocios, se le suman las innumerables opciones de espacios destinados a congresos, ferias y exposiciones, que en este último tiempo incorporó grandes estructuras de alto nivel, junto a servicios técnicos de apoyatura logística y alta calidad en los recursos humanos disponibles, factores que suman a la hora de definir el grado de competitividad que ofrece Córdoba.

Gracias a la calidad de sus equipamientos e infraestructuras, Córdoba también se ha convertido en sede de importantes eventos deportivos nacionales e internacionales (fútbol, automovilismo, golf, parapente...) así como en lugar privilegiado de espectáculos musicales y teatrales de categoría internacional, contando con una relevante oferta de instalaciones y equipamientos para este tipo de actividades.

Más información: <http://cordobabureau.com.ar/>

La Provincia de Cordoba cuenta con el Decreto N° 552/86 CREACION DE AREAS TURISTICAS

..... Artículo 1°.- A los fines del artículo 3° de la Ley N° 5457 establécense en el territorio provincial las Áreas Turísticas de Permanencia y las Áreas Turísticas de Visita. Artículo 2°.- CONSIDERASE Área Turística de Permanencia a la porción de territorio que por sus atractivos naturales o culturales, la estructura de sus servicios turísticos y por la vocación receptiva de su población resulten aptos para la permanencia de turistas. Artículo 3°.- CONSIDERASE Área Turística de Visita la porción de territorio que no integrando las Áreas Turísticas de Permanencia cuenten con atractivos naturales y/o culturales y/o recreativos específicamente turísticos, unidades de



prestación de servicios turísticos básicos y predisposición de su población para la recepción de visitantes. Artículo 4°.- DECLARANSE Áreas Turísticas de Permanencia a las siguientes:

- a) Traslasierras
- b) Noroeste
- c) Norte
- d) Sierras del Sur
- e) Calamuchita
- f) Paravachasca.
- g) Punil a
- h) Sierra Chica
- i) Capital
- j) Mar Chiquita

Artículo 5°.- El Área Traslasierras comprende los ejidos municipales de La Paz, Villa de Las Rosas, Vil a Dolores, Los Cerril os, San Pedro, Vil a Sarmiento, Nono, Mina Clavero y Vil a Cura Brochero.

Artículo 6°.- El Área Noroeste comprende los ejidos municipales de Cruz del Eje, San Marcos Sierras, Serrezuela, Vil a de Soto, San Carlos Minas y Salsacate.

Artículo 7°.- El Área Norte comprende los ejidos municipales de Sarmiento, Villa del Totoral, Vil a Tulumba, Deán Funes, San José de La Dormida, Vil a Quilino y San Francisco del Chañar. Artículo 8°.- El Área Sierras del Sur comprende los ejidos municipales de Achiras, Alpa Corral y Río de los Sauces.

Artículo 9°.- El Área Calamuchita comprende los ejidos municipales de La Cruz, Villa Yacanto, Villa Rumipal, Vil a del Dique, Embalse, Los Cóndores, Almafuerte, San Agustín, Santa Rosa de Calamuchita y Vil a General Belgrano.

Artículo 10.- El Área Paravachasca comprende los ejidos municipales de Alta Gracia, Malagueño y Despeñaderos.

Artículo 11.- El Área Punil a comprende los ejidos municipales de Vil a Carlos Paz, Tanti, Bialeto Massé, Santa María de Punil a, Cosquín, Val e Hermoso, LaFalda, Huerta Grande, Villa Giardino, La Cumbre, Los Cocos, San Esteban y Capilla del Monte.



Artículo 12.- El Área Sierra Chica comprende los ejidos municipales de Villa Allende, Saldán, La Calera, Mendiolaza, Unquillo, Río Ceballos, Salsipuedes, Agua de Oro, La Granja, Ascochinga, Jesús María y Colonia Caroya

Artículo 13.- El Área Capital comprende el ejido municipal de la ciudad de

Córdoba. Artículo 14.- El Área Mar Chiquita comprende la zona que circunda la Laguna de

Mar Chiquita, hasta tres (3) kilómetros a contar desde la más alta cota de la Laguna y los radios urbanos de los municipios de Miramar, Marul y Balnearia.

Artículo 15.- Las Áreas Turísticas de Visita serán declaradas en cada caso por el Poder Ejecutivo de conformidad con lo dispuesto por el artículo 3° del presente

Decreto, previo informe de la Secretaría de Turismo. Artículo 16.- A los fines de la Ley N° 5457 y sus reglamentaciones consideráanse

Rutas de Acceso a las siguientes:

a) La zona comprendida dentro de los DOSCIENTOS (200) metros a ambas márgenes de las rutas nacionales números: SIETE (7), OCHO (8), NUEVE(9), DIECINUEVE (19), TREINTA Y CINCO (35), TREINTA Y SEIS (36), TREINTA Y OCHO (38), SESENTA (60) y CIENTO CINCUENTA Y OCHO (158) y de las

Rutas Provinciales números:

DOS(2), TRES(3), CUATRO (4), SEIS (6), ONCE(11), TRECE (13), DIECISIETE (17) y VEINTICUATRO (24). b) Los radios urbanos de las localidades de Huinca Renancó, Vicuña Mackena, Laboulaye, La Carlota, Río Cuarto, Leones, Bel Vil e, Villa María, SanFrancisco, El Tío y Sampacho, los que serán considerados Centros de Tránsito Turístico.

Artículo 17.- A los fines delPlaneamiento y la PromociónTurística delas Áreas Turísticas de Permanencia establése las siguientes Regiones Turísticas:

- a) Región de la Historia
- b) Región de la Punilla
- c) Región de Traslasierras
- d) Región de los Grandes Lagos
- e) Región de la Capital
- f) Región de la Mar Chiquita.



Ver más información y MAPAS en Anexos

Fuente: Agencia Córdoba Turismo S.E.M.

<http://www.cordobaturismo.gov.ar/productos-turisticos/>

Pequeña descripción de las Localidades:

ACHIRAS

Localidad situada en el departamento Río Cuarto de la provincia de Córdoba, a 272 km de Córdoba Capital y a 70 km de la ciudad de Río Cuarto por la Ruta Provincial Nº 30. Es el centro turístico más importante de las Sierras del Sur A través de su histórica Posta de Los Nogales y la Conquista del Desierto comienza a conocerse la ciudad de Achiras, nacida en el año 1574. La Posta de Los Nogales se encuentra próxima al Camino Real; por allí pasó el Gral. San Martín cuando se dirigía a Cuyo. Achiras fue la principal Posta en el camino a San Luis y Mendoza. Otro lugar de interés en la zona es "El Ojito", donde se mantiene el arte de los antiguos habitantes, los Comechingones, que plasmaron la cultura rupestre digna de ser admirada y valorada. También la Iglesia de las Mercedes es muy hermosa, el predio que ocupa es el mismo desde 1830 y posee en su interior una imagen de la Virgen de la Merced, entronizada en 1843. En la zona conocida como el Barrio de los Rosarinos, se encuentran las viviendas más antiguas de la villa; la iglesia cuya construcción se remonta al siglo 19 y la plaza Roca que fuera el lugar de asentamiento del fuerte. El Museo de Achiras y Casa de la Cultura es una antigua casona que data de 1870, es el rincón donde se pueden descubrir vida, costumbres e historia del indio que habitó estas tierras. Además, el Archivo Histórico muestra el pasado de toda la región en importantísimos documentos. Estos lugares de interés turístico, la espesa vegetación, su buen clima y los cristalinos arroyos la hacen llamar por sus visitantes "La Linda del Sur".



Distancia a Córdoba 272 Km

Tél. Oficina de Turismo: (0358) 495019 / 495249

<http://www.achiras.gov.ar>

muniachiras@achiras.com.ar

AGUA DE ORO

Localidad ubicada en el área de Sierras Chicas, a 56 km de la ciudad de Córdoba Capital. Su principal atractivo es el capital natural e histórico de la zona, ideal para la práctica del turismo ecológico y el turismo de aventura. Agua de Oro conserva plenamente su estilo y aire serrano, a pesar de encontrarse a sólo 44 km. de Córdoba Capital. Agua de Oro no tiene fecha oficial de fundación, de allí que se concibe al 5 de abril de 1896 como hito, porque en ese año se comenzó con la medición de tierras de la denominada Estancia Agua de Oro. Su nombre fue estipulado por el Sr. Don José Díaz Rodríguez. Desde este hermoso pueblo serrano se pueden visitar dos reliquias de gran valor histórico: por un lado la Iglesia San Vicente Ferrer, edificada a mediados del S. XVIII y por el otro, la Capilla Nuestra Señora del Rosario, ubicada en el paraje de Candonga, a 11 km de Agua de Oro por camino de ripio. Esta centenaria capilla data del año 1730 y fue construida por la impronta jesuítica con participación de artistas indígenas. La vieja Estancia "Agua de Oro", una de las más importantes postas de mulas del antiguo Camino Real al Alto Perú, remodelada y adaptada, es hoy un espacio que brinda el mejor servicio para disfrutar de un paseo colmado de vistas panorámicas. Un balneario natural de frondosa arboleda, es bañado por el arroyo San Vicente que corre por el lugar con aguas cristalinas, en un ambiente de singular belleza. La Patrona de la localidad es la Virgen Nuestra Señora de Lourdes, cuya celebración se realiza cada 11 de febrero y el Patrono Histórico es San Vicente Ferrer, con festejos el día 5 de Abril.

Distancia a Córdoba 56 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03525) 493071 / 493244

<http://www.aguadeoro.gov.ar>

municipalidad@aguadeoro.gov.ar



ALMAFUERTE

Localidad ubicada en el Área de Sierras del Sur de la Provincia, a 92 km de Córdoba Capital, en la parte occidental del Departamento Tercero Arriba. Este poblado se caracteriza por las actividades agropecuarias, la industria metalúrgica, el comercio y el turismo. Almafuerite está comunicada por la Ruta Nacional 36, que la vincula con la capital cordobesa y con la ciudad de Río Cuarto, 2ª ciudad más importante de la Provincia de Córdoba, unos 110 km hacia el sur. Además esta localidad se encuentra a sólo 18 km de la ciudad industrial de Río Tercero y a 9 km de la Ciudad de Embalse, que la conecta al corredor turístico del Valle de Calamuchita. En el año 1663, el entonces gobernador Don Lucas de Figueroa y Mendoza, concede tierras al capitán Alonso de Molina y Navarrete, antepasado del fundador de Almafuerite. El Dr. Pedro C. Molina se dedica de lleno a la explotación de su Estancia "LA VENTURA" desde la cual inicia su obra gigantesca para la construcción del canal de riego que en la actualidad lleva su nombre. El 12 de septiembre del año 1912 se produce la fundación de la ciudad de Almafuerite y el 16 de junio de 1920, a los 65 años de edad fallece su fundador, el Dr. Molina. Con referencia al origen del nombre de la localidad, hay dos teorías, la primera afirma que fue bautizada Almafuerite por su fundador, en homenaje al poeta B. Palacios, gran amigo del Dr. Molina. La segunda teoría sostiene que el Dr. Pedro Molina quería fundar un pueblo en el que todos sus habitantes tuvieran espíritu fuerte, un alma-fuerte, de allí la denominación. En las inmediaciones de Almafuerite (3 km al Norte) se construyó en la década de 1970, la Presa Piedras Moras, sobre el río Ctalamochita o Tercero, que forma un importante lago de embalse, utilizado para producción de energía hidroeléctrica y actividades turísticas como el buceo.

Distancia a Córdoba 92 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03571) 471110

municipalidadalmafuerite@hotmail.com

www.almafuerite.gov.ar



ALPA CORRAL

Localidad ubicada en el área de Sierras del Sur, a 196 km de la ciudad de Córdoba Capital, este maravilloso rincón serrano, acompañado por el correr de las aguas del río Las Barrancas, se convierte en el paraíso de descanso y de la vida al aire libre. Sanas costumbres conquistan a todos aquéllos que la visitan y su perfil de pueblo serrano reconforta a quienes buscan un recreo. Alpa Corral se encuentra a 900 m sobre el nivel del mar y cuenta con un clima soleado y seco, muy favorable todo el año. Su nombre proviene de la voz quechua que significa "Corral de Tierra". No tiene fecha exacta de fundación pero en el siglo XVII, figura el Sr. José Echenique como primer propietario de la Estancia San Esteban. La casona que fue el antiguo puesto de la Estancia de Alpa Corral data de finales del siglo XVIII. La fiesta patronal del pueblo se celebra el día 15 de agosto. En los alrededores de Alpa Corral es gratificante durante todo el año, la posibilidad de realizar actividades recreativas, tales como caminatas, paseos a caballo y en bicicleta. El Río Las Barrancas atraviesa la localidad y deja a su paso numerosos lugares de ensueño como El Codito y Sauces Colorados. Las Lagunitas es un circuito turístico que se puede realizar en vehículo. El visitante se interna en las sierras hasta un pequeño caserío con una escuelita. Se puede disfrutar a lo largo del trayecto de hermosos paisajes y de la vista de cerros de los cuales se extraía, antiguamente, cuarzo. Es un paseo para realizarlo especialmente en otoño, durante Semana Santa. Los valles serranos presentan un aspecto único, pues se cubren completamente de flores que recrean la vista con sus espléndidos colores.

Distancia a Córdoba 196 Km

Tél. Oficina de Turismo: (0358) 4888008

<http://www.alpacorral.gov.ar>

alpacorral@cba.gov.ar



ALTA GRACIA

La ciudad de Alta Gracia es la cabecera del Departamento Santa María. Está ubicada a 38 km al sudsudoeste de la ciudad de Córdoba, en el amplio Valle de Paravachasca, accediendo por Ruta Provincial N 5. Alta Gracia se encuentra enclavada entre los faldeos orientales de la Sierra Chica al oeste y la llanura pampeana al este, surcada por el arroyo Alta Gracia, tributario del río Anisacate. En el siglo XVII la ciudad de Alta Gracia funcionó como un gran establecimiento agrícola-ganadero administrado por la orden de los jesuitas. Junto con otras Estancias Jesuíticas como Caroya, Jesús María, Santa Catalina, La Candelaria y San Ignacio de los Ejercicios, proporcionó todos los recursos económicos necesarios para que funcionara el "Colegio Máximo", que luego se transformó en la Universidad de Córdoba, una las primeras universidades americanas y la primera de Argentina. En el año 1941, el casco de la Estancia de Alta Gracia es declarado monumento histórico nacional, pero la residencia siguió ocupada por herederos de Solares hasta 1968. En 1971 se la restaura e inaugura como el Museo Nacional Casa del Virrey Liniers. La ciudad de Alta Gracia ofrece un amplio programa de actividades para los turistas. Caminar por el Tajamar de su Estancia Jesuítica, recorrer su atractivo y pintoresco centro comercial, realizar actividades al aire libre entre sus sierras, practicar golf en algunos de sus dos campos de excelente nivel y pasear por sus museos, son algunas de las alternativas.

Distancia a Córdoba 38 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03547) 428128 / 428130

<http://www.altagracia.gov.ar>

turismo@altagracia.gov.ar



AMBOY

Ubicada a 120 km de la ciudad de Córdoba Capital, es uno de los pueblos más antiguos de la Provincia. Fue uno de los tantos lugares que habitaron los Comechingones, aborígenes cuyos dominios abarcaron la región serrana de Calamuchita. La localidad de Amboy se encuentra ubicada en el Valle de Calamuchita, a 19 Km. de Santa Rosa de Calamuchita y a 30 Km. de Villa General Belgrano. Tras la fundación de la ciudad de Córdoba en 1573, columnas de caballeros españoles abrieron senderos recorriendo el territorio de nuestra provincia e instalando postas. Amboy es fiel testimonio del encuentro de las dos culturas, la aborígen, habitante original de estas tierras y la española. Uno de los circuitos turísticos de esta localidad invita a conocer el Embalse Cerro Pelado. Allí todo es propicio para recorrer sus costas, practicar buceo, disfrutar del sol que se refleja en el gran espejo de agua, o internarnos por el camino que bordea la montaña y tras unos 2000 metros de continuo descenso, llegar hasta la caverna que contiene toda la estructura técnica de la obra del Embalse Cerro Pelado. Se trata de 180 metros de dura roca que desde hace años tiene la tarea de contener el agua. Sólo nos queda remontar la calle principal de Amboy e introducirnos en los senderos de la otra parte de la historia. Allí, el museo Dr. Dalmacio Vélez Sársfield, conserva cerca de 2000 piezas arqueológicas que dan cuenta de la cultura y la forma de vida de los primeros habitantes de la zona, los indios Comechingones. Desde el Museo se realizan excursiones a las cavernas que estos pueblos tomaban como vivienda. Amboy, enclavada en uno de los rincones del Valle de Calamuchita, nos ofrece una rica historia y un excepcional ambiente natural para conocer y gozar.

Distancia a Córdoba 120 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 491014

comunadeamboy@arnet.com.ar



AMBUL

Localidad situada en el Departamento San Alberto, en el Valle de Traslasierra, a 157 km de Córdoba Capital, sobre la Ruta Provincial N° 15. Enclavado en las estribaciones de la generosa geografía de las Sierras Grandes, al sur de Salsacate, se levanta el pequeño pueblo de Ambul o "Tierra del alto", en lengua quechua. A este caserío se llega por un desvío que parte de la Ruta Provincial N° 15. Un misterio de quebradas da marco a esta localidad que se mantiene, desde hace años, como una verde y apacible postal serrana. Su población se extiende entre álamos y nogales que derraman sombra por doquier para suavizar la imponente vista de las montañas que parecen tocar el cielo. Por la Ruta Nro 15, a pocos kilómetros de Villa Cura Brochero, hay que entrar a la derecha, para encontrar el balneario que ofrece este pequeño pueblo serrano. También cuenta con circuitos de Trekking que nos llevan a internarnos en las sierras para descubrir sus encantos. En Ambul el clima es saludable. Los días son radiantes y las noches frescas, con bajos porcentajes de humedad. Y gracias a las altas concentraciones de ozono y la baja contaminación ambiental, en el valle se respira aire puro de excelente calidad. En esta zona existe un microclima que hace que la temperatura promedio anual sea de 25 °C y que haya 320 días soleados al año. El prestigioso Cura José Gabriel del Rosario Brochero, sacerdote reconocido por su gran obra cristiana en el Valle de Traslasierra, consiguió, durante su gestión al frente del curato de San Pedro, el permiso para celebrar la Misa de Navidad a media noche, como un privilegio para la Capilla de Ambul. Esta tradicional misa se viene celebrando hace más de un siglo y está asentada en el Vaticano como la segunda fiesta popular religiosa del país.

Distancia a Córdoba 157 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03542) 490337

comunadeambul@hotmail.com



ANISACATE

La localidad de Villa Anisacate se encuentra ubicada en el Área turística de Paravachasca, sobre uno de los márgenes de la Ruta Provincial N 5, a 43 km. de la Ciudad de Córdoba capital. Esta Villa serrana presenta un hermoso balneario con dos mil metros de costa a la vera de las cristalinas aguas de su cauce serrano. La localidad de Anisacate lleva el nombre del río que la atraviesa y que en lengua aborígen significa "pueblo del cielo". Más allá de estos dominios de verde césped y frondosa sombra, las márgenes del río Anisacate van cambiando. Recorrer las calles de esta pequeña población es también una forma de conocer el lugar. Allí los turistas podrán visitar los morteros aborígenes que se exhiben en una de sus plazas y la Torre del Ingeniero Dietrich, quien fue el constructor del interesante puente sobre el río Anisacate. Además, el paisaje serrano invita a realizar actividades al aire libre, como caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta, así como también disfrutar de la noche colmada de estrellas en su tranquilo camping o deleitarse con el aroma de la comida casera en sus múltiples cabañas y bungalows. Entre sus principales atractivos turísticos se destacan la histórica Capilla Ortodoxa Rusa, fundada a fines del siglo XIX por inmigrantes rusos, un molino construido por los jesuitas y un importante balneario que cuenta con varios metros de costa.

Distancia a Córdoba 43 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03547) 492499 / 494052

<http://www.entuguia.anisacate.com.ar>

comunadeanisacate@yahoo.com.ar



ARROYO LOS PATOS

La pintoresca localidad Arroyo de Los Patos es definida por sus habitantes como "el pueblito boutique" del Valle de Traslasierra. Está situada a 141km. de Córdoba Capital, al pie las Sierras Grandes, accediendo por el Camino de las Altas Cumbres. Esta localidad está ubicada a muy pocos kilómetros de la ciudad de Mina Clavero y Villa Dolores, que son las ciudades turísticas más importantes del Valle de Traslasierra. Ofrece un paisaje serrano maravilloso, ideal para disfrutar de la naturaleza y del aire puro de las sierras. El fundador de la localidad fue Don David López, un prolijo artesano que con sus manos otorgaba bellísimas formas en el cuero, el hilado y el tejido en lana. Este hombre conocía sobre la fertilidad de los suelos de la zona y comenzó a explotarla. El agua del lugar se fue reuniendo en dos represas que se construyeron y éstas se fueron poblando de patos y gansos, que multiplicándose en el paisaje, dieron el nombre a la localidad. Poco a poco fueron surgiendo las primeras viviendas de adobe, techos de caña y paja y aberturas de algarrobo obtenido en la zona. La localidad Arroyo de los Patos posee cuatro arroyos y un fantástico río. El cauce serrano que atraviesa su corazón se forma en la unión de las aguas del río Panaholma y el río Mina Clavero que convergen en el Río Los Sauces. Los pequeños manantiales que serpentean bañando las fértiles extensiones del poblado, van tiñendo con su murmullo el ritmo tranquilo del lugar. Con verdes costaneras y rincones de excepcional hermosura cada septiembre, el pueblo se viste de gala para conmemorar sus Fiestas Patronales.

Distancia a Córdoba 141 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03544) 472310

comunarroyosdelospatos@yahoo.com.ar



ASCOCHINGA

Ubicada en el norte de las Sierras Chicas, a 57 km de Córdoba Capital, se distingue por su excepcional paisaje y su benigno clima. Ascochinga brinda un marco ideal para realizar cabalgatas y caminatas. Su nombre proviene del caudaloso río que la atraviesa, de origen indígena, cuyo significado sería "perro perdido". Desde el siglo XIX era un destino turístico privilegiado por la alta sociedad argentina, que se alojaba en lujosas estancias ubicadas en las cercanías del poblado, pertenecientes a las familias más distinguidas de la provincia y el país, entre ellas la Estancia "San Miguel", de la familia del Gobernador de Córdoba, Ramón J. Cárcano y la Estancia "Las Barrancas", famosa por su parque, que perteneció a Dulce L. de Martínez de Hoz. Otras prestigiosas familias que vacacionaban en Ascochinga, elegían hospedarse en un gran hotel, que tenía incluso hasta campo de golf propio. Este establecimiento en la actualidad es una colonia de vacaciones de la Fuerza Aérea Argentina. Muy cerca de Ascochinga (exactamente a 7 KM) se encuentra el Balneario Las 3 Cascadas, muy concurrido en verano, ya que cuenta con ollas naturales ideales para bañarse. También a sólo 4 km. de Ascochinga se alza la lujosa e imponente Estancia La Paz, fundada en el año 1830 y heredada posteriormente por el Presidente Julio A. Roca. Por sus habitaciones pasaron personalidades de la talla de Domingo Faustino Sarmiento, Nicolás Avellaneda, Carlos Pellegrini, Figueroa Alcorta, Miguel Juárez Celman y Ramón J. Cárcano. Actualmente la Estancia La Paz continúa funcionando en un clima de absoluto confort, constituyendo una oferta de excelente calidad para los viajeros más exigentes.

Distancia a Córdoba 57 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03525) 491212

info@ascochinga.gov.ar



ATHOS PAMPA

Se encuentra ubicada a 7 km de Villa General Belgrano sobre uno de los caminos que nos llevan a Villa Berna, Villa Alpina y La Cumbrecita. Desde Villa General Belgrano por el camino del Cristo Grande, se llega a Athos Pampa, situada a 97 km de la ciudad de Córdoba Capital.

A la localidad de Athos Pampa (pampa de zorro) también se accede por el camino a Los Reartes, por el paraje denominado "El Crucero". Es una población dispersa, muy antigua, donde existen lugares sencillos para abastecerse y comer. Esta pampa de altura es aprovechable para cultivos y grandes forestaciones que son favorecidas por el entorno natural.

La flora está representada por el Bosque chaqueño empobrecido, con ejemplares como: algarrobo blanco y negro, quebracho blanco, mistol, tala, piquillín, Existen reforestaciones, en muchos casos con cedros, pino ponderosa y eucalipto, ya que el clima y el suelo se prestan bien para estas especies. Además de la típica fauna doméstica y de corral; en las áreas rurales se encuentran zorros, liebres, armadillos, perdices, zorrinos y halcones peregrinos; el yaguar fue exterminado a fines del siglo XIX, todavía en las áreas más apartadas se encuentran algunos pumas y ocasionalmente se pueden avistar cóndores.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(03546) 486000 / 492941.



BALNEARIA

Esta localidad se encuentra ubicada en la región de Ansenusa, a 185 km de la ciudad de Córdoba Capital. Es uno de los más próximos a la Laguna de Mar Chiquita, posee gran cantidad de bosques vírgenes naturales y es una de las regiones más salvajes de la Provincia.

El origen de esta localidad se remonta a finales de 1800, cuando comenzaron a llegar a la región los primeros habitantes que, atraídos por la tranquilidad de la zona y las propiedades curativas de las aguas de la Laguna Mar Chiquita, decidieron instalarse en lo que fundaron como Balnearia.

En este imponente marco natural, Balnearia ofrece al turista servicios de hotelería de muy buen nivel, para disfrutar a pleno de la belleza del paisaje. Asimismo, para quienes lo deseen, la localidad también ofrece alojamientos más económicos, tales como hosterías, cabañas e incluso camping.

Entre las actividades favoritas de los visitantes figuran el turismo ecológico, relacionado especialmente con el Área de Reserva de la Mar Chiquita y el avistaje de aves y el turismo de salud, basado en la alta mineralización de las aguas y el fango de la laguna.

En cuanto a la población de aves, es rica, especialmente en la desembocadura del río Segundo que se encuentra ubicada aproximadamente a 16 km de la localidad de Balnearia. Allí se pueden observar un cuarto de las especies de aves de la Argentina, predominando las gaviotas, gallaretas, biguás, flamencos rosados, garzas blancas, patos sirirí, cisnes cuello negro, etc.

El aprovechamiento del recurso natural del agua salada, reconocido internacionalmente por sus propiedades terapéuticas, sumados a los valores ambientales y la creación de la Reserva Natural, convirtieron a Balnearia en un centro de un notable flujo turístico que merece ser visitado.

Su clima es cálido y húmedo en verano, ya que los vientos más frecuentes son semipermanentes del norte, provocando temperaturas mínimas de 19 °C y máximas de 38 °C. La zona más próxima a la Laguna de Mar Chiquita posee mayor cantidad de bosques vírgenes naturales, es una de las regiones más salvajes de la Provincia. Se puede encontrar allí gato montés, puma, zorro, nutria, carpincho, hurón, etc.



Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(03563) 420162.

www.turismomiramar.com / miramarencordoba@gmail.com

BIALET MASSE

A los pies del Río Cosquín, se levanta la localidad de Bialeto Massé, en el Valle de Punilla, ubicada a 54 km de la ciudad de Córdoba Capital. Lugar ideal para contemplar los paisajes del valle, adquirir productos típicos de la región y disfrutar del lago desde su margen más tranquila.

Lleva el nombre en homenaje al Doctor Juan Bialeto Massé, recordado por ser el constructor del Dique San Roque, espejo de agua en cuyas costas se alza Villa Carlos Paz. En la localidad de Bialeto Massé se mezclan su abundante vegetación, propia de las sierras cordobesas, con la naturaleza y la tranquilidad de sus parajes y se le suma la cercanía a los centros turísticos más populares de la región.

Ubicado a la vera de la Ruta Nacional N° 38, se encuentra un horno histórico llamado Horno Histórico La Argentina, construido en 1884 por el Dr. Bialeto Massé y fue utilizado para la elaboración de cal hidratada. Debajo de este horno, que llegaba a producir unas 26 toneladas diarias, existía un túnel de más de 100 mts. de longitud que facilitaba la colocación del material. Las cales producidas en este horno fueron destinadas a la construcción del primer Dique del Lago San Roque y del Dique Mal Paso.

Otro lugar de Interés turístico es la "Casa de la Cultura", ubicada en la Av. Mataró 369 y funciona en la vivienda que el Dr. Bialeto Massé habitó durante siete años. Se exponen algunas pertenencias del constructor del Dique San Roque y precursor de la defensa de los derechos del trabajador, una colección de billetes argentinos y obras de artistas locales. También se puede realizar una visita guiada que recrea las distintas etapas de la construcción del primer Dique del Lago San Roque a través de hermosas fotografías.



Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(03541) 448101
www.bialetmasse.gov.ar / mbialetmasse@tecomnet.com.ar

CABALANGO

Esta localidad está ubicada en el Valle de Punilla, a 52 km de la ciudad de Córdoba Capital.

Este paraje serrano, recorrido por el Río Los Chorrillos, ofrece espectaculares playas de arena y tranquilos paisajes para disfrutar un especial día de verano. El agua rompiendo entre las piedras, piletones, ollas, trampolines naturales formados por el relieve que rodea el cauce del río, sumado a los sonidos de la naturaleza, la serenidad de sus calles y diversos balnearios con excelentes alternativas para la recreación de toda la familia, hacen de éste un lugar ideal para una jornada estival. El río Los Chorrillos, cuyas aguas yodadas le dan el color que lleva el nombre su nuevo hotel: "Aguas Doradas".

Se recomienda remontar el Río Chorrillos desde Los Socavones a "Flor Serrana", en ese trayecto aparece la confluencia de éste río con el Arroyo Cristal o Toro Muerto. Allí se puede seguir el Arroyo Cristal con rumbo a Flor Serrana o continuar río arriba del Chorrillos hasta el sitio "Trompa del Elefante". Este río, luego de serpentear los valles y quebradas, desemboca en el Dique San Roque sobre su costa oeste. En la rivera de sus ríos se encuentran los campings, con cómodas instalaciones y asadores protegidos por coposos árboles.

También se puede disfrutar del Arroyo Cabalango y visitar el Monumento a Bamba. Este es obra del escultor cordobés Miguel Pablo Borgarello, en la comuna de Estancia Vieja, vecina de Cabalango y de Villa Santa Cruz del Lago, a la altura del km 745 de la RN 20. En esta obra se sintetiza el espíritu y la esencia de la obra literaria "Bamba", del escritor Ataliva Herrera (1888-1953).

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(03541) 428782 / 430395. comunacabalango@yahoo.com.ar /
www.cordobaturismo.gov.ar



CAÑADA DEL RÍO PINTO

Ubicada a 85 km de la ciudad de Córdoba Capital, la localidad Cañada del Río Pinto es un pequeño paraíso que resalta por la hermosura de su paisaje natural, su cristalino río surca el corazón del lugar, ofreciendo a los turistas un entorno ideal para el descanso y la recreación.

El pueblo se mantiene intacto, anclado en el siglo XVIII. El centro de Cañada del Río Pinto es muy pintoresco, posee pequeñas callecitas, que albergan negocios de productos regionales y artesanías, además de tradicionales restaurantes especializados en platos criollos. Todo allí es digno de ser conocido, el paisaje natural invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

Esta pequeña población se encuentra en los faldeos orientales de la Sierra Chica correspondiente a las Sierras de Córdoba. Por tal razón la vegetación natural corresponde a un parque en el que se destacan chañares, algarrobos, aguaribays, quebrachos y algunos ejemplares de palmeras caranday. El área cobra vida por el río de los Pinto (apellido de una familia establecida en la zona hacia el siglo XVII), torrente que discurre en las épocas húmedas y que desciende desde las serranías ya referidas y se dirige hacia la cuenca de la Laguna Mar Chiquita.

El clima es subtropical templado con temporadas de lluvias a fines de verano (marzo) y temporadas secas en invierno. Un camino vecinal comunica a Quilpo con las interesantes Cuevas de Ongamira y con el cerro Uritorco.

Para mayor información: Teléfono: 03525 - 422467



CAPILLA DEL MONTE

Hermosa localidad ubicada en el extremo norte del Valle de Punilla, a 110 km de la ciudad de Córdoba y a 979 mts sobre el nivel del mar. Capilla del Monte cuenta con una adecuada infraestructura hotelera, gastronómica y de servicios.

Los indios comechingones fueron los habitantes primitivos de esta zona, que se fusionaron con los conquistadores. Este pueblo indígena practicaba la caza y rudimentos de riego.

El sitio donde hoy se levanta la ciudad de Capilla del Monte, tiene su origen en la merced de Tierras llamada "Merced de Balumba", cedida el 30 de Diciembre del año 1575 por Don Lorenzo Suárez de Figueroa a la hija del conquistador Bartolomé Jaimes.

San Antonio de Padua es el patrono de la ciudad de Capilla del Monte.

Actualmente, alrededor de su calle principal, la "Calle Techada", se concentran pintorescos bares y restaurantes y una multiplicidad de negocios de productos regionales y artesanías.

Alejándonos del centro de Capilla del Monte, los atractivos turísticos para visitar se multiplican, destacándose el Cerro Uritorco y el Complejo El Zapato.

Cerro Uritorco: Capilla del Monte atrae no sólo a visitantes amantes de la naturaleza sino también de lo esotérico, ya que los habitantes locales afirman constantemente la presencia de OVNIS cerca del Cerro Uritorco de 1979 m de altura. Este particular cerro, a cuya cima se puede acceder a pie o a caballo, es considerado uno de los centros energéticos más importantes de América Latina.

Por su parte, el Dique "El Cajón" ubicado a 3,5 Km. de Capilla del Monte, es el paseo ideal para una tarde de verano. Este embalse tiene un paredón de 42 mts. de altura, se encuentra enclavado en el antiguo paseo "Cajón del Río", permite la práctica de la pesca y realizar distintas actividades náuticas sin motor.

Otro de los atractivos turísticos cercanos a la localidad de Capilla del Monte que merece una visita es el parque "Los terrones", un conglomerado de tierras rojizas con caprichosas formas talladas por los agentes naturales de la erosión como lo son el agua y el viento.



Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(03548) 481886
www.capilladelmonte.gov.ar / turismo@capilladelmonte.gov.ar

CERRO COLORADO

Es un lugar único en la provincia de Córdoba y en el país, ubicado en el área norte, a 160 km de la ciudad de Córdoba Capital.

Remontando la Ruta Nacional N° 9, con dirección al norte, llegamos a uno de los lugares más hermosos y atractivos de la Provincia, que nos espera con su cuidado equilibrio entre naturaleza e historia. Allí, el paisaje natural de fantásticos relieves fue el escenario en el cual los pueblos aborígenes de Córdoba concibieron la trascendencia de su quehacer, elaboraron sus mitos y desarrollaron su vida. Los indios Comechingones y Sanavirones, plasmaron la historia de su pueblo a través de dibujos que aún se conservan en las paredes del legendario Cerro Colorado. Además, este pueblo fue elegido por el reconocido cantautor Atahualpa Yupanqui, para vivir. La casa en la que vivió actualmente funciona como un museo.

La existencia y valor del área data de fines del siglo XIX, cuando el conocido escritor Leopoldo Lugones publicó un artículo sobre su importancia arqueológica. Tras profundos estudios realizados sobre el lugar, Cerro Colorado se declara Monumento Histórico Nacional en el año 1961.

La historia nos dice que a partir del año 500 llegaron del norte los pueblos originarios, dos de los cuales habitaban el área a la llegada de la colonización española; los Comechingones y los Sanavirones (los segundos habían irrumpido en la zona tardíamente hacia el siglo XIV invadiendo antiguos territorios "Comechingones").

Lo más importante para visitar son las pictografías, estas son dibujos realizados en tres colores, llegando así hasta nuestros días las huellas de la historia de antiguos habitantes. En esos dibujos quedó plasmado, además, el inicio del fin. Los aleros guardan las imágenes de los primeros europeos en recorrer esas tierras. Las pictografías fueron realizadas en diferentes períodos, desde los siglos V al XVI. Los colores utilizados, al igual que otras culturas originarias de Latinoamérica, eran el



blanco, negro y rojo, quedando pocas inscripciones realizadas con este último color. Se encuentran unas 3000 pictografías rupestres que datan de un periodo que va desde hace unos 1500 años antes del presente a unos 400 años (de modo que en las pinturas más modernas aparecen representados jinetes a caballo: los conquistadores españoles atacando a los pueblos prehispánicos).

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
(0351) 156135922. comunacerrocolorado@hotmail.com /
www.cordobaturismo.gov.ar

CHARACATO

La localidad de Characato se encuentra en el Valle de Punilla, a 132 km. de la ciudad de Córdoba. Es un pequeño pueblo, en el que viven unas pocas familias estables. Sin embargo, durante el verano, esta localidad es visitada por muchos turistas, que llegan hasta aquí en busca de tranquilidad y aire puro.

Es un destino ideal para disfrutar del contacto con la naturaleza; el lugar más visitado es la llamada Meseta del Palmar, desde donde los visitantes pueden observar el vuelo de una comunidad de cóndores andinos, especie en peligro de extinción en toda América del Sur.

La singular denominación de Characato tiene dos acepciones: Chara Cato en lengua Comechingón significa tierra de aguas y haría alusión a los numerosos cursos de agua que hay en la zona. La otra acepción se refiere al nombre de un importante cacique de la zona “Characate” que fue de donde, aparentemente, derivó el nombre de este paraje, de la Pampa de Olaén.

Originariamente estas tierras pertenecieron a los indios Comechingones, más tarde lo serían de los jesuitas. La Junta de Temporalidades creada después de la expulsión de la orden de los jesuitas, vendió la Estancia de La Candelaria en varias fracciones que pasaron a manos privadas.



A fines del siglo XIX, los propietarios de las tierras de Characato eran Don Toribio Peralta y su esposa Doña Remigia Guzmán, siendo ellos los que mandaron a construir la Capilla de Characato.

Esta Capilla fue consagrada a Nuestra Señora del Rosario del Milagro, una advocación muy difundida en la Provincia de Córdoba. Su origen data de 1591, tras el triunfo de los cristianos en Lepanto; San Pío V, atribuyó la victoria a la intersección de la Virgen del Rosario, invocada por medio del Santo Rosario. La simpleza y austeridad de esta capilla, cobra una dimensión inusitada, que seguramente se debe a su emplazamiento en medio del bello paisaje de la zona, con el majestuoso cerro Uritorco como telón de fondo, allá a lo lejos.

Characato cuenta con dos hosterías y almacén donde abastecerse. Ubicada al pie de unas formaciones rocosas aborregadas, muy redondeadas y con un lindo río, el turista podrá caminar, descansar, acercarse al balneario y disfrutar del aire puro reinante. Se la promueve como «la morada del silencio».

Para mayor información: www.cba.gov.ar

CHARBONIER

La localidad de Charbonier se encuentra en el Departamento Punilla, a 124 km de la ciudad de Córdoba capital, por la RN 38. Comprende los parajes de Quebrada de Luna, Río Seco, Santa Inés, Santa Isabel, Escobas, El Carrizal y Las Lajas.

Charbonier posee importantes recursos naturales y culturales. Surcado por el Río Seco y el Arroyo Pun Pun, fruto de una historia tan antigua como apasionante, se levanta este hermoso caserío.

Estas tierras aún guardan rastros de la ancestral cultura indígena que resistió ferozmente el embate de los españoles cuando quisieron apoderarse de la región. Este poblado antes era llamado Carreras de Pun Pun, nombre que hacía referencia a los espacios que se abrían en el monte, ideales para las carreras de caballo.

En los primeros años del siglo XX este poblado recibió el nombre de Charbonier, en homenaje al apellido del ingeniero que posibilitó la llegada del ferrocarril a la región,



construyendo en el año 1891 una estación de estilo inglés que aún perdura y donde actualmente funciona la comuna.

Su histórica Capilla, construida en el año 1777, se encuentra bajo la advocación de San Nicolás de Bari, celebrándose cada 25 de Mayo las Fiestas Patronales en su honor, convocando a miles de visitantes con su Acto Cívico Religioso, Procesión, desfile de Agrupaciones Gauchas y oferta gastronómica típica.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la Localidad:
03548 – 481538

Email: comunadecharbonier@hotmail.com

COLONIA CAROYA

Ubicada a 45 km de la ciudad de Córdoba Capital, esta pintoresca localidad está situada en el área turística de Sierras Chicas, a 7 km de la tradicional ciudad de Jesús María.

Colonia Caroya es un destino turístico ideal para aquellos visitantes que quieran descansar, tomar contacto con la naturaleza y disfrutar de una excelente gastronomía. Este poblado se distingue a nivel nacional por la producción de salames caseros, quesos y vinos de excelente calidad. Allí los turistas pueden visitar viñedos y bodegas, además de disfrutar de atractivos paseos culturales que invitan a descubrir las costumbres de los primeros italianos que fundaron el poblado.

En este destino se encuentra ubicada la Estancia Jesuítica de Colonia Caroya, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000. Esta Estancia fue el primer establecimiento agrícola – ganadero organizado por la Compañía de Jesús en el año 1616.

En 1661 fue adquirida por el Presbítero Ignacio Duarte Quirós, fundador del Colegio Monserrat, quien logró transformarla en una pródiga tierra con producción de maíz y trigo, frutas, vino, miel y algarrobo. Entre 1814 y 1816 fue sede de la primera fábrica de armas blancas durante la guerra de independencia nacional, abasteciendo de las puntas de bayoneta para el Ejército del Norte.



En 1854 pasó a ser propiedad del estado nacional que en 1876 dispone albergar a inmigrantes friulanos. En 1878, los nuevos colonos ya instalados en los cuartos de la estancia comienzan a organizar la actual Colonia Caroya en las inmediaciones del casco. El conjunto edificado de la Estancia Caroya conserva la estructura colonial original con modificaciones realizadas a comienzos del siglo XIX.

Además de la residencia principal se encuentran la capilla, el perchel, el tajamar, los restos del molino y las acequias y el área dedicada a la quinta. Su estructura edilicia muestra rasgos arquitectónicos propios de los siglos XVII, XVIII y XIX, marcados por las distintas etapas de utilización de la casa. La capilla data del siglo XVII, posee paredes de piedra y una imagen de la Virgen de Monserrat en el altar.

Para mayor información: (03525) 461118 / consenso@coop5.com.ar / www.coloniacaroya.gov.ar

CÓRDOBA CAPITAL

La ciudad de Córdoba es la capital de la Provincia de Córdoba y representa a una de las poblaciones más antiguas del extremo sur del continente americano. La convergencia en la ciudad de diversas órdenes religiosas desde épocas remotas, generó una estética urbana donde iglesias, conventos y edificios cívicos integran un conjunto de alto valor histórico y arquitectónico.

Punto de encuentro de la llanura y las sierras, ciudad cosmopolita, síntesis entre la vida de pueblo y la de la gran ciudad. La ciudad de Córdoba es el río Suquía, a cuyas orillas fue fundada, es la cultura, los festivales, la historia grabada en sus fachadas y el corazón de la gente que la habita.

Córdoba fue fundada por el sevillano Jerónimo Luis de Cabrera, el 6 de julio del año 1573, concebida inicialmente como un pueblo de españoles que sirviera como refugio de los indígenas para así poder desplazarse y comerciar libremente.

La ciudad de Córdoba, además de ser la capital provincial, fue declarada capital provisional de la República Argentina en dos ocasiones, la primera fue en el año 1806 (como capital del Virreinato del Río de la Plata) durante las Invasiones Inglesas



y la segunda ocasión fue en el año 1955 durante los hechos de la Revolución Libertadora.

Córdoba es la segunda metrópoli más poblada de la Argentina, desde el comienzo de las radicaciones industriales. Esta ciudad cuenta con atractivos históricos, culturales y turísticos muy importantes, entre ellos se destacan La Cañada, la Iglesia Catedral, la tradicional Plaza San Martín, el teatro del Libertador San Martín, el Paseo del Buen Pastor, el Palacio Ferreyra, el Museo de Bellas Artes Emilio Caraffa, el Museo de Ciencias Naturales y la valiosa Manzana Jesuítica, declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en el año 2000.

En Córdoba ocurrieron importantes hechos de relevancia histórica. Fue centro de la Reforma Universitaria en 1918, la industrialización a partir de 1930, la Revolución Libertadora en 1955 y el Cordobazo, en 1969.

Pese a su latitud, el clima de la ciudad de Córdoba, como el de la mayor parte de la provincia, es templado moderado con las cuatro estaciones bien definidas. En términos generales el clima es pampeano con estación seca, donde los inviernos no son muy rigurosos y las lluvias son escasas y los veranos son húmedos, de días calurosos y noches frescas.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes Turísticos:

Inf. Turística Terminal de Ómnibus: 0351-4331987/88 Fax 4331982

Inf. Turística Aeropuerto Córdoba: 0351-4348390

Inf. Turística Cabildo: 0351-4341200

COPACABANA

Copacabana es una localidad rural serrana ubicada en el noroeste de la provincia de Córdoba, en el departamento Ischilín, a 137km de la ciudad de Córdoba y a 45 km al sur de la ciudad de Deán Funes que es la cabecera departamental y principal centro de servicios. La característica predominante de este pueblo es que está conformado por familias campesinas, cuya totalidad son Artesanos. Las 65 familias que conforman esta comunidad tejen distintos artículos con la palma. Niños, jóvenes, hombres, mujeres y mayores, todos forman parte de un mismo Pueblo Artesano



junto con la producción caprina y otras actividades agropecuarias. Datos de Acceso al Pueblo:

Desde Ruta 60 :Se accede por la localidad de Avellaneda que se encuentra a 100 km de cba (km 0) se atraviesa el pueblo hacia el oeste. El primer paraje es el Estanque (km 10,7) y luego el camino desemboca en otro que se dirige a Ischilín (km 17,8). Allí se debe tomar a la izquierda y en el km 19,4 dejar este camino y doblar a la derecha. Se llega al paraje Villa Colimbá (km 23) y desde allí comienza el camino (siempre en dirección oeste) que llega a Copacabana (km 37). El camino está señalizado. Desde Ruta 38: Pasando la localidad de Charbonier (km 0), se encuentra el paraje Escoba (km 4) desde donde parte un camino a Copacabana (para 4x4) con bellos paisajes e ingresando a Copacabana por la parte alta del valle.

Distancia a Córdoba 137 Km

<http://www.copacabanacba.wordpress.com>

COSQUÍN

Cosquín está ubicada en pleno corazón del Valle de Punilla, a 62 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional 38.

La localidad de Cosquín cuenta con un paisaje serrano maravilloso, su río es el alma de la ciudad durante el verano, que ofrece a los visitantes la belleza de sus balnearios. Además posee un entorno serrano encantador, que invita a realizar actividades al aire libre. Esta Ciudad se encuentra a los pies del Cerro Pan de Azúcar, ideal para realizar actividades de trekking y cabalgatas.

Aquí, desde hace 50 años, se realiza el Festival de Cosquín, uno de los Festivales más importantes de música folclórica de la Argentina y Latinoamérica. En el escenario Atahualpa Yupanqui se presentan espectáculos de primer nivel, que conjugan la danza, la música y la actuación. Alrededor del predio, durante todo el mes de enero, se abren las tradicionales peñas, que ofrecen espectáculos en vivo y una exquisita propuesta gastronómica de corte regional.



A la llegada de los españoles, el Valle de Punilla presentaba una división política establecida por distintos asentamientos aborígenes. Una de estas "provincias" se denominó "Camín Cosquín", origen del nombre de esta localidad.

En 1573, Jerónimo Luis de Cabrera decidió elegir para sí estas tierras, pero finalmente no pudo tomar posesión de las mismas.

Baltasar Gallegos, habiendo realizado un trueque por otras tierras, inició la que se llamaría "Estancia Cosquín". Con el transcurso de los años la comarca pasó a manos de conocidos personajes como el Presbítero Duarte Quirós y María Josefa Bustos de Funes (madre del Deán Funes).

Es en el año 1830 que la tierra sufre una serie de subdivisiones, dando lugar al nacimiento de esta localidad. En 1876, Cosquín es nombrada villa mediante un decreto provincial.

El trazado original de la villa data de 1877 y ocupaba cincuenta manzanas con dos plazas. Lentamente, a principios de siglo se fue ocupando con casas quintas, surgiendo varios hoteles y hospedajes que, favorecidos por el clima benigno adecuado para el tratamiento de enfermedades de las vías respiratorias, la llevaron a constituirse en unos de los principales centros turísticos de la Provincia.

Finalmente, en 1939 fue declarada ciudad, siendo la primera localidad punillense en obtener tal reconocimiento.

Un paseo en las cercanías de Cosquín es el Museo "Camin Cosquín". A éste se llega por la Ruta Nacional N° 38 en el acceso norte. Este Museo, inaugurado en 1975, posee amplios salones, donde se exhiben piezas de arqueología, paleontología, artesanías, obras de arte, y tapices, como así también una colección de mineralogía (especialmente rodocrosita). Cuenta además con talleres y venta de piedras semipreciosas y artesanías.

Para mayor información: (03541) 454644

tursimocosquin@gmail.com / www.cosquin.gov.ar / www.aquicosquin.org



CRUZ DEL EJE

Cruz del Eje se encuentra ubicada en el noroeste de la Provincia, en la seca región transicional entre las Sierras de Córdoba y la desértica gran depresión de las Salinas Grandes.

Esta localidad se ubica a unos 148 km de la ciudad de Córdoba Capital, con la cual se conecta mediante la Ruta Nacional N° 38 y un pintoresco ferrocarril de trocha angosta que recorre el Valle de Punilla. Dentro de los criterios de regionalización turística, se considera que Cruz del Eje se encuentra en el extremo norte del Valle de Traslasierra y en el centro de la Cuenca del Sol, que recibe tal denominación por poseer más de 300 días al año con los cielos despejados. Sobre el río, 7 km aguas arriba de la ciudad, en 1943 se construyó la importante presa hidroeléctrica denominada "Embalse Cruz del Eje". Su espejo de agua suma un atractivo turístico merced a que da la posibilidad de practicar deportes náuticos y pesca (truchas, pejerreyes). El entorno se encuentra naturalmente poblado por densos "montes" (bosques) de algarrobo, tala, mistol y chañar con sotobosque de piquillín y tuna, vegetación que se completa con la presencia de sauces criollos a orillas del río también llamado Cruz del Eje.

El nombre de la ciudad se origina en el siglo XVIII, cuando el lugar se encontraba en uno de los dos ramales principales del Camino Real hacia el Alto Perú. En alguna imprecisa ocasión, una carreta conducida por Tomás Iturricoechea se accidentó partiéndose uno de sus ejes; con tal eje se confeccionó una cruz, de allí el topónimo. A la llegada de los españoles en el siglo XVI el territorio estaba habitado por los sedentarios "Comechingones" en su frontera con los diaguitas.

El primer habitante estable europeo fue el español Pedro Ladrón de Guevara. El 22 de septiembre de 1735 Francisco de Baigorri recibe la suerte de tierra ya conocida como Cruz del Eje a orillas del río Siguiman («reunión de aguas» en idioma comechingón); en ésta se afincaron inicialmente gentes provenientes principalmente de la ciudad de Córdoba. La población se fue consolidando con el agrupamiento de los vecinos procedentes de las estancias de San Marcos y Siguiman.



En 1856 se creó el Departamento de Cruz del Eje con cabecera en la ciudad homónima. Aunque la ciudad recién mereció tal adjetivación a partir de la llegada del ferrocarril en 1890.

Para mayor información: (03549) 422013 / 422610

cruzdeleje@cba.gov.ar / www.cruzdeleje.gov.ar

CUESTA BLANCA

Se ubica en el Valle de Punilla, a 14 Km. de Villa Carlos Paz y a 48 km de la ciudad de Córdoba Capital. Sus pobladores la definen como un pintoresco ambiente sobre el río San Antonio, que alterna zonas bajas rocosas con pequeñas playas de arena y tentadoras hoyas de agua. Dos mil metros aguas arriba, sobre la margen derecha del río, se encuentra el área de camping con asadores y sanitarios.

Es un pequeño poblado conformado por distinguidas residencias que sólo se habitan durante los períodos vacacionales. Este apacible rincón de las sierras ha sido el reducto de poetas y pintores que inspiraron su creativa imaginación en sus tranquilos paisajes. Surcada por el río San Antonio, sus cristalinas aguas ofrecen riberas de finas arenas limpias, ideal para el disfrute de reparadores baños, pesca de truchas o simplemente de las actividades que se pueden realizar en sus playas. Es el lugar ideal para las familias con niños pequeños.

La naturaleza tiene un lugar muy importante en Cuesta Blanca y los amantes de la vida silvestre se sentirán más que atraídos por el Criadero de Langostas Hayke. En este espectacular espacio se encuentran langostas australianas utilizadas tanto para mascotas como para gastronomía. El colorido de sus sierras agrega otro atributo más a sus paisajes, por la gran variedad de ejemplares que cubren tanto sus faldeos como sus valles, combinándose en un variado conjunto de tonalidades.

Para mayor información: (03541) 495620 / comunacuesta@yahoo.com / cuestablanca@hotmail.com



DEÁN FUNES

En medio de un llano flanqueado por las sierras de Ischilín y La Higuera al oeste y las sierras de Sauce Punco y Quilino al este, se erige la figura de esta histórica ciudad, la más importante del norte cordobés, ubicada a 120 km de la ciudad de Córdoba Capital.

Su estratégica ubicación la ha convertido en el centro comercial y de servicios que abastece a los pequeños pueblos de la región. Deán Funes es también cuna del folklore argentino, a través de sus figuras propias como Ica Novo y Los Pacheco entre los más destacados, y aquéllos que llegan a inspirar su canto en estas tierras de tradición

La Plaza Sarmiento es el paseo principal de la ciudad, con importante altar cívico en homenaje al Día de la Independencia; monumento tallado en piedra con la figura de Domingo F. Sarmiento (obra del escultor Roberto Juan Viola, pasada a piedra por Alberto Barral); vegetación de distintas especies arbóreas, con un retoño de la higuera de la casa natal de Sarmiento.

El Balneario Municipal "Luis Sivilotti" es un predio de 4 ha, en plena ciudad, a 12 cuadras del centro. El gigantesco natatorio, alimentado permanentemente con agua de vertiente natural, se encuentra rodeado de una arboleda, donde se destacan ejemplares de aguaribay de gran porte. El conjunto constituye un parque de indudable belleza.

Otro paseo muy agradable son las Canteras Grandes: predio de 94 ha, a 10 km al sur de la Ciudad. Desde fines del siglo XIX existe una pequeña población con canteras de granito, que proveían balasto para el mantenimiento del FF.CC. En el lugar hay alrededor de veinte viviendas de estilo rústico en piedra, ladrillo y madera. Éstas se han mantenido a lo largo del tiempo, en buen estado de conservación. Todo el predio está rodeado de frondosa vegetación y habitado por una importante diversidad de aves autóctonas. También posee amplios galpones y pequeño embalse de agua con vistas paisajísticas realmente notables, ideales para cabalgatas, caminatas y otras actividades recreativas.



Para mayor información: (03521) 421444 / www.deanfunes.gov.ar / turismodeanfunes@hotmail.com

DEL CAMPILLO

Apacible localidad del sur de la Provincia, se encuentra situada en el Departamento General Roca, a 400 km de la Ciudad de Córdoba, sobre la Ruta Provincial N° 27.

Con la denominada Conquista del Desierto, se produce un cambio rotundo en las pautas culturales y demográficas de la zona, cuyos primeros habitantes fueron los pueblos originarios. No cuenta con registros específicos respecto a su fecha de fundación, tomándose el año 1905 como tal, ya que figura inscripta en el edificio más antiguo de la ciudad. El nombre proviene de la estación de trenes existente en el lugar.

Se considera fundador a Don Enrique Cook, cuyos herederos donan parte de sus tierras para el tramado de la ciudad. Cuando el pueblo estaba en plena formación, ésta se vio afectada por una importante corriente de inmigrantes italianos y en menos medida españoles, que dieron un gran impulso poblacional a la zona. La principal actividad económica de la localidad es la agricultura seguida por la ganadería, siendo el principal cultivo la soja.

Los productores tamberos de la zona generalmente entregan su producción a la planta de Sancor, en Coronel Moldes.

La Iglesia del Sagrado Corazón de Jesús es donde la vida del pueblo se aglutina. Las fiestas patronales y las fechas patrias se celebran con especial interés. Del Campillo se alza en la conjunción de dos paisajes: por un lado la pampa seca con sus tierras salitrosas, sus médanos y lindante por otro lado, la pampa húmeda que atenúa la rigurosidad del clima árido. En este hermoso paisaje podemos realizar cabalgatas y disfrutar de las distintas actividades que nos ofrece el lugar.

Para mayor información: 03583 - 499011/499100

Email: munidelcampillo@delcampillocoop.com.ar / www.munidelcampillo.gov.ar



EL DURAZNO

La localidad de El Durazno está ubicada a 138 km de la ciudad de Córdoba Capital, en el Departamento Calamuchita, en medio de la Sierra de los Comechingones, a 7 kilómetros de Villa Yacanto y a 36 kilómetros de Santa Rosa de Calamuchita, accediendo por Ruta Provincial 5.

El principal atractivo turístico de este poblado es el río El Durazno, que se distingue por sus aguas cristalinas y frías. Este cauce de agua ofrece hermosas playas y ollas profundas ideales para nadar. Para información de los turistas, en el Río "El Durazno" se puede practicar la pesca con mosca y señuelos. Este tipo de pesca como en toda la región de las sierras del Valle de Calamuchita es con devolución obligatoria.

La población El Durazno ofrece a sus visitantes servicios de alojamiento y las provisiones están a cargo del almacén y también dispone de un camping.

El hermoso paisaje natural que rodea al pueblo invita a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta, a las que se suman recorridos de interés cultural, integrados por históricas construcciones.

El poblado El Durazno es un sitio mágico y de particular encanto, digno de ser visitado cuando deseamos internarnos en los senderos más intrigantes de la región de Calamuchita. Es un lugar ideal para el descanso y la contemplación.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad: (03546) 485001.



EMBALSE

La ciudad de Embalse es uno de los centros urbanos más importantes del Valle de Calamuchita, ubicado a 110 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Provincial 5 o por la Ruta Nacional 36.

Embalse es un destino turístico muy recomendable, tanto por su historia como por sus bellezas naturales. La ciudad está rodeada por un lago de 5.600 hectáreas, que recibe el nombre de Dique de Embalse. Este espejo de agua constituye uno de los lagos más grandes de Sudamérica y es el atractivo turístico por excelencia que distingue a la localidad.

Para recibir a sus visitantes, Embalse cuenta con un Complejo Hotelero del Ministerio de Bienestar Social compuesto por siete hoteles de gran tamaño y diferentes categorías, más de cincuenta bungalows, cine, museo y un "Centro de Capacitación en Áreas protegidas" (único en el país, dependiente de la Administración de Parques Nacionales).

Es importante destacar que el turismo es una de las principales actividades económicas de la ciudad de Embalse, que ofrece a sus visitantes un atractivo programa para disfrutar al aire libre y en familia. Los lugares recomendados para conocer son: el lago formado por el embalse Río Tercero, el paredón del Dique, la piedra del Hongo, que es una formación rocosa modelada por la erosión eólica y el mirador del Lago. También la localidad ofrece a los turistas recorridos de interés cultural que incluyen la visita a hermosos museos, a un monolito de mármol con más de 30 metros de altura y a la Capilla de El Quebracho –pequeño paraje cercano a Embalse- con más de 200 años de antigüedad, entre otros lugares históricos.

El 20 de julio del año 1986 se inauguró en Embalse la iglesia Parroquial Nuestra Señora de Loreto, cuyo párroco, fue el iniciador del festival más importante de la región y el tercero en importancia de la Provincia de Córdoba, denominado "Festival de la Fe y el Folklore", actualmente llamado "Embalse Un Canto a la Vida", que se realiza una vez al año, en el mes de Enero, con la participación de artistas consagrados a nivel nacional.

Para información de los turistas, Embalse era conocido antiguamente bajo la denominación de "Pueblito de los Indios" y fue fundado el 10 de Diciembre del año



1911. En realidad, en esa fecha se colocó la piedra fundacional del dique nivelador del Río III.

Si bien el Dique Embalse Río Tercero comenzó a construirse en el año 1911, recién las obras se concretaron entre 1927 y 1936. Esta importante obra de ingeniería se compone de un dique principal de 50 m de alto y 360 m de largo, construido en roca granítica, la torre chica posee un túnel que se utilizó para el desvío del caudal del río mientras se realizaba el paredón del dique, la torre grande de 40 m de altura que capta el agua para la Usina Hidroeléctrica y el vertedero de 300 m de largo, que actúa como canal evacuador y que brinda además un espectáculo de gran belleza cuando el agua del dique rebalsa.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03571) 485588 / www.embalse.gov.ar / info@embalse.gov.ar

ESTANCIA VIEJA

La localidad de Estancia Vieja está ubicada a 46 km de la ciudad de Córdoba Capital en un lugar estratégico del Valle de Punilla, bajo la mirada ancestral de las montañas milenarias, accediendo por la Ruta Nacional 38. La característica principal de este paraje es su tranquilidad y hermoso entorno natural, que se combina con su cercanía a uno de los centros turísticos más importantes del país, la ciudad de Villa Carlos Paz.

El poblado Estancia Vieja está custodiado por la presencia del enorme macizo Los Gigantes, que se ha transformado en uno de los centros de escalada en roca y turismo de aventura más destacados de la Argentina. Por la presencia de rocas calizas, el macizo Los Gigantes suele verse desde el paraje Estancia Vieja con colores blancuzcos, incluso durante el invierno el color es directamente blanco por la precipitación de nieve en sus cimas.

Estancia Vieja es un destino ideal para disfrutar de la naturaleza, perdiéndose entre sus caminos serranos y senderos ocultos. Entre sus principales atractivos turísticos se encuentran: el imponente paisaje serrano desde donde se aprecia hasta el



cordón montañoso de las Altas Cumbres en su totalidad y el monumento al Indio Bamba.

Estancia Vieja es una localidad que se podría definir como ideal para relajarse, respirar el aire puro de las montañas y con un corto trayecto, acceder a la ciudad de Villa Carlos Paz para sumergirse en la atractiva vida nocturna.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

(03541) 429208 comunaestanciavieja@arnet.com.ar

GENERAL LEVALLE

General Levalle es una localidad situada en el Departamento Presidente Roque Sáenz Peña, al sur de la provincia de Córdoba, en la encrucijada que forman la Ruta Nacional 7 y la Ruta Provincial 10, a 355 km al sur de la ciudad de Córdoba Capital.

La Ruta Nacional 7 comunica a la población de General Levalle con las ciudades vecinas de Laboulaye y Vicuña Mackenna, todas ubicadas en la región Pampa Húmeda.

A la llegada de los conquistadores españoles, esta zona estaba poblada por los aborígenes nómades conocidos como "antiguos pampas" o "Het".

A mediados de siglo XVIII los indios het (antiguos pampas) padecieron una serie de epidemias, situación que facilitó la expansión de los indios mapuches y la "mapuchización" cultural de las etnias pampeanas, surgiendo así la tribu de los "ranqueles", que tenía uno de sus puntos fronterizos con los huincas (es decir gauchos y población de origen europeo).

A partir del año 1875, las campañas iniciadas por el gobierno nacional contra los pueblos originarios generaron la extinción de los aborígenes en la mayor parte del territorio provincial.

El origen de la actual población de General Levalle, se remonta al año 1890 con el tendido de las vías del Ferrocarril. Merced y la llegada de inmigrantes, principalmente de italianos y españoles, que produjeron un crecimiento rápido a nivel poblacional.



Esta localidad fue fundada oficialmente en julio del año 1903. En su ingreso se halla el lago San Agustín, que está enmarcado por lomas y frondosas arboledas, constituyendo el sitio ideal para la práctica de la pesca deportiva y actividades náuticas sin motor.

Otro punto de atracción turística que ofrece la localidad de General Levalle es la proximidad de la antigua línea de fortines y, por ende, la posibilidad de visitar algunos de los fortines construidos entre los siglos XVIII y XIX.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
Tel: (03385) 480050 / munilevalle@ixaire.com.ar / www.generallevalle.com.ar

HUERTA GRANDE

La localidad de Huerta Grande está ubicada a 83 km de la ciudad de Córdoba, en el Valle de Punilla, accediendo por la Ruta Nacional 38.

Este encantador paraje serrano se destaca por sus hermosas casas y muy coloridos jardines, asentados sobre un territorio de lomas que de a poco se transforman en el cordón de las Sierras Chicas.

El nombre del poblado se debe a la fertilidad de sus tierras, muy ricas en humus, elemento que favoreció el desarrollo de numerosas huertas en la zona.

La localidad de Huerta Grande, conjuntamente con Cosquín, entre los años 1912 y 1920, era uno de los pocos lugares habitados entre la ciudad de Córdoba Capital y la localidad Capilla del Monte.

Entre sus íconos de surgimiento como pueblo, se encuentran la creación en el año 1904, de la Escuela Bernardino Rivadavia, el Club Deportivo Huerta Grande y la construcción de la Iglesia Parroquial.

Oficialmente el Municipio de Huerta Grande fue fundado el 3 de enero de 1941. En esta localidad fueron instalándose numerosas colonias de vacaciones, enmarcadas por el hermoso entorno natural.

Esta localidad posee un balneario formado por tres embalses rodeados de una frondosa arboleda, que se ha transformado en un punto de atracción turística ineludible para visitar.



En Huerta Grande, los turistas pueden conocer la cascada de Los Olmos, un paradisíaco lugar enclavado a 1.107 msnm., que provee de agua potable a este poblado y es muy atractivo para aquéllos que disfrutan de las actividades al aire libre.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03548) 426428 / www.huertagrande.gov.ar / sefhuerta@yahoo.com.ar

INTI YACO

La localidad de Inti Yaco está ubicada a 110 km de la ciudad de Córdoba Capital, en el Valle de Calamuchita, accediendo por la Ruta Provincial 5. El nombre Inti Yaco en lengua quechua significa Aguas del Sol. Esta pequeña localidad se encuentra a 1250 msnm, en el camino que une Villa General Belgrano con La Cumbrecita, pasando por Athos Pampa y a orillas del río Los Reartes.

En una de las grandes cañadas de este río, donde un puente cruza su cauce, se levanta el poblado serrano de Inti Yaco, visitado por cientos de turistas al año. El río Los Reartes ofrece trayectos ideales para bañarse, como lo son el Mimbres Viejo, la Curva del Río y el Balneario Natural, donde se pueden realizar clavados desde 15 metros en profundas ollas.

Los pinares cubren el escarpado territorio y el río corre con sus aguas cristalinas a través de enormes cajones de piedra; así Inti Yaco ofrece a sus visitantes magníficos paradores, en los cuales se pueden adquirir bebidas, como así también cabañas para alquilar y un organizado camping, ideal refugio a la vera de las aguas.

Inti Yaco se ha convertido rápidamente en el espacio preferido de los aficionados al buceo. Hasta esta localidad llegan los turistas interesados en experimentar los bautismos subacuáticos y los ansiosos por sentir la adrenalina de las inmersiones nocturnas.

Pero más allá de la práctica de buceo, Inti Yaco brinda la posibilidad de realizar otras actividades al aire libre, como cabalgatas, safaris fotográficos, travesías 4x4, trekking, mountain bike y, lo que es una marca registrada de los ríos del Valle de Calamuchita, la pesca deportiva de truchas con devolución.



Grandes rocas, extensiones verdes, inmensos árboles donde refugiarse a la sombra, dibujan el entorno de estas Sierras cordobesas, grabando una postal inolvidable en la retina de los visitantes. En Inti Yaco está prohibida la caza, resguardando a los cientos de pájaros, zorros, liebres, zorrinos y gatos monteses que deambulan por las cercanías.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03546) 486000 / 492941

ISCHILÍN

La localidad de Ischilín está ubicada a 120 km de la ciudad de Córdoba Capital, en el Área Norte de la Provincia, accediendo por la Ruta Nacional 9 Norte.

Ischilín es un pequeño pueblo situado a unos veinte kilómetros al sur de la ciudad de Deán Funes. Su nombre en lengua sanavirona significa alegría, denominación otorgada por los indios sanavirones que habitaron en estas tierras hace cientos de años.

Como fecha de fundación oficial de la localidad de Ischilín se considera el año 1640, cuando nace como encomienda indígena cedida por el conquistador español Don Jerónimo Luis de Cabrera, fundador de la ciudad de Córdoba Capital, a su compañero Miguel de Ardiles.

En Ischilín se destacan dos sitios históricos para visitar. Por un lado la Iglesia de Nuestra Señora del Rosario construida en el año 1706 y por otro, la Plaza Central, aladaña a un centenario algarrobo.

Gracias a la inversión de capitales privados, en Ischilín, se restauraron antiguos edificios de alto valor histórico, cercanos a la Plaza. Las casas de adobe y las calles de tierra hacen de este poblado una postal imperdible de la antigua vida colonial, que permite al visitante descubrir la historia viviente del norte cordobés.

Ischilín tiene hoy abiertas las puertas de su Pulpería y el Juzgado de Paz, que fueron totalmente restaurados y pintados con los mismos colores de hace siglos atrás.



A 4 Km del pueblo , en el paraje Loza Corral, se encuentra la casa en la que vivió el reconocido pintor Fernando Fader, cuya residencia se ha transformado en un atractivo museo.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03521) 423057

JESÚS MARÍA

La ciudad de Jesús María está ubicada a 48 km. de la ciudad de Córdoba Capital, en el Área Norte de la Provincia, accediendo por Ruta Nacional 9 Norte. Es una de las localidades más importantes del norte cordobés, rodeada por un hermoso paisaje y atravesada por un manso río que lleva el mismo nombre de la ciudad. El clima es caluroso y sub-húmedo a seco, con frío intenso ocasional en el invierno.

Jesús María es un lugar que posee raíces muy antiguas y una notable riqueza cultural. Al principio fue un poblado indígena llamado Guanusacate, "agua muerta o bañado", que con los años se fue desarrollando gracias al asentamiento de la orden de los jesuitas

En el tiempo colonial se fue desarrollando no sólo como Estancia de la Compañía de Jesús, sino también como trayecto obligado de la carretera llamada Camino Real, corredor estratégico que en la época de la colonia comunicaba los puertos del Atlántico con las zonas mineras del Alto Perú.

La Estancia Jesuítica de Jesús María fue el segundo núcleo productivo del sistema agrícola – ganadero creado por la Compañía de Jesús. Se construyó a partir del año 1618 y se caracterizó por su producción vitivinícola. En la vieja bodega se elaboraba el vino "Lagrimilla de oro". La estancia incluye la iglesia, la residencia y la bodega, restos de antiguos molinos, perchel y tajamar. Con el paso del tiempo desaparecieron la ranchería y los campos de cultivo y pastoreo. Dentro de la Estancia actualmente funciona el Museo Jesuítico Nacional, con 18 salas. Este monumento jesuítico, junto a otras cuatro Estancias y la Manzana Jesuítica de la ciudad de Córdoba han sido incluidos por la Unesco dentro del Patrimonio Histórico y Cultural de la Humanidad.



Desde el año 1870, Jesús María recibió una importante inmigración europea, principalmente de italianos, provenientes de la región del Friuli y del Piamonte. Gracias a esta inmigración se potenció la industria alimenticia, comenzándose a producir chacinados, pastas, confituras, alfajores, galletas, vinos y licores.

En la actualidad Jesús María es una localidad de ritmo vibrante, con sus calles coloniales, sus negocios y su buena gastronomía regional. Cada enero, en esta ciudad se celebra el Festival Nacional de Doma y Folklore, al que asisten miles de turistas y que se ha transformado en el festival más importante de Latinoamérica en su tipo, obteniendo reconocimiento internacional.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03525) 426773 / gobiernojm@coop5.com.ar / www.jesusmaria.gov.ar

JOVITA

La localidad de Jovita se encuentra en plena región de la Pampa Húmeda o Llanura Pampeana, a 432 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 36, hasta el paraje Santa Catalina para empalmar con la Ruta Nacional 35 hasta el poblado de Nicolás Bruzzone para continuar luego con la Ruta Provincial 27.

Las tierras que hoy ocupa el poblado de Jovita fueron anteriormente posesión de los indios Ranqueles. A partir del año 1880, comenzaron a desmantelarse los fortines y se construyeron algunas estancias.

En 1905 una compañía de ferrocarriles comenzó a trazar las vías férreas que integraron al poblado de Jovita con el resto del país. Recién en enero del año 1907 se concretó la inauguración de este ramal. A partir del arribo del ferrocarril la comunidad de Jovita se multiplicó a nivel poblacional y prosperó.

Hacia fines de la década de 1910 se crean varias instituciones que fortalecieron lentamente el sentimiento de comunidad organizada.

Jovita basa su economía en las actividades agrarias y ganaderas, especialmente en cultivos de soja, girasol, maíz, trigo y en los ganados vacuno, porcino, equino y



ovino. La belleza de su paisaje natural atrae a miles de turistas al año, que llegan a nuestra provincia en busca de tranquilidad.

Uno de los principales atractivos turísticos que posee Jovita es el hermoso río Quinto, denominado por los indígenas como Popopis, que está ubicado a tan sólo 5 km del poblado.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: 03385 - 498109 /020 / munijovita@yahoo.com.ar

LA BOLSA

La localidad de La Bolsa está ubicada en el Valle de Paravachasca, a 48 km de la ciudad de Córdoba capital, a la vera de la Ruta Provincial N° 5, en su paso por el ancestral río Anisacate.

Los orígenes del pueblo La Bolsa se remontan a 1945, cuando David Hogg, uno de los pioneros de la zona, comenzó el loteo de la Estancia El Descanso; éstos fueron los años de fulgor para esta región que crecía rápidamente.

Los balnearios que ofrece La Bolsa, sobre el río Anisacate, son escenarios ideales para visitar durante el verano, con playas hermosas de arena.

En la actualidad La Bolsa continúa conservando la esencia de su paisaje serrano y la tranquilidad de sus calles de frondosas arboledas, que siguen motivando la llegada de aquéllos que buscan un lugar de descanso, sin alejarse demasiado de los servicios de las grandes ciudades.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03547) 494130 / normatostado@hotmail.com



LABOULAYE

La localidad de Laboulaye se encuentra ubicada en el Área de Lagunas y Fortines, a 357 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional 7. Está rodeada por el dilatado paisaje de la llanura del sur de la Provincia de Córdoba. El territorio que hoy ocupa Laboulaye es parte de las quince mil leguas que el General Julio Argentino Roca incorporó durante la Campaña de Conquista del Desierto.

En el siglo XIX, con la llegada del ferrocarril, comienzan a crecer los primeros caseríos, a fuerza de trabajo de inmigrantes y sangre criolla. El entonces Presidente de la Nación, Domingo Faustino Sarmiento, recorre la zona en el viaje inaugural de la línea del ferrocarril y la denomina Laboulaye, en homenaje a un afamado escritor y político francés con quien Sarmiento había mantenido una regular correspondencia.

Las alternativas de divertimento que ofrece la ciudad de Laboulaye a sus visitantes son muy variadas. Desde la Fiesta de la Tradición, hasta encuentros de pesca y campeonatos de motocross, todo es posible. Además, el deporte ocupa un lugar central en esta localidad, ofreciendo canchas de tenis, paddle y fútbol como una opción más para realizar al aire libre.

En Laboulaye se ofrece, además del atractivo propio de la localidad, una excelente propuesta de visita a la Reserva Ecológica de la Laguna La Chanchera.

En ese complejo existe un espectacular espejo de agua de 600 hectáreas, donde el visitante puede disfrutar de la pesca, la náutica y tranquilas cabalgatas por los magníficos relieves que presenta la localidad.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
03385Teléfono: 427585 / Fax: 426416 / www.munilaboulaye.gov.ar /
munilabou@laboulayenet.com.ar



LA CALERA

La ciudad de La Calera está ubicada en el Departamento Colón, a 18 km al noroeste del centro de la ciudad de Córdoba Capital, en la zona oriental de las Sierras Chicas.

Esta ciudad creció de la mano de la gran Capital Cordobesa, a la que el tiempo la unió en un espacio sin fronteras, pero que siempre supo conservar su esencia serrana, reflejada en la tranquilidad de sus calles y en la frescura de su paisaje.

La Calera posee varios puntos de interés turístico, entre los que se destacan:

- la tradicional Capilla Vieja, edificada en el año 1727 por la Compañía de Jesús.
- el Molino Doble que fue construido cerca de la Capilla Vieja en 1776 por el Prebistero Noble Canelas.
- el Hotel Parque, que fue el primer hotel de turismo de la provincia de Córdoba, inaugurado en octubre del año 1871 por el Presidente Domingo Faustino Sarmiento. Este edificio fue declarado de Interés Provincial el 29 de mayo de 1985.
- la Usina Molet, que fue construida entre los años 1900 y 1902. Actualmente se puede visitar el Museo Usina Molet, creado en el año 2005.
- el Sanatorio Dietético Diquecito, reconocido a nivel nacional por los tratamientos médicos, dietéticos y estéticos que brinda, en medio de un hermoso paisaje serrano. Entre los años 1884 y 1886 se construyó en la localidad de La Calera el Dique Mal Paso, con carácter experimental, para evaluar la calidad de las cales cordobesas, con las cuales, tiempo más tarde se construiría el primer paredón del Dique San Roque, uno de los diques más importantes que alberga la provincia de Córdoba.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03543) 469660 – 469662 / www.lacalera.gov.ar /
municipalidad@lacalera.gov.ar



LA CARLOTA

La ciudad de La Carlota está ubicada al sudeste de la Provincia de Córdoba, cabecera del Departamento Juárez Celman, a 257 km de la ciudad de Córdoba Capital, a orillas del Río Chocancharava, accediendo por Ruta Nacional 9 hasta la ciudad de Villa María para empalmar luego con la Ruta Provincial 4.

Rodeando el Fortín del Sauce, que fuera construido en 1752 para defensa de los malones indígenas, comenzó a asentarse un caserío, que tiempo más tarde se transformaría en el poblado de La Carlota.

En el año 1787, se construye un nuevo fuerte denominado Punta del Sauce en reemplazo del antiguo Fortín. El 12 de abril de 1792 el rey Carlos IV de España otorga la Real Cédula que elevó el pueblo de Punta del Sauce a la categoría de Villa Real de La Carlota, nombrada así en honor al monarca. El General José de San Martín la visitó en varias oportunidades en sus travesías entre Buenos Aires y Cuyo. Esta ciudad invita al turista a tomar contacto con la historia y la naturaleza. Algunos de los atractivos recomendados para visitar son:

-la Iglesia matriz consagrada a Nuestra Señora de la Merced, construida en el año 1907, en la cual -se conserva una antigua imagen de la Virgen de la Merced de origen portugués, que luce los atributos de Generala del Ejército Argentino, conforme a la tradición ordenada por el Gral. Manuel Belgrano.

-la Plaza del Algarrobo que fue trazada para dar marco a un importante ejemplar de algarrobo, representante de la flora autóctona de la región. El histórico algarrobo tiene más de 300 años y su copa supera los 30 m de diámetro.

La Carlota ofrece a sus visitantes el equilibrio resultante de la confluencia de senderos de la historia, la tranquilidad de la naturaleza y una variada oferta en materia de esparcimiento nocturno y alojamiento.

El 10 de noviembre es la fecha en que se recuerda el nacimiento del escritor José Hernández, razón por la cual se celebra en la Argentina el "Día de la Tradición".

En La Carlota se celebra el Día de la Tradición con una gran fiesta gaucha, en homenaje al natalicio del gran escritor y periodista José Hernández. Esta celebración es sumamente importante para la localidad. Se trata de una fiesta folklórica donde tiene lugar el tradicional desfile de gauchos montados a caballo con sus mejores



emprendados, tropillas y carros de todo tipo, para terminar con los jinetes formando un círculo en un predio con sus caballos. Dentro de este círculo, que puede llegar a tener varios cientos de metros de diámetro, hay demostraciones de equitación gauchesca como la doma, corridas de sortija y cantos y bailes folklóricos como el pericón.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03584) 429687 / <http://www.lacarlota.net.ar> / lacarlota@hotmai.com

LA CRUZ

La localidad de La Cruz está ubicada en el Valle de Calamuchita, a 136 km de la ciudad de Córdoba Capital, sobre la Ruta Provincial E 61.

Este poblado se ofrece a los turistas como un refugio en donde reina la tranquilidad, la naturaleza y la hermosura.

Estas tierras, en la época de la conquista española, eran conocidas con el nombre de Acapiche o Coya Piche y fueron entregadas a un Capitán del conquistador Don Jerónimo Luis de Cabrera. Con el paso del tiempo, el territorio fue concedido a las Hermanas Catalinas.

Finalmente, el 11 de mayo del año 1870, por Decreto Provincial se encargó la traza y delineación de la villa denominada La Cruz, nombre con el que se conoce a este poblado hasta la actualidad.

La apertura de la temporada turística de la localidad de La Cruz se realiza el 26 de diciembre y finaliza a fines de febrero. Durante el verano, los turistas se hospedan en confortables departamentos y cabañas de alquiler y en el camping municipal, que se encuentra ubicado en la rivera norte del río de La Cruz.

El balneario de este pueblo se destaca por sus aguas cristalinas y su bello entorno natural, e invita a los turistas a compartir en familia hermosas tardes, entre mates y juegos en el agua.

El templo principal del pueblo es la Iglesia Nuestra Sra. de la Merced, construido durante el siglo XVIII, que fue declarado Monumento Histórico Nacional. Las fiestas patronales se celebran entre los días 15 y 24 del mes de septiembre.



En la localidad de La Cruz, cada año, en los primeros días del mes de febrero y durante tres noches, se realiza un festival de música y arte denominado Festival del Balneario, en el cual hacen su presentación artistas locales y reconocidas figuras de renombre nacional.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

(03546) 494017 / municipalidadlacruz@hotmail.com / municipalidad@cruznet.com.ar

LA CUMBRE

La localidad de La Cumbre es una hermosa villa serrana, ubicada en el Valle de Punilla, a 96 km. de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 38. Esta villa serrana es reconocida por su imponente paisaje natural y por su excelente calidad de servicios e infraestructura.

El ingreso de los conquistadores españoles al Valle de la Punilla fue contemporáneo a la fundación de la ciudad de Córdoba. En el año 1585, cinco de los hijos del capitán Jaime, se vieron favorecidos de una merced de tierras que `estaban vacías` y que los pueblos aborígenes originarios en teoría no utilizaban.

Así, los hijos del Capitán español Jaime, fundan la Estancia San Jerónimo, donde actualmente se ubica la ciudad de La Cumbre. A finales del siglo XIX, en estas tierras se forma un caserío disperso, el cual se fue transformando lentamente en una localidad turística durante la primera década del siglo XX.

Con el aporte de los inmigrantes ingleses, italianos y españoles, llegados al Valle de Punilla, se formó la conciencia de comunidad. La localidad de La Cumbre se ha distinguido siempre por una nutrida inmigración británica, cuyas raíces y costumbres permanecen hasta nuestros días en la localidad. Esta presencia sajona, se debió principalmente a la construcción del ferrocarril que tuvo por finalidad unir la ciudad de Córdoba capital con Cruz del Eje, culminándose la obra en el año 1892. Muchos de los técnicos y obreros ingleses, que llegaron a Córdoba para trabajar en la obra del tendido férreo, se enamoraron de la localidad de La Cumbre y decidieron instalarse en ella.



Esta villa serrana se ha transformado con el paso del tiempo, en uno de los destinos turísticos más distinguidos del Valle de Punilla. Sus imponentes paisajes naturales y sus importantes espacios culturales y recreativos, ofrecen a los turistas un amplio programa de actividades en donde se incluyen opciones para todos los gustos.

El paisaje de La Cumbre invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, excursiones guiadas y práctica de golf en un prestigioso campo de 18 hoyos.

Algunos de los paseos imperdibles que propone la ciudad son:

-Visita al mirador de Cuchi-Corral: Cuchi Corral es un paraje ubicado a 10 km de La Cumbre, que posee un gran mirador natural desde donde se pueden observar hermosas vistas panorámicas y el vuelo de aladeltas y parapentes.

-Paseo por el río Pinto: que se destaca por sus aguas cálidas y torrentosas, con hermosas playas de arena.

-Recorrido por el Museo " El Paraíso", que fue la casa en donde vivió hasta su muerte, el reconocido escritor Manuel Mujica Láinez.

-Además, ningún visitante debe dejar de conocer al Dique San Jerónimo y la famosa fábrica de alfajores y dulces "Estancia El Rosario", así como también el Museo del pintor Miguel Ocampo.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

(03548) 452966 / www.lacumbre.gov.ar / info@lacumbre.gov.ar

LA CUMBRECITA

La localidad de La Cumbrecita está situada a 1450 msnm, en el Valle de Calamuchita, en las Sierras Grandes, a 118 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Provincial 5.

Esta hermosa villa serrana se distingue por su arquitectura centro europea y su paisaje único. Está ubicada en las cercanías del cerro Champaquí, que es el cerro más alto de la provincia de Córdoba y a 40 km al oeste de la ciudad de Villa General Belgrano.



En el año 1932, viaja a Argentina desde Alemania el Dr. Helmut Cabjolsky acompañado por su familia. En la búsqueda de un lugar para vacacionar, compra en 1934 en las sierras de Córdoba un campo de aproximadamente 500 ha, el cual contenía como punto de referencia geográfico al denominado Cerro Cumbrecita.

La primera edificación, realizada con adobe, fue iniciada en el año 1935. La idea original era que esta residencia sirviera de casa de veraneo para la familia Cabjolsky, pero muy pronto se transformó en albergue para alojar a los amigos de la familia. Años más tarde, dado el creciente interés turístico que despertaba el territorio, la casa comenzó a funcionar como una pequeña hostería.

Durante la década de 1940 se construyeron las primeras casas particulares y el pueblo lentamente fue adquiriendo el carácter alemán que lo distingue.

La localidad de La Cumbrecita fue poblada por inmigrantes de Europa central, transformándose con el paso del tiempo en una joya ecoturística, completamente peatonal y similar en arquitectura y costumbres a los pequeños poblados germanos del siglo XV. Las autoridades comunales la declararon zona de protección ambiental. Para información de los turistas, La Cumbrecita es el primer pueblo peatonal de la Argentina, que de 10 de la mañana a 6 de la tarde, cierra sus calles al paso de los automóviles. Los vehículos deben estacionarse en la playa comunal ubicada en la entrada del pueblo, para luego ingresar caminando.

El entorno natural de este poblado es inigualable, los arroyos cristalinos se conjugan con hermosas sierras y bosques de pinos. Su Capilla histórica, sus cascadas y el Cerro Wank, son algunos de los atractivos recomendados para ser visitados por los turistas.

Además, La Cumbrecita también se destaca por su excelente propuesta gastronómica, que invita a los turistas a saborear deliciosos platos alemanes, manjares austríacos, truchas recién pescadas y los tradicionales postres centroeuropeos.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

(03546) 481088 / www.lacumbrecita.gov.ar / turismo@lacumbrecita.gov.ar



LA FALDA

La ciudad de La Falda está ubicada en el Valle de Punilla, a 78 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 38. Esta villa serrana se distingue por su importante infraestructura hotelera, gastronómica y de servicios, siendo una de las localidades turísticas más tradicionales e importantes de la Provincia de Córdoba.

En sus comienzos, el territorio fue habitado por tribus de indios comechingones. Hacia el año 1500, la zona de La Falda fue explorada por los conquistadores españoles y en estas tierras acamparon los primeros expedicionarios.

Hasta inicios del siglo XX, el espacio en donde se encuentra actualmente la ciudad de La Falda correspondía a la estancia La Zulema llamada así en homenaje a la esposa de su propietario, el célebre ingeniero Juan Bialet Massé.

Con la llegada del ferrocarril, comenzó a formarse un caserío que luego se transformó en poblado. El distinguido Hotel Edén, cuya construcción data del año 1898, dio origen a lo que hoy es la ciudad de La Falda.

Esta localidad enamora a los turistas que la visitan, ya que en ella se combina la belleza del paisaje serrano con el pleno confort. Su agradable microclima es considerado hace algunos años, como el "Tercer Mejor Clima del Mundo"; antiguos bosques naturales e implantados a inicios de siglo XX, brindan un entorno natural inigualable.

Sus imponentes paisajes naturales y sus importantes espacios culturales y recreativos, ofrecen a los turistas un amplio programa de actividades en donde se incluyen opciones para todos los gustos. Esta ciudad invita a los visitantes a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

Esta villa serrana cuenta con un importante centro comercial, colmado de restaurantes, negocios regionales y de artesanías.

Algunos de los paseos imperdibles que propone la ciudad son:

--Visita al Hotel Edén: Construido en el año 1898, fue uno de los hoteles más importantes del país en las primeras décadas del siglo XX, que contaba con todo lo necesario para autoabastecerse.



-Visita a la Capilla del Sagrado Corazón: fue la primera capilla que se construyó en la zona. Las obras comenzaron el año 1927 y su fachada es de piedra granítica con hermosos vitrales de la época.

-Visita al Dique La Falda: este dique posee un paredón de 26 m de altura por 126 m de longitud. Fue construido en el año 1979 para solucionar los problemas de agua potable de la ciudad y atenuar las crecientes del Río Grande.

-Visita al Complejo Siete Cascadas: este hermoso complejo turístico posee 7 magníficos saltos de agua que se originan en el desnivel del embalse del Dique La Falda.

-A 20 km de la ciudad, se encuentra la Pampa de Olaen. En este sitio existe una capilla jesuítica, que data del año 1750, en cuyo interior se conservan piezas de gran valor artístico, entre ellas la imagen de Santa Bárbara. En las cercanías de este oratorio se encuentran las "Cascadas de Olaen", con un hermoso balneario natural.

En lo referido a fiestas tradicionales, desde hace más de 25 años, en la ciudad de La Falda se celebra el Festival Nacional de Tango, realizado durante el mes de julio, que reúne a los principales representantes de la música ciudadana. Otro de los festejos tradicionales de la ciudad es la Fiesta del Alfajor, que se realiza durante las vacaciones de verano y congrega a los productores de alfajores más importantes de la región.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
(03548) 423007 / www.lafalda.gov.ar / municipalidadlafalda@argentina.com

LA GRANJA

La localidad de La Granja está situada en el Área de Sierras Chicas, a 61 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por ruta Provincial E 53, a sólo 19 km de la localidad de Salsipuedes.

Esta villa serrana está surcada por el río La Granja, que constituye uno de sus principales atractivos turísticos durante el verano, junto al balneario La Toma.



La Granja es uno de los destinos más encantadores del Valle de Sierras Chicas. Recorrer caminando, a caballo o en bicicleta los senderos que se abren paso entre la naturaleza y admirar las increíbles casonas de siglo XIX que se suceden a la vera del camino, son algunas de las tantas sensaciones que ofrece este rincón serrano, colmado de naturaleza.

El entorno de las Sierras Chicas, invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como caminatas a las Tres Cascadas, paseos en bicicleta por senderos de montaña y excursiones guiadas.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:
Tel: 03525 – 491212 / munilagranja@arnet.com.ar

LA PAISANITA

La localidad de La Paisanita se encuentra muy cerca de la Ruta Provincial N° 5, en el Valle de Paravachasca, a 13 km de la ciudad de Alta Gracia y a 44 km de la ciudad de Córdoba capital.

El Valle de Paravachasca es eminentemente turístico: la palabra Paravachasca es un vocablo de origen comechingón que significa "lugar de vegetación enmarañada" o "Montes enmarañados". La flora original de este valle ha sido un bosque de Algarrobos, talas y palmares de caranday y en sus riberas abundan los sauces criollos y las coníferas, especialmente el pino poderoso.

La comuna de La Paisanita se encuentra dentro de este bello entorno natural, en una profunda quebrada que el río Anisacate abrió en su milenario andar entre las Sierras Chicas.

La localidad de La Paisanita posee un hermoso hotel donde se realizan baños terapéuticos y actividades al aire libre como cabalgatas guiadas y paseos a estancias de la región.

La principal actividad es el turismo. Los visitantes que llegan a la localidad se enamoran de su paisaje y tranquilidad. El entorno invita a disfrutar de la naturaleza y



respirar aire puro. Paseos en bicicleta, a caballo, caminatas entre los senderos de las sierras y excursiones guiadas, son sólo algunas de las opciones.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: 03547 – 488509 - Fax: 488509

LA PAZ

La localidad de La Paz está ubicada en el Valle de Traslasierra, a 209 Km de la ciudad de Córdoba Capital, en las Sierras de los Comechingones, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

El pueblo de La Paz se distingue por su hermoso paisaje serrano y por su tranquilidad. Allí sus habitantes aún utilizan caballos o sulkys como medio de transporte. Es un destino ideal para realizar ecoturismo y turismo de aventura.

El escenario natural de esta localidad invita a disfrutar de las actividades al aire libre, en pleno contacto con la naturaleza. Caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta, recorridos guiados y pesca deportiva son sólo algunas de las opciones que los turistas pueden realizar. A estas alternativas se suma la posibilidad de disfrutar de los trabajos de artesanos de la zona y conocer los cultivos de hierbas aromáticas realizados en la región, junto a hierbas medicinales.

La Paz ofrece a los turistas confortables hosterías para alojarse. Un paseo imperdible para realizar es el ascenso hasta la cumbre del Cerro del Vía Crucis, ubicado en el paraje Loma Bola, a tan sólo 1 km del centro de la localidad, desde donde se obtienen vistas panorámicas únicas. Para conocimiento de los turistas, el camino tiene escalera por lo que el ascenso no ofrece grandes dificultades, además .este cerro también puede ser visitado de noche, ya que el sendero está iluminado.

En la segunda quincena del mes enero, en la localidad de La Paz se realiza la tradicional Fiesta de la Juventud, con desfiles y carrozas. Toda la celebración transcurre en la Plaza Central que posee un mini anfiteatro.



Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03544) 496895 / 15460467 / municipalidaddelapaz@hotmail.com

LA POBLACIÓN

La localidad de La Población se encuentra en el Valle de Traslasierra, a 180 km. de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

Este poblado posee sólo 600 habitantes estables, lo que lo convierte en un paraíso de tranquilidad y equilibrio natural, ubicado a pocos kilómetros de importantes centros urbanos, como lo son las ciudades de Mina Clavero y Villa Dolores. El paraje La Población se distingue por su clima excepcional; de hecho es considerado uno de los mejores microclimas del mundo. El paisaje natural es encantador, ideal para realizar cabalgatas, caminatas y avistaje de aves.

También se pueden efectuar actividades de turismo aventura; existen numerosos caminos secundarios y senderos para emprender paseos de montaña, a pie o a caballo, en contacto directo con el bosque autóctono y su fauna. La historia de La Población comienza allá por el año 1626, cuando Don Alonso de Vera obsequió estas tierras a Don Miguel de Maldonado. Luego de varios años, este territorio se convirtió en propiedad de Miguel de Vilches.

En aquel entonces, este territorio recibió el nombre de “La Población de Vilches” y a medida que pasó el tiempo se fue formando el poblado. El Sr. José Mestre fue quien construyó dos importantes casas, las primeras del lugar, donde instaló una fábrica de dulces y una de licor llamada “Nueve Yuyos”. Esta bebida alcohólica resulta del extracto de yuyos aromáticos de la región.

En la actualidad, la localidad de la Población se posiciona como un destino turístico ideal para aquellos visitantes en busca de naturaleza y relajación, donde la tranquilidad reina y la amabilidad de sus pobladores se ofrece en cada esquina.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:



Tel: (03544) 482058 / www.lapoblaciononline.com.ar /
comunalapoblacion@arnet.com.

LA SERRANITA

La Serranita es una localidad situada en el Departamento Santa María, provincia de Córdoba, en el Valle de Paravachasca, a 52 km de la ciudad de Córdoba Capital, sobre el río Anisacate, accediendo por la Ruta Provincial N° 5.

El Valle de Paravachasca es uno de los sitios más hermosos que posee la provincia de Córdoba. Allí se halla el Río Anisacate, que desemboca en el Embalse Los Molino, constituyendo uno de sus principales atractivos turísticos. La flora original de esta región se compone de algarrobos, talas y palmares de caranday y en las riberas del río Anisacate abundan los sauces criollos. Además, existen forestas de coníferas (especialmente de pino poderoso).

Dentro de este hermoso entorno natural que ofrece el Valle de Paravachasca se encuentra la localidad de La Serranita, fundada en el año 1937. La principal actividad económica es el turismo. Aquí se realizan actividades como la pesca, camping, cabalgatas y excursiones guiadas por las sierras.

Otros atractivos importantes que alberga este poblado son el Cerro la Cruz y la Cueva de los Helechos. Entre estos paisajes mágicos, se eleva el Cerro La Luisa, desde donde se puede alcanzar una excelente vista de todo el pueblo. La Serranita ofrece a sus visitantes la belleza de sus paisajes, que pueden ser recorridos a pie o a caballo. Al final de una callecita de su escarpada geografía, se levanta la capilla Stella Montis, un acogedor y apacible oratorio que propicia un momento de reflexión. Además, el visitante podrá disfrutar de su balneario de aguas tibias y cristalinas y maravillarse con la pesca.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03547) 492638 / comunalaserranita@hotmail.com



LAS ALBAHACAS

En la región sur de la provincia de Córdoba se encuentra la comuna de Las Albahacas, en el departamento Río Cuarto, a 275 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional 35, hasta el cruce con la Ruta Provincial 23.

El pequeño poblado está custodiado por el halo protector de la Sierra de Comechingones, en tierras surcadas por ríos y arroyos, donde la naturaleza aún es indómita y guarda secretos de la cultura de los indios Comechingones, quienes vivían en armonía con ella.

Este territorio antiguamente pertenecía al Potrero de San Antonio, que con el tiempo se subdividió y generó nuevas parcelas, entre ellas Los Ranqueles, Los Aromos y Las Albahacas. Así, el pueblo de Las Albahacas se fue conformando por habitantes que desarrollaban su vida en torno a las actividades rurales y en las últimas décadas del siglo XX, gracias a sus bellezas paisajísticas, comenzó a ser también un lugar elegido por los turistas de todo el país para el descanso y la recreación. De este modo se fueron construyendo nuevas viviendas e infraestructura de servicios.

Las Albahacas es un pueblo que se caracteriza por un ambiente típicamente serrano. Con un clima templado, de veranos muy calurosos e inviernos secos y no muy rigurosos (noches muy frescas).

Para los amantes del turismo religioso, Las Albahacas ofrece diferentes sitios relacionados a la fe cristiandad, como la Capilla Nuestra Señora del Carmen y las Grutas de la Virgen de Fátima, de la Virgen del Carmen y de la Virgen del Rosario de San Nicolás.

El río Piedra Blanca, en el tramo que atraviesa el poblado, tiene el privilegio de tener aguas claras y tranquilas, que discurren sobre un lecho de base arenosa y en partes, complementado con piedras lajas. Entre los principales atractivos turísticos de la comuna, se encuentran además numerosos balnearios de arena fina, ríos tranquilos, asadores, etc. Existen también cerros propicios para el ciclismo, numerosas galerías de arte, museos, y capillas.



Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (0358) Tel: 4623134 - 4919503 / oficina@comunalasalbahacas.com.ar / lasalbahacas@hotmail.com

LAS CALLES

La localidad de Las Calles está ubicada en el Valle de Traslasierra, a 153 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

El pintoresco poblado de Las Calles se ofrece como un atractivo destino turístico, ideal para el descanso y el contacto con la naturaleza. Sus orígenes se remontan a los tiempos de la colonia, pues el Camino Real al Alto Perú pasaba por este caserío que se distinguía por constituir un cruce de calles para los viajeros, de allí el origen de su nombre.

Toda la zona del Valle de Traslasierra alguna vez fue tierra de los indios Comechingones y hoy presenta poblados y ciudades turísticas con estilo propio, entre los que se encuentra Las Calles.

Para llegar a Las Calles hay que desviarse de la Ruta 14, hacia el lado de las sierras. El río Nono, el arroyo Las Rabonas y el cordón de las Sierras Grandes conforman los límites de este pueblito que nació de una colonia inglesa, vivió del cultivo y acopio de tabaco y hoy es conocido por sus plantaciones de frutillas.

El poblado de Las Calles, convierte la calma en una de las razones fundamentales para visitarlo. Sus playas de aguas claras, cauce arenoso y un especial microclima, permiten disfrutar del paisaje de sierras en cualquier época del año.

Los arroyos que bajan silenciosos desde las montañas, se unen en el pintoresco valle para dar origen a los ríos Mina Clavero de aguas frías, el Rugapampa y el Panaholma de aguas más templadas. En este pequeño pueblo, se encuentra el Balneario turístico Paso de las Tropas, que recibe a miles de visitantes, sobre todo en verano.



El imponente panorama que presenta el cordón montañoso entre Los Gigantes y la Sierra de Comechingones, permite visitar sitios como La Quebrada del Condorito y el Cerro Champaquí.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03544) 495105 / secretariaturismolascalles@hotmail.com

LAS RABONAS

Las Rabonas es una localidad ubicada en el oeste de la provincia de Córdoba, en el Departamento San Alberto, en el Valle de Traslasierra, a 142 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

El poblado de Las Rabonas está ubicado entre el cordón de las Sierras Grandes y las costas del lago que se forman a partir del paredón del Dique La Viña, su jurisdicción incluye varios arroyos y parte de la costa del mencionado dique. Está a una altura de 917 metros sobre el nivel mar.

Como en la mayoría de los pueblos de Traslasierra, Las Rabonas no posee fecha oficial de fundación. Simplemente se formó a partir de la llegada de distintas familias que decidieron instalarse en el lugar. La familia reconocida como fundadora fue la familia de los Funes, primeros dueños de la Estancia Tajamar, situada al sudeste del pueblo.

Antiguamente esta estancia abarcaba grandes extensiones de tierra que con el tiempo se irían reduciendo. Así, en la década del '30, en concordancia con la construcción del Embalse Medina Allende o dique La Viña, el sector de la estancia Tajamar, lindante con el nuevo espejo de agua, fue subdividido en pequeñas parcelas y se diseñó una urbanización que incluía plazas, usina eléctrica, viveros, parques, agua potable, etc. A la zona comprendida por Las Rabonas y Los Hornillos



llegaron, hacia mediados del siglo XX, muchos inmigrantes europeos, algunos de los cuales fundaron las primeras hosterías dedicadas a la actividad turística.

Las Rabonas sorprende con su mezcla de sierras y campo, la bohemia de sus habitantes y la belleza de sus senderos y callecitas. El dique forma un enorme espejo de agua en donde se practican actividades deportivas, tales como pesca de pejerrey, motos de agua, vela, kayakismo.

Los senderos característicos del pueblo conducen indefectiblemente hacia el conocimiento de la magia transmitida por el silencio y la tranquilidad de las caprichosas formas de las sierras. Magia que puede experimentarse a través de intensos trekking, travesías 4x4, prácticas de ascenso y desde la cima, en práctica de parapente y paracaidismo.

La localidad cuenta con más de 20 complejos de cabañas, dos campings y dos hosterías. La tranquilidad del paisaje circundante, con el profundo cañón de un lado y el lago con las serranías de Achala por el otro, convierten al poblado de Las Rabonas en un punto obligado para los turistas que pasean por el Valle de Traslasierra.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03544) 499025 - comunalasrabonas@hotmail.com

LAS TAPIAS

Las Tapias es una localidad situada en el Departamento San Javier, provincia de Córdoba, en el Valle de Traslasierra, a 162 km de la ciudad de Córdoba Capital, sobre la Ruta Provincial N° 14, también llamada Camino de la Costa, a 11 km al este de Villa Dolores.

Como en otras zonas de las Sierras de Córdoba, el clima es muy semejante al mediterráneo europeo, aunque ligeramente más continental; el clima del Valle de Traslasierra suele ser bastante seco. Sin embargo, la zona de Las Tapias posee un microclima con más humedad lo que permite un desarrollo espontáneo de muchas



plantas florales; por otra parte, la ionización negativa del aire es altamente saludable.

La localidad de Las Tapias se distingue por constituir un pequeño polo industrial en la región, destacándose la extracción de minerales como el cuarzo, la rodocrosita y el berilo. La zona es conocida por la fabricación de ladrillos, tejas, listones que abastecen a diferentes regiones de todo el país.

En materia turística, este poblado se distingue por la belleza de su paisaje natural y por el amplio programa de actividades de turismo alternativo que ofrece a sus visitantes.

Entre sus principales atractivos se encuentran el Dique Nivelador Boca del Río y el complejo Ecovalle, (en el cual se encuentra un pequeño zoológico), además de su paisaje serrano, sus ríos y sus bosques.

Otros atractivos son la pesca y los deportes acuáticos, que se realizan en el cercano lago del Dique La Viña. Además en este pueblo abunda la avifauna autóctona, razón por lo cual es un lugar interesante para los aficionados a la ornitología.

Una característica muy singular que presenta el paisaje de Las Tapias, es que los arroyos que bajan de las montañas atraviesan formaciones geológicas que contienen yacimientos de un mineral llamado "uranita", el cual ioniza el agua y el aire, otorgándole propiedades muy beneficiosas para la salud humana.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03544) 494583 - comunalastapias@vdolores.com.ar -
comunalastapias_9@hotmail.com

LOS COCOS

La localidad serrana de Los Cocos se encuentra en el Departamento Punilla, Provincia de Córdoba, a 99 km al norte de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional 38.



Este poblado se encuentra en el punto más alto del Valle, por lo que se la conoce como el Balcón de Punilla. La denominación “Los Cocos” debe su nombre a los extensos bosques de cocos que pueblan la región, acompañados de molles, quebrachos y algarrobos.

Remontándonos a los orígenes de esta población, hacia fines del siglo XVI se les entregó a cinco de los hijos del cofundador de la ciudad de Córdoba, Don Bartolomé Jaime, una merced de tierras ubicada en la actual zona del Valle de Punilla. En el año 1668, esta zona de tierras se dividió en varias partes. Una de estas parcelas pasó a convertirse en la estancia Los Cocos, la cual ya se menciona en documentación oficial del año 1771.

A fines del siglo XIX, el propietario de la estancia Don Denecio Ceballos construye su vivienda en la actual ubicación de los Cocos, siendo ésta la primera casa de la localidad. A principios del siglo XX la estancia se comenzó a lotear y desmontar. Además, se empiezan a trazar las primeras calles y a construir principalmente casas de veraneo. En las décadas siguientes hubo un fuerte desarrollo turístico, llegando a existir más de veinte establecimientos hoteleros a fines de la década del 50.

Gracias a este desarrollo, en 1957 se crea el municipio de Los Cocos. Entre los lugares de interés turístico podemos señalar: la Capilla de Santa Teresita del Niño Jesús, patrona de Los Cocos, la cual fue construida en el año 1934, bajo un estilo arquitectónico americanista. El interior de esta capilla fue decorado por el reconocido Arq. Alfredo Guido, famoso artista de la época.

En la localidad de Los Cocos, a nivel recreativo, se destaca el Complejo denominado El Descanso, que es un centro de atracción turístico que cuenta con parques, museos y un laberinto de ligustros. En las cercanías de este complejo hay una telesilla, que permite ascender al cerro, así como también un complejo infantil, que cuenta con juegos y un pequeño tren que transita sobre el borde de la montaña. Además en Los Cocos los turistas pueden visitar El Mástil, que es un monolito de 31 metros de altura emplazado en el año 1939 sobre la cima del cerro El Camello de 1.660 m sobre el nivel del mar. También se puede llegar hasta la Cabeza del Soldado que es una formación rocosa de considerable tamaño sobre el cerro de nombre homónimo. Desde estos puntos se puede observar gran parte del Valle.



Recorrer las calles de este pueblito serrano, disfrutar de las fragancias de sus abundantes plantas aromáticas e intentar diferenciar el canto de los innumerables pájaros que habitan las montañas, son algunas de las tantas sensaciones que nos brinda la localidad de Los Cocos.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

(03548) 492190 – 492209 / muniloscocos@digital.coop.com.ar

LOS HORNILLOS

La localidad de Los Hornillos se encuentra situada sobre la Ruta Provincial N° 14, en el Valle de Traslasierra, Departamento de San Javier, a 148 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

Hay distintas historias sobre el origen del nombre de esta localidad. Una de ellas indica que el vocablo “hornillos” en lengua aborígen comechingón significa “serranías con muchos pueblos”. Otra versión le otorga a este mismo vocablo el significado de “bajo tierra”, ya que las antiguas viviendas de Los Hornillos eran construidas semienterradas, por razones térmicas, siendo la parte superior de piedras con techo abovedado, lo que le otorgaba forma de hornos. Una tercera versión explica que el origen del nombre se debe a que los indios Comechingones utilizaban en estas tierras pequeños hornos para cocer barro, cal o alimentos.

Antiguamente, la zona en donde hoy se encuentra la localidad de Los Hornillos, era una estancia cuyo dueño era el Gral. Bartolomé Olmedo. En el año 1714 este General cedió el paraje Los Hornillos a su hijo Don Enrique Olmedo quién mandó construir casas, corrales, huertas, capillas y molinos, creando así la denominada estancia Los Hornillos, donde habitó durante 15 años.

Con el paso del tiempo, Los Hornillos se convirtió en un lugar de paso de las caravanas que se dirigían a los poblados transerranos de Las Chacras, San Javier y Yacanto.



La capilla de esta localidad fue creada el 3 de octubre de 1937 por dos jóvenes devotos de Santa Teresita del Niño Jesús. La fiesta patronal se celebra durante el mes de octubre, en honor a la santa.

En Los Hornillos, los turistas además de disfrutar del bello paisaje, podrán deleitarse con su gastronomía criolla. El delicioso quesillo de cabra, la miel y la cerveza artesanal, junto a los dulces regionales y los alfajores serranos, constituyen una oferta de sabores única.

El microclima privilegiado de la localidad de Los Hornillos, invita al turista a tomar contacto con la naturaleza a través de actividades de turismo aventura como trekking, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas. La esencia turística de los Hornillos está vinculada a su identidad, reflejada en sus callecitas, su vegetación autóctona y la amabilidad de sus pobladores.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03544) 499019 / www.loshornillostur.com / comunaloshornillos@arnet.com.ar

LOS REARTES

La localidad de Los Reartes se encuentra ubicada en el Valle de Calamuchita, a 9 km al norte de la ciudad de Villa General Belgrano y a 86 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Provincial N° 5.

Recién en el año 1970 en Los Reartes se conformó una comisión vecinal, que se mantuvo hasta 1993, cuando el paraje se transformó en Comuna. Su Escuela Primaria funciona desde el año 1895 y el Club Deportivo desde 1937.

Los Reartes es una localidad netamente turística, debido a su ubicación serrana y a sus ríos de aguas cristalinas. La principal atracción de la zona es su Capilla, que data del año 1738, fecha en la que el Obispo Argandoña bendijo su altar, siendo el oratorio más antiguo de la región de Calamuchita. Esta atractiva capilla fue realizada en adobe crudo, su techo es de tejas coloniales, posee una puerta de dos hojas y tiene ventanas con y sin rejas.



El río Los Reartes, que atraviesa la localidad, constituye uno de los principales atractivos turísticos de la región, ya que posee hermosas playas de arenas y confortables balnearios. El entorno natural del poblado Los Reartes invita a los turistas a tomar contacto con la naturaleza, a través de actividades como el avistaje de aves, trekking, cabalgatas, mountain bike, pesca deportiva, excursiones en 4 X 4 y paseos aéreos.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03546) 492941 / losreartes@cba.gov.ar / comunadelosreartes@calamuchitanet.com.ar

LOZA CORRAL

El paraje Loza Corral está ubicado a 7 km de la localidad de Ischilín, por camino de ripio, en el Área Norte de la Provincia de Córdoba, a 127 km de la ciudad de Córdoba Capital; accediendo por Ruta Nacional 9 Norte hasta el cruce con la Ruta Nacional 60; desde allí se debe tomar el camino hasta la localidad de Avellaneda y luego transitar el camino de tierra hasta llegar al poblado de Ischilín y desde allí se deben recorrer 7 km.

El paisaje del poblado Loza Corral fue elegido por el reconocido Pintor Fernando Fader para disfrutar los últimos años de su vida. Su hermosa casa, hoy funciona como museo de arte.

Para información de los visitantes, la revalorización de la Casa Museo de Fernando Fader, es el corazón de un proyecto turístico cultural destinado a conservar el rico acervo patrimonial de la región del norte cordobés y cuenta con el señor Carlos Fader, nieto del genial artista, como principal impulsor.

Fernando Fader llegó al paraje Loza Corral en el año 1916, el reconocido pintor fue atraído por el aire diáfano y oxigenado de la zona, situada a 1050 m sobre el nivel del mar. Este artista tenía un pronóstico de seis meses de vida a causa de una



tuberculosis, pero sobrevivió durante 20 años y allí pintó lo más significativo de su luminosa obra.

Para construir su casa taller -hoy museo provincial- Fader eligió el poblado de Loza Corral, paisaje considerado, con toda justicia por el artista, "un país de ensueño".

Este poblado es a su vez, parte de un recorrido más amplio, colmado de testimonios del pasado aborígen e hispánico, con yacimientos de pictografías, antiguas estancias jesuíticas e hitos históricos que caracterizan al norte cordobés. Por allí, a unos 90 km al norte de la ciudad Capital, pasaba el Camino Real al Alto Perú, con destinos clave, como la Posta de Sinsacate y Tulumba.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03521) 420020 / 4200967

MARULL

La localidad de Marull está ubicada en el Departamento San Justo, en el extremo noreste de la provincia de Córdoba, a 16 km de la costa sur de la Laguna Mar Chiquita y a 162 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 19, para empalmar luego con la Ruta provincial 10 y a la altura de Santa Rosa de Río Primero tomar la Ruta Provincial 17.

A las costas del Mar de Ansenusa llegaron a principios de siglo XIX inmigrantes laboriosos que comenzaron a trabajar la tierra y a construir esta ciudad, un bello pueblo que hoy continúa creciendo y se brinda a quienes deseen visitarlo, para disfrutar desde allí las bondades del legendario mar interior que posee la Provincia de Córdoba: la laguna Mar Chiquita, uno de los humedales salinos más importantes del mundo, con 6000 km² de superficie.

Existen en esta laguna numerosos balnearios entre los cuales se destaca la "Laguna del Plata", que en la época estival convoca a miles de visitantes. Por su parte, el río Xanaes, dista a escasos kilómetros de la población, y es el que regala a su paso un hermoso balneario donde disfrutar de sus cristalinas aguas y del contacto con la naturaleza.



La denominación Marull obedece al apellido de la familia fundadora del poblado, quien ordena disponer de un terreno adyacente a las vías del ferrocarril y al lugar donde se instaló la estación, para destinarlo a la fundación de un pueblo. Se toma el 15 de agosto del año 1912 como el de la fundación oficial de Marull, en coincidencia con la Asunción de la Virgen María, su patrona.

Uno de los íconos turísticos de este pueblo es su Iglesia, ubicada frente a la plaza principal, con un estilo arquitectónico de reminiscencias del gótico ojival. Este oratorio, construido en el año 1930, fue donado por los descendientes de la familia Marull en memoria de su madre doña Manuela.

El museo Marull es otro importante referente de la zona, cuenta con 5 salas de exposición denominadas: Los Orígenes, Plujunta, Los Pioneros, La Familia y Los Comercios. Este museo es innovador en el diseño y montaje, por lo que resalta en la zona.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03563) 492030/9 / daniel_marull@hotmail.com

MAYU SUMAJ

La localidad de Mayu Sumaj está situada en el Departamento Punilla, en la zona sur del Valle de Punilla, a 44 km de la ciudad de Córdoba Capital y a 10 km de la ciudad de Villa Carlos Paz, accediendo por la Ruta Provincial 14. Este poblado fue fundado en el año 1949 y su fiesta patronal se celebra cada primero de mayo. La principal actividad económica es el turismo. Mayu Sumaj significa en el dialecto quechua "Río Lindo".

El clima de esta localidad presenta algunas características especiales, el invierno es muy seco, con noches muy frías y los veranos se distinguen por sus elevadas temperaturas, siendo más lluviosos.

La extensión que hoy abarca Mayu Sumaj antiguamente correspondía a campos pertenecientes a Doña Delia Carranza. En el año 1949 estos campos se vendieron a 17 socios que conformaron un loteo y posteriormente, comenzaron a llegar otras



familias. A partir de la década del '70 se produjo un crecimiento de la población estable de la villa.

Actualmente Mayu Sumaj es una Comuna organizada y oficializada como tal, desde el año 1993 por el gobierno de la Provincia de Córdoba.

Se recomienda disfrutar de sus aguas cristalinas y de sus playas. En las tardes de verano, miles de jóvenes se congregan en sus balnearios.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03541) 496075 / mayusumaj@argentina.com / comuna@mayusumaj.gov.ar / www.mayusumaj.gov.ar

MENDIOLAZA

La localidad de Mendiolaza se encuentra ubicada en el Departamento Colón, en el Área turística de Sierras Chicas, a 20 km al noroeste de la ciudad de Córdoba Capital y a 4 km de la ciudad de Villa Allende, accediendo por las Rutas Provinciales E 53 y E. En el año 1786 Don Francisco Javier Eusebio de Mendiolaza, compró una estancia que luego llevaría su nombre y daría origen al nombre a esta localidad.

Mendiolaza es el sitio ideal para la relajación, escuchar el canto de los pájaros, los sonidos de la naturaleza y disfrutar de la práctica de deportes tradicionales. El río brinda momentos refrescantes en el Balneario Municipal, con toda la comodidad para que los turistas pasen un inolvidable día al aire libre, con mesas, asadores y fogones. En este poblado, encontrará además, canchas de fútbol, básquet, bochas y vóley, reunidas en el Polideportivo Municipal.

En las inmediaciones del pueblo, se encuentra un prestigioso Club Hípico en donde se realizan competencias a nivel nacional. Una de las características más llamativas de la ciudad de Mendiolaza deriva de su ubicación, ya que se encuentra a pocos metros de la zona libre de impuestos, lo cual ha generado la construcción de varios complejos residenciales privados.



La mayoría de las serranías cordobesas se caracterizan por su vegetación de poca altura, pero Mendiolaza lo hace por su vegetación frondosa con gran producción de sombra, que combinada con el arrullo del río, nos invita al descanso, la meditación y a lograr el merecido relax que todos buscamos en nuestras vacaciones.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03543) 435150 / www.mendiolaza.gov.ar / mendiolaza@cba.gov.ar

MINA CLAVERO

La localidad de Mina Clavero se encuentra ubicada en el Departamento San Alberto, el Valle de Traslasierra, a 122 kilómetros de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

Mina Clavero es uno de los centros turísticos más importantes de Traslasierra, destacándose por su maravilloso río homónimo. Alrededor del año 1550 esta zona estaba habitada por los indios Comechingones, cuyas poblaciones funcionaban de manera independiente; cada una al mando de un cacique.

Milac Navira era el cacique del clan que habitaba el paraje donde hoy se encuentra ubicada la ciudad de Mina Clavero y a quien el poblado debe su nombre. Con los primeros expedicionarios españoles, viajó el minero Hernando Romero, encargado de tomar las muestras de los minerales de la zona. Es así como a partir del año 1890 se inicia la explotación minera en la zona, lo que contribuyó al desarrollo completo de la región.

Hacia 1890 ya era reconocida la localidad de Mina Clavero por sus baños terapéuticos, debido a las propiedades de sus aguas. Con el paso del tiempo, la población fue creciendo y organizando paulatinamente sus actividades comunitarias. No se conoce una fecha cierta sobre la fundación oficial de Mina Clavero, pero se sabe que en 1887, el cura José Gabriel Brochero convenció a doña Anastasia Merlo para que instalara en este lugar una casa de huéspedes, la que comenzó a funcionar un año más tarde.



El río Mina Clavero, de aguas frías y cristalinas, que baja de las Altas Cumbres, es uno de los principales atractivos turísticos que ofrece la ciudad. A lo largo de su trayecto forma balnearios naturales de playas doradas; con algunas ollas profundas ideales para bañarse.

Luego, el río Mina Clavero se une con el río Panaholma que viene del norte trayendo aguas templadas. Ambas corrientes forman el denominado Río de los Sauces, el más importante del Valle de Traslasierra

En Mina Clavero el clima es saludable. Los días son radiantes y las noches frescas. Gracias a las altas concentraciones de ozono y la baja contaminación ambiental, en el Valle se respira aire puro. Todo allí contribuye para que la Villa sea el escenario perfecto para realización de actividades al aire libre, en pleno contacto con la naturaleza, como trekking, cabalgatas, excursiones en cuatriciclos y 4x4 y visitas guiadas.

También es posible practicar escalada y mountain bike y realizar pesca deportiva de truchas en arroyos cristalinos que atraviesan las sierras. Los amantes de las actividades y deportes náuticos pueden pasear en motos de agua por el Dique La Viña o transitar en kayak los ríos de la zona.

Mina Clavero además cuenta con una importante infraestructura turística que abarca hoteles, hospedajes y hosterías de tres, dos y una estrella. Posee cabañas, camping y casas para alquiler. Acompañan lo anterior una amplia oferta gastronómica y una multitud de opciones a la hora de divertirse durante la noche como casino, bingo, espectáculos, discotecas, bares temáticos, entre muchas más.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03544) 470171 – 470241 / www.minaclavero.gov.ar / informes@minaclavero.gov.ar / turismo@minaclavero.gov.ar

MIRAMAR



La localidad de Miramar se encuentra en el noreste de la provincia de Córdoba en el Departamento San Justo, sobre la costa sur de la gran Laguna Mar Chiquita. Ubicada a 197 km. de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 19, para empalmar luego con la Ruta provincial 10 y a la altura de la localidad de Santa Rosa de Río Primero se debe tomar la Ruta Provincial 17.

Miramar es el único poblado de la Región de Ansenúza que se encuentra a la vera a Laguna Mar Chiquita, que es uno de los humedales salados más grandes del mundo, con una superficie de más de 6000 kilómetros cuadrados. Las características naturales de este inmenso espejo de agua salado, han convertido a la Laguna Mar Chiquita en un “verdadero mar interior”, ideal para la práctica de deportes náuticos, avistaje de aves y pesca.

La localidad de Miramar prácticamente surgió a partir de la construcción de un destacado hotel durante los años 40. Este hotel llamado “VIENA” fue construido por una familia alemana que dadas las propiedades curativas del agua y del barro de la Laguna, decidieron invertir en estas tierras. Este establecimiento fue uno de los más importantes de la provincia de Córdoba, y en él se alojaban las principales familias aristocráticas argentinas. Actualmente el Hotel Viena se encuentra en ruinas, tras haber sido gravemente afectado por las grandes inundaciones producidas por el aumento del nivel de la laguna Mar Chiquita.

La inundación más trágica se produjo en el año 1977, que afectó a la localidad de Miramar y a otros poblados vecinos, produciendo la emigración masiva de familias, que perdieron sus viviendas y todos sus bienes. Con el paso del tiempo, la ciudad se fue recuperando y hoy se posiciona como el destino turístico más importante de la región de Ansenúza.

Miramar se ha convertido en una ciudad de ritmo vibrante con bares, restaurantes y una multiplicidad de negocios, entre los que se destacan los de productos regionales. Año tras año, cientos de turistas visitan Miramar con el objetivo de conocer la laguna de Mar Chiquita, que fue elegida en el año 2008 como la primera maravilla natural de la Provincia de Córdoba, y disfrutar de todas las actividades que se pueden realizar en ella.



Aquellos visitantes interesados en observación de aves encontrarán en Mar Chiquita un lugar paradisíaco, en el que se han registrado más de 150 especies de aves relacionadas con ambientes acuáticos. La Mar Chiquita alberga a una de las colonias de flamencos rosados más importantes del mundo, habiéndose transformado en el ave emblemática del lugar, a los que se suman chorlos, gaviotas, garzas, cisnes blancos y de cuello negro, y diversas especies de patos.

En la Laguna de Mar Chiquita es posible pescar desde la costa o en lancha. Dentro de la cuenca de la Laguna, sólo es posible la pesca de pejerrey, obteniéndose ejemplares de entre 400 y 600 grs. También se pueden practicar deportes náuticos, hacer excursiones guiadas, safaris fotográficos y disfrutar de los mejores atardecer de la Provincia de Córdoba.

Además de ecoturismo, los visitantes pueden realizar actividades vinculadas al turismo salud, aprovechando las propiedades curativas del agua y el barro de la laguna. Por la tarde, quienes disfrutan de la cultura, pueden visitar el museo Aníbal Montes, que propone ciclos y muestras de arte.

Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03563) 493085 / www.turismomiramar.com / miramarencordoba@gmail.com

NONO

La localidad de Nono se encuentra ubicada en el Valle de Traslasierra, a 140 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres.

Su nombre proviene del vocablo quechua ñuñu, que significa "tetras", debido a dos colinas cercanas (Los Nonos), que se alzan sobre la ribera opuesta del Río Chico. El clima de este poblado tiende a ser templado, con temperaturas medias de 28° C en verano y 12° C en invierno. El aire de esta localidad serrana está libre de contaminación y posee ionización negativa, que ayuda al visitante a tener un estado de ánimo tranquilo y contemplativo.



Nono ofrece alternativas para todos los gustos. Caminar por las calles del pueblo, cabalgar por las sierras, realizar excursiones guiadas y disfrutar de la arquitectura colonial, son sólo algunas de las opciones que esta localidad ofrece a los turistas. Se trata de una típica villa serrana, que además de su encantador paisaje, ofrece una excelente gastronomía. Sus habitantes lo definen como el lugar indicado para disfrutar de la comida criolla: cabritos a la llama, asado con cuero, empanadas fritas y truchas rellenas, son los platos tradicionales de la zona.

El protagonista principal de este pueblo durante el verano, es el manso Río Chico, que corre entre rocas y árboles, ideal para el descanso, la relajación y el disfrute de los niños. Por las noches, los turistas pueden concurrir a restaurantes, bares y pubs. Aquellos que prefieran un mayor ritmo nocturno, pueden trasladarse a la ciudad de Mina Clavero, que cuenta con discotecas, casino y bingo.

Para alojar a sus visitantes, Nono posee hoteles, casas de alquiler, cabañas muy confortables y dos campings con servicio de luz eléctrica y agua caliente. Además, a pocos kilómetros del pueblo, se encuentran magníficas estancias de turismo rural, que ponen a los visitantes en contacto con la auténtica vida de campo, pero sin abandonar el confort.

Aquellos visitantes que elijan a Nono como destino turístico, no deben perderse la posibilidad de conocer:

El Museo ROCSEN que se encuentra a 5 km de Nono. Aquí tendrán la posibilidad de conocer un singular Museo que alberga más de 18.000 piezas arqueológicas. El lugar está abierto al público desde las 9.00 hs hasta la puesta del sol, en horario corrido, los 365 días del año.

El Dique LA VIÑA que es uno de los embalses más profundos de Latinoamérica, con su murallón de más de 100 metros de altura y su lago apto para la pesca y los deportes náuticos.

El Cerro CHAMPAQUÍ: A pocos kilómetros de Nono, se encuentra la elevación montañosa más alta de Córdoba, con 2.884 metros sobre el nivel del mar, en donde se pueden desarrollar múltiples actividades de turismo aventura: trekking, cabalgatas y travesías 4 x 4 son las más solicitadas por los turistas.



Para mayor información por favor comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad al

Tel: (03544) 498040 – 498332 / www.nonocordoba.com.ar / areaturismonono@gmail.com

ONGAMIRA

Ubicada a 122 km. de la ciudad de Córdoba, Ongamira es un pequeño paraje situado al norte del Valle de Punilla, asentado en un marco natural y agreste, con abundante vegetación y cascadas escondidas que invitan a la aventura y el descanso.

Este territorio, hace miles de años, albergó a la cultura "Ayampitín". Hacia el año 200 D.C, nuevos pobladores y nuevas costumbres conformaron el pueblo comechingón. En este espacio, los indios comechingones resistieron la llegada de los españoles. Así fue, como en 1574, los últimos comechingones libres murieron en combate, defendiendo sus tierras.

Cada uno de los rincones de este territorio, como el Valle del Silencio y las Grutas de Ongamira, fueron testigos de la ardua batalla que libraron los conquistadores españoles contra los Comechingones, por la conquista de los terrenos.

Ongamira se distingue por ser reserva de aguas termo minerales, de antiguas canteras de cuarzo, reserva de hierbas medicinales y de quebrachos colorados. El arroyo de Los Morteros, camino al mirador indígena, el Cerro Pajarillo y Los Terrones, son sólo algunos de los sitios que componen el ambiente ideal para el turismo ecológico, de aventura y cultural que ofrece este territorio.

Las Cuevas de Ongamira, también llamadas grutas, constituyen la Quinta Maravilla Natural de la Provincia y están a 1500 msnm. Son tres grutas para recorrer en una hora aproximadamente de caminata y en las cuales se pueden observar huellas de la cultura de los aborígenes Comechingones, que habitaron estas tierras.

En Ongamira se encuentra además, una antigua casona convertida en museo dedicado a Deodoro Roca, donde este gran intelectual desarrolló su obra más importante: la Reforma Universitaria de 1918, que se inicia en Ongamira y logra un alcance de nivel internacional. En esta Casa-Museo se exhibe una colección de



piezas arqueológicas, obras de arte y antigüedades que dan testimonio del paso de grandes personajes, que eligieron Ongamira como refugio, atraídos por la belleza del paisaje y la tranquilidad de la zona. La entrada a este Museo es libre, con una contribución voluntaria.

Para mayor información: Tel: (03548) 481538

PAMPA DE ACHALA

Ubicada a 97 Km de Córdoba Capital, la Pampa de Achala es una altiplanicie extendida entre los 1900 y 2300 metros de altura en el Cordón de las Sierras Grandes, ubicada entre los Departamentos de Punilla, San Alberto, Cruz del Eje, Calamuchita y San Javier. Allí las caprichosas formas del relieve albergan un sin fin de especies naturales que la habitan en completa libertad.

La Región de Achala, hasta el año 1767, era parte del conjunto rural de los Jesuitas. Ya en el siglo XX, gracias al auge de la producción ganadera, se establecen numerosas familias, constituyéndose así los primeros asentamientos poblacionales en el lugar.

Por el Camino de las Altas Cumbres, entre Villa Carlos Paz y Mina Clavero, en el Paraje La Pampilla, encontrará el ingreso al Parque Nacional Quebrada del Condorito, creado en año 1996 y único en el territorio provincial, con 40 mil hectáreas. Este Parque fue creado con el objetivo de proteger la naciente de las cuencas hídricas de Achala y el hábitat del cóndor andino.

En el año 1999, el Gobierno de la Provincia de Córdoba declaró a este Parque y una amplia zona circundante como Reserva Hídrica Provincial, protegiendo así uno de los recursos naturales más valiosos de la geografía cordobesa.

La Quebrada del Condorito es una gigantesca grieta de 800 metros de profundidad y 1500 metros de separación en la parte superior de sus paredes. Está ubicada en la ladera oriental de la Pampa de Achala, en el sector más extenso de la Sierra Grande, en la cual es posible admirar especies de flora y fauna únicas en el mundo,



bajo un imponente marco natural. La entrada al Parque Nacional es gratuita y su visita requiere un día casi completo.

La Reserva Provincial Pampa de Achala ocupa 146.000 hectáreas en las que se encuentran los dos cerros más altos de la provincia, el Champaquí al sur, de 2.790 metros y el macizo Los Gigantes al norte, de 2.374 metros.

Cóndores que se precipitan desde la altura en vuelos razantes, pumas, zorros colorados, ríos colmados de truchas, halcones peregrinos, ranitas de zarzal. Todo compone un escenario de perfecto equilibrio natural en donde el hombre puede sentarse a contemplar la magia de la creación.

Para mayor información: pampadeachala.blogspot.com

POTRERO DE GARAY

Potrero de Garay es una bella población que se encuentra bordeando la costa del Lago Los Molinos, a 70 km de Córdoba Capital en el área de Paravachasca, a la cual se accede por Ruta Provincial N° 5, hasta Villa Ciudad de América, desde donde se deben recorrer 6 km hacia el oeste, por ruta pavimentada, la Provincial N° 209.

La historia de estas tierras tiene su origen, como toda la región, en la merced recibida por el Capitán Tristán de Tejeda, en el año 1585 y en los últimos años, ha experimentado un notable desarrollo edilicio, principalmente de lujosas residencias de fin de semana y complejos de cabañas que han comenzado a posicionar al lugar como un nuevo destino turístico de la región.

El trazado urbano que rodea una gran parte del embalse, cuenta con bellísimas vistas del gran espejo en donde se practican las más variadas actividades náuticas y de pesca. Además, su cercanía con las Sierras Grandes hace del lugar un punto de partida de cabalgatas que suelen atravesar extensos bosques de pinos. Con su descomunal inmensidad, el Dique Los Molinos es el sitio ideal para disfrutar de todo tipo de deportes náuticos, recorrer su interminable costa, deleitarse con los sabores de una gastronomía a base de pejerrey y platos típicos.



Desde las cómodas instalaciones de sus múltiples cabañas, complejos hoteleros y bungalows, el paisaje de Potrero de Garay se presenta en toda su grandeza. Entre sus principales atractivos se encuentran, además del Dique Los Molinos, ríos, arroyos con playas naturales, extensos espacios verdes y amplios recorridos de montaña.

Durante casi todo el año se realizan en la comuna festivales de doma. Entre los principales se encuentran la Fiesta Gaucha Fortín Jesús Niño y la Fiesta Gaucha Fortín Martín Miguel de Güemes.

Para mayor información: Tel: (03547) 488314 / potrerodegaray@cba.gov.ar / www.potrerodegaray.gob.ar

QUILINO

La localidad de Quilino está ubicada a 154 km de la ciudad de Córdoba, en el área norte de la Provincia. Una vez que la ruta Nacional N° 9 norte deja atrás a la ciudad de Jesús María, a la derecha aparecerá una bifurcación. Allí nace la Ruta 60, que luego de pasar por Deán Funes, nos deposita en la pintoresca localidad de Quilino. Su nombre proviene de los primitivos habitantes que la poblaron; en lengua aborígen significa “pueblo de la laguna”. Villa Quilino fue fundada en el año 1573, con historias de colonia y colonización, de pueblo aborígen y evangelio europeo. Estación Quilino, en cambio, nace en 1875 sobre la base de un plan de líneas férreas que tenía por objetivo fomentar el progreso de la región. Las expresiones siempre simplificadas de la voz popular designan como iguales a estos dos pueblos y los aglutinan bajo el único nombre de Quilino.

Lo que en ambos poblados persiste es la calidez de su gente, el cuidado de las tradiciones ancestrales y el cabrito serrano, que produce el deleite de todo aquél que lo prueba. Sus pobladores, remontándose a la sabiduría de los habitantes originarios de estas tierras, construyen unas magnificas artesanías, únicas en el territorio nacional.

Desde su nombre hasta las artesanías que se realizan, estos pueblos presentan en cada rincón las huellas la cultura aborígen que residía en el lugar. Además de su



encanto histórico, Villa Quilino cuenta con un Balneario Municipal, provisto de una pileta olímpica y otra ideada para la seguridad y la diversión de los niños.

Esta bella localidad invita al turista a descubrir los misterios que alberga la historia de su Iglesia y asistir a sus festejos patronales, cuando cada 18 de agosto, se le rinde homenaje a San Roque; a la celebración de la Virgen de Nuestra Señora del Valle y a disfrutar de las artesanías que encaran una festividad propia cada enero, como es la Fiesta del Cabrito.

Para mayor información: Tel: (03521) 498002 / www.quilinoeba.com.ar / quilinoturismo@yahoo.com.ar

RÍO CEBALLOS

La localidad de Río Ceballos se encuentra ubicada en el área de Sierras Chicas, a 35 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la ruta E53. Este poblado es uno de los principales centros turísticos del área y está custodiado por la mirada serena del Cristo Ñú - Porá, inmensa escultura que se alza desde la montaña.

Tradicionales Hoteles y Campings están a disposición de los turistas que llegan a las sierras de Córdoba en busca de maravillosos paisajes.

Río Ceballos ofrece atractivos y actividades para todos los gustos. El Dique la Quebrada, ubicado en la Reserva Hídrica Natural del mismo nombre, con una extensión de 4.200 hectáreas, es un sitio ideal para disfrutar de los deportes acuáticos y la vida al aire libre. Recorrer sus costas, admirar el paisaje y perderse entre los rincones serranos, siguiendo el cauce del arroyo Los Hornillos, en donde encontrará un salto de agua de 10 metros de altura, son algunas de las opciones.

Tomando como punto de partida nuevamente el Dique la Quebrada, y emprendiendo el camino hacia Villa Colanchanga, Ud. podrá disfrutar de la Cascada de los Cóndores, que está ubicada en medio de una exuberante vegetación, a la vera del arroyo.

En las cercanías de la Cascada de los Cóndores, se encuentra el Criadero de Truchas H. W. Hecveresna donde se puede pescar, adquirir productos típicos o



deleitarse con los platos típicos del lugar. Este criadero constituye una parada obligada en el recorrido.

El centro de la ciudad de Río Ceballos cuenta con confiterías de muy buen nivel, en donde se combina el exquisito sabor de sus masas típicas, con la inigualable belleza del paisaje serrano. Por la noche, el turista puede optar por recorrer los negocios de productos regionales, visitar su paseo de artesanías tradicionales, probar suerte en el casino o el bingo, o asistir a algún espectáculo en el Anfiteatro Jorge Newbery.

Para mayor información: Tel: (03543) 450048 – 450300 / www.rioceballos.gov.ar / turismorioceballos@gmail.com

RÍO CUARTO

Situada en el sur de la Provincia, la ciudad de Río Cuarto es cabecera del Departamento homónimo y se encuentra ubicada en el oeste de la Pampa Húmeda, en una penillanura al este de la Sierra de Comechingones, a orillas del río del cual tomó el nombre, el Río Cuarto, conocido también como Chocancharava.

Por su tamaño y población, es la segunda ciudad de la Provincia, después de Córdoba Capital, de la que dista a 214 km por Ruta Nacional N° 36.

Eje de comunicaciones y núcleo económico de la actividad agrícola-ganadera de la provincia de Córdoba, la ciudad de Río Cuarto posee un amplio desarrollo comercial y es uno de los principales centros de actividad cultural e intelectual dominadas por su Universidad Nacional, la segunda universidad nacional creada en el territorio de la Provincia de Córdoba.

Su amplio crecimiento urbano, edificios históricos e intensa vida nocturna hacen que Río Cuarto se conozca como El Imperio del Sur. Enclavada bajo la mirada de las imponentes montañas de los comechingones que resguardan los verdes valles y ríos de la zona, ofrece todo el confort y la comodidad de las grandes ciudades y se alza como la puerta de ingreso a ese entorno serrano paradisíaco que la alberga.

Desde esta localidad, se proponen innumerables actividades que tienen como fin surcar los senderos del territorio casi virgen de las Sierras del Sur. A pie, a caballo o en excursiones en 4x4, cada una de las estancias rurales y los escenarios naturales



pueden ser descubiertos con la tranquilidad de saber que de regreso les aguarda una magnífica urbe que brinda toda la comodidad.

Se puede recorrer la historia que le dio nacimiento a la ciudad de Río Cuarto, materializada en las instalaciones de su Museo Histórico Regional, adentrarse en las finas pinceladas de la cultura que se concentran en el Museo Municipal de Bellas Artes, disfrutar de su multiplicidad de restaurantes y bares que nacen entre sus arboladas calles; todo aquí brinda el marco ideal para perderse entre las calles de esta gran ciudad, para disfrutar de cada uno de sus pintorescos rincones. Con su privilegiada ubicación geográfica que la alza como una importante puerta de ingreso a la región sur de la Provincia, con sus hoteles de excelente nivel y su paisaje que conjuga ritmo y comodidad con imponentes escenarios naturales, Río Cuarto espera ser visitada.

Para mayor información: (0358) 4676850 / www.riocuarto.gov.ar / turismo@riocuarto.gov.ar

RÍO DE LOS SAUCES

La localidad de Río de los Sauces se encuentra ubicada en el Valle de Calamuchita, a 184 Km. de Córdoba Capital hacia el sur, accediendo por Ruta Nacional 36 o por Ruta Provincial 5. Para llegar a este pintoresco poblado, Ud. debe dirigirse hasta la ciudad de Embalse y de allí continuar hasta la localidad de La Cruz por Ruta Provincial 23, luego de recorrer 30 Km, finalmente ingresará a Río de Los Sauces.

Las montañas que enmarcan este hermoso poblado llevan el nombre de Sierras de los Comechingones, porque justamente fue ese pueblo aborígen el primero en habitar el suelo de la región. El nombre de esta localidad encuentra origen en que su corazón está atravesado por un cristalino río que se extiende bajo la sombra de innumerables sauces, de allí la denominación “Río de los Sauces”.

Además de su encanto paisajístico y de las huellas de la historia materializadas en morteros y puntas de flecha de alma comechingona, el poblado Río de los Sauces presenta un gran número de actividades relacionadas al turismo alternativo. Recorrer sus rincones, internarse en los múltiples afluentes que bañan sus tierras para



practicar la pesca deportiva de la trucha, remontar a caballo los cerros, buscando los saltos de agua y las quebradas ocultas en el relieve de la montaña, o transitar los senderos del paisaje en bicicleta, son sólo algunas de las alternativas. Aquí la naturaleza regala sus distintos colores en las cuatro estaciones del año y ofrece la posibilidad de vivirla y disfrutarla en todo su esplendor.

El verano en Río de los Sauces comienza con los festejos del año nuevo y el Festival nocturno de Doma y Folklore. Cuando llega el otoño, se realiza el encuentro cultural de La Comarca de Pintores y el tradicional festejo que rinde homenaje al patrono de la iglesia del pueblo, Nuestro Señor de la Buena Muerte. La fiesta patronal de San Roque, el encuentro de los inmigrantes, los festejos del día del estudiante, la primavera y del día internacional del turismo, visten de gala los rincones de la localidad. Cada Noviembre, en el marco de La travesía Gaucha, se enlazan los valles del Río de los Sauces y San Luis; además, se lleva a cabo Enduro la Cancha, la segunda competencia sudamericana que reúne una innumerable cantidad de motos de esa categoría que se internan en el relieve de las sierras de la región.

Para mayor información: Tel: (0358) 4917126 – 4917190 / www.comarcadepintores.com.ar / turismoycultura.rlds@yahoo.com.a

RÍO TERCERO

La ciudad de Río Tercero está ubicada en el Valle de Calamuchita, a 141 Km. de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Provincial Nº 5, atravesando la ciudad de Almafuerite. El origen fundacional de Río Tercero estuvo fuertemente vinculado a la llegada del Ferrocarril. Fue este nuevo elemento de progreso el que definió tanto la estructura, como el paisaje y la función del pequeño poblado de principios del siglo XX. A partir de su instalación en 1912, el ferrocarril se posiciona como el primer motor de desarrollo económico y poblacional de la zona.

En Río Tercero la actividad ferroviaria hizo que el movimiento de la localidad se concentrara en las calles laterales, paralelas a las vías. Así fue creciendo, en las



márgenes del Río Calamuchita, cauce de agua que tiene sus orígenes en las Sierras Grandes y que presenta en su recorrido hasta la ciudad, un sistema de embalses articulados entre los que se desatacan el del Río Tercero y el Dique Piedras Moras. A fuerza de trabajo de sus pobladores, el desarrollo de la ciudad se evidencia hoy en cada uno de los múltiples servicios que brinda. Los senderos urbanos se pierden entre las construcciones que le dieron nacimiento.

Más allá de las huellas de la historia, en los museos de Río Tercero se resguardan y conservan los frutos del arte, la cultura y la ciencia desarrollada en el lugar. Centro comercial con una gran cantidad y variedad de negocios, servicios gastronómicos, hotelería de muy buen nivel, esparcimiento, shopping y venta de productos regionales, todo tiene lugar en esta pujante ciudad del sur de la provincia de Córdoba.

Cuando se busca cambiar el ritmo vibrante de la urbe por un paseo tranquilo, el Balneario municipal y el Área Verde Autóctona, constituyen los lugares ideales para introducirse en la calma y la belleza de lo natural.

Festivales folklóricos, fiestas patronales, carnavales, ferias de relevancia nacional, construcciones religiosas, paseos históricos, ambientes de río y abundante vegetación, son sólo algunas de las cualidades que la localidad brinda.

Para mayor información: Tel: (03571) 422150 / www.riotercero.gov.ar / turismorio3@riotercero.gov.ar

SALDÁN

La localidad de Saldán se encuentra a sólo 22 Km. de la ciudad de Córdoba capital, en el área de Sierras Chicas. Para llegar a Saldan existen dos opciones: desde la ciudad de Córdoba, por la Av. Ricardo Rojas, pasando por Arguello, o por la Av. Goicoechea de la ciudad de Villa Allende, hasta empalmar la calle Caseros que los conducirá a Saldan. Allí lo recibirá el murmullo del río y el verde maravillo del paisaje.



A través de estas dos vías de acceso se ingresa a Saldán, un pequeño pueblo que pese a su cercanía con la capital cordobesa, mantiene intacta su identidad de villa serrana.

La historia de Saldán se inicia con el asentamiento y desarrollo de las primeras comunidades originarias pertenecientes a la etnia sanavirona, poblaciones agrícolas-alfareras dirigidas por una autoridad en carácter de jefe o cacique. Los indios Sanavirones se agrupaban en unidades familiares y respondían a un jefe político al que denominaban Inchín o Charaba.

Esta localidad es una de las pocas que conserva el nombre de su cacique Saldán Inchín, líder máximo de las comunidades asentadas en esta región. Estos pueblos aprovechaban los recursos naturales de la zona para la subsistencia y eran valientes defensores de su territorio.

La localidad de Saldán se distingue por su manso río y por ofrecer al turista un amplio programas de actividades, entre ellas se destacan la posibilidad de visitar la histórica estancia de Luis de Tejeda, el primer poeta criollo, en donde se hospedaron entre otros, El Marqués de Sobremonte y el General José de San Martín. Actualmente esta estancia es propiedad privada.

También en Saldán se puede visitar la Estancia La Querencia. En este lugar funciona una galería de arte, un restaurante de comidas criollas y además se practica equitación y cabalgatas programadas.

Las márgenes del arroyo y su vegetación dan un marco propicio para caminar, recorrer el río a caballo, refrescarse con el agua y disfrutar de la paz de este pequeño lugar de las sierras chicas.

Para mayor información: (03543) 494450 / <http://municipiosaldan.com.ar/> / saldan@cba.gov.ar / munsaldan@dcc.com.ar

SALSACATE

Salsacate se encuentra enclavado en el macizo rocoso de Los Gigantes, en el Valle de Traslasierra y parte del Noroeste provincial, a 189 Km. de Córdoba Capital. Este poblado no posee fecha de fundación oficial, sino que fue formándose con el paso



del tiempo. Los primeros pobladores del lugar fueron los aborígenes que, al mando del Cacique Cusambich, llevaban a delante su cultura que era transmitida y perpetuada en torno a ancestrales fogones. La colonización española produjo la llegada de un nuevo nombre para el lugar.

La particular acentuación con la que los pueblos aborígenes comunicaban su lengua, produjo que los europeos designaran este territorio como Valle de las Campanas, aunque finalmente se impuso el nombre de Salsacate. Enclavada en la Región Noroeste de la provincia Córdoba, esta tranquila localidad refleja su historia en cada uno de los senderos que la atraviesan. El alma aborígen que le dio nacimiento parece haber brindado a sus pobladores un legado de siglos de sabiduría; el respeto y aprovechamiento del entorno natural que la enmarca.

Salsacate se distingue por el armonioso equilibrio entre naturaleza y población. Sus productos típicos son la miel de excelente calidad, las nueces y pasas de higo, los quesillos y pelones, que colman los negocios que pueblan sus calles.

Cada 7 de octubre, Salsacate se viste de gala para dar inicio a sus fiestas patronales que consagran la bendición de la patrona del pueblo. El 9 de Julio es otra de las fechas en las que las calles de la localidad aceleran su ritmo al paso de los desfiles, las actividades deportivas y el aroma de la carne tendida a las brasas. En la última semana de enero, la sincera amistad de su gente, las artesanías y productos típicos se reúnen en la sentida Fiesta Regional del Maíz de la Pampa de Pocho. Desde Salsacate, las opciones para recorrer el Noroeste de Córdoba y el Valle de Traslasierra son múltiples. Así, con un corazón que palpita al compás de la tradición, esta bella localidad siempre lo espera, para que pueda introducirse en sus historias de reminiscencias aborígenes y misterios fe, y pueda adentrarse en ese ancestral equilibrio que su gente mantiene con el entorno natural que la alberga.

Para mayor información: Tel: (03542) 420122



SALSIPUEDES

La localidad de Salsipuedes está ubicada en las primeras estribaciones del cordón montañoso de las Sierras Chicas, sobre la ruta provincial N° 53 que une la ciudad de Córdoba con Ascochinga. Salsipuedes se encuentra a 44 Km. de la capital cordobesa, por el camino que cruza Villa Allende, Unquillo y Río Ceballos, y a 34 Km. por la ruta E53 que nace en el Aeropuerto.

Con su corazón atravesado por el cauce del río Salsipuedes, esta localidad se remonta en su fundación al año 1604. La preservación de las costumbres y la fe tradicional, hacen de este poblado un lugar ideal para el descanso y la recreación. El creador del nombre del pueblo “Salsipuedes” fue el Capitán Juan Bustos, expedicionario español al mando de Jerónimo Luis de Cabrera y primer propietario de estas tierras serranas.

Formado por vertientes naturales y desagües pluviales, a lo largo de su recorrido, el cauce del río Salsipuedes ha ido tomando diferentes formas, y creando balnearios naturales. Luego de su extenso curso, una abundante arboleda les da la bienvenida a los visitantes y marca el ingreso a la localidad.

En el centro mismo de Salsipuedes y desde el año 1870, la Iglesia Parroquial Nuestra Señora del Rosario del Milagro, de arquitectura austera, se mezcla con el hermoso paisaje de las sierras. El primer domingo de cada octubre, y desde hace más de 100 años, las calles del pueblo se llenan de fieles en una tradicional procesión en homenaje a la Patrona de la Villa, la Virgen del Rosario del Milagro.

La Gruta de la Virgen del Valle, es otro de los centros en torno a los cuales, los fieles profesan su religión. Las antorchas iluminan el paisaje serrano, tiñéndolo de misticismo mientras los habitantes de Salsipuedes suben hasta la gruta, en donde los espera silenciosa, la Virgen Morena.

Muy cerca de allí, el hermoso mirador que se alza en Villa Silvina, así como el recorrido por este pequeño pueblo, es otro de los paseos de los que podemos disfrutar. Pese a su cercanía con la ciudad de Córdoba, el mantenimiento de las costumbres y la fe tradicional, hacen de Salsipuedes un lugar provisto de un íntimo misterio, que nace desde su particular nombre, hasta la magia de sus rituales más antiguos.



Para mayor información: Tel: (03543) 492880 / turismo@salsipuedes.gov.ar / prensa@salsipuedes.gov.ar / www.salsipuedes.gov.ar

SAN ANTONIO DE ARREDONDO

San Antonio de Arredondo es una pequeña localidad turística del Valle de Punilla, ubicada a 8 km al sur de Villa Carlos Paz, por la Ruta Provincial 14 y a 44 km de la Ciudad de Córdoba capital. Situada en las márgenes del río que lleva su nombre, San Antonio de Arredondo es una comunidad de cálidas playas de arena, ideales para disfrutar de la tranquilidad y la frescura del entorno serrano.

Provista de restaurantes, camping y casas de alquiler, es el lugar indicado para disfrutar de unas vacaciones en familia. Una de sus ventajas es la cercanía con la ciudad de Villa Carlos Paz, por lo que en minutos, Ud. podrá disfrutar del vibrante ritmo urbano y pasear por calles céntricas.

San Antonio de Arredondo ofrece alternativas recreativas para todos los gustos. Caminar entre pequeñas cascadas y llegar hasta playas de arena. Caminar por senderos de montaña, visitar la Residencia de la Orden Franciscana que se asienta en las márgenes del río, admirar sus increíbles vitreaux y el sagrario construido en mármol y ónix de las Altas Cumbres, son algunas de las opciones que ofrece esta localidad. San Antonio de Arredondo guarda la magia de sus amplias playas y la belleza de sus rincones ocultos.

Para mayor información: Tel: (03541) 496068 / comunadesanantoniodearredondo@yahoo.com

SAN CARLOS MINAS

La ciudad de San Carlos Minas es cabecera del Departamento Minas. Se encuentra ubicada en el extremo nordeste de la provincia de Córdoba, sobre la Ruta Provincial 15, que conecta la localidad de Cruz del Eje con Villa Cura Brochero, a 220 km de la ciudad de Córdoba Capital. En medio de las Cumbres de Gaspar y las Sierras de



Guasapampa, a pesar de su suelo rocoso, San Carlos Minas presenta un clima templado cálido. En sus proximidades se encuentra el Río Jaime y el Arroyo Noguinet, de la Cuenca de Pichanas. Esta zona antiguamente fue habitada desde mucho antes de la llegada de los conquistadores españoles, por los indios comechingones, que desarrollaron allí una primitiva agricultura. El pueblo de indios, que posiblemente se formó por iniciativa de los conquistadores, se llamaba Sancala o San Cala. El nombre de la localidad San Carlos Minas es al parecer, una cristianización del nombre original de Sancala. En este territorio, el 8 de enero del año 1841 tuvo lugar la terrible Batalla de Sancala, sangrienta victoria federal. La población, afectada por el enfrentamiento, se trasladó a una nueva ubicación, donde actualmente se encuentra la localidad de San Carlos Minas. En la madrugada del 6 de enero de 1992, una repentina creciente de los arroyos circundantes arrasó el pueblo, causando la muerte de 30 personas. Tras la tragedia, se realizaron obras de control hídrico para proteger la localidad. Los habitantes de San Carlos Minas se fueron recuperando con el paso del tiempo, ya que las pérdidas económicas producidas por la inundación fueron muy importantes. Actualmente, el paisaje invita a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta. también se recomienda visitar los Cerros Yerba Buena, Poca y Velis, todos de origen volcánico, los cuales otorgan una imagen especial a toda la región.

Distancia a Córdoba 220 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03542) 491155

<http://www.sancarlosminas.info/>

SAN CLEMENTE

San Clemente se encuentra a 79 km. de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta N°5. Este pintoresco poblado, con sus pequeñas callecitas, es un refugio que mantiene intacta la tranquilidad y la belleza serrana, en medio de la inmensidad del Valle de Paravachasca.

A medida que se acerque a San Clemente, Ud. encontrará los solitarios cauces de los Ríos Suela y el San José, que tienen como destino convertirse en el famoso río Anisacate que baña las costas de los apacibles pueblos que limitan con Alta Gracia.



A los pies del poblado de San Clemente, se escurren las calmadas aguas de los arroyos Las Granadillas y Las Tazanas. Uno de los principales atractivos turísticos de este poblado es su centenaria capilla construida enteramente en piedra.

El equilibrio que la localidad de San Clemente ha logrado entre el entorno natural y el urbano se sintetiza en el Córdoba Trucha Club. Allí, en un dique especialmente preparado, se da nacimiento a miles de truchas por mes. Las pequeñas crías permanecen en el estanque por dos o tres meses.

Desde San Clemente se puede visitar el Parque Nacional Quebrada del Condorito, que posee una grieta en la montaña de 800 m de profundidad habitada por una colonia de Cóndores andinos que vuelan a corta distancia de los turistas, brindando un espectáculo inigualable. En este Parque también se pueden desarrollar otras actividades de ecoturismo.

Para mayor información: Tel: (03547) 488804 / comunasanclemente@hotmail.com

SAN ESTEBAN

San Esteban se encuentra a 98 km de Córdoba capital, en el valle de Punilla, accediendo por ruta nacional 38. Este poblado propone a sus visitantes el disfrute de su balneario, de sus pintorescos rincones naturales, de la historia, de su capilla del siglo XIX, de la paz y la tranquilidad que domina el ambiente de sierras.

Este poblado es un oasis de tranquilidad, que se distingue por su microclima, bañado por las nutrientes aguas de su manso arroyo. La infinita gama de verdes que reinan en verano, estallan en los amarillos y dorados de un otoño que viene acompañado muchas veces con la visita de distintos pintores que buscan explayar su paleta sobre el lienzo.

San Esteban es un pueblo de calles angostas y grandes casonas de estilo colonial, que guarda en sus inmediaciones el hogar del escritor Martínez Subiría, oculto bajo el seudónimo de Hugo Wast. Esta residencia data del siglo XIX y fue el lugar en donde el reconocido literato escribió su reconocido libro Flor de Durazno, inspirado en las personas y costumbres de la zona.



San Esteban propone sencillamente el disfrute de su balneario, de sus pintorescos rincones, de la historia de su capilla del siglo XIX, de la paz de un lugar, en donde el tiempo es entendido como era antes y la tranquilidad domina en un ambiente de sierras y colores.

Muy cerca de San Esteban, recorriendo casi dos kilómetros en dirección norte, se encuentra otro poblado lleno de encanto. Dolores es una pequeña localidad que mantiene una hermosa capilla construida entre los años 1731 y 1785, cuyo púlpito y pórtico de algarrobo tallado, así como su antigua imagen de la Virgen de Dolores, se encuentran conservadas en óptimas condiciones.

Para mayor información: Tel: (03548) 494073 / sanesteban@argentina.com /

SAN JAVIER Y YACANTO

Sobre la ruta provincial N° 14, en el valle de Traslasierra, a 220 km hacia el oeste de la Ciudad de Córdoba capital y a 20 km de la ciudad de Villa Dolores, se encuentran las poblaciones de San Javier y Yacanto. En el marco de la construcción del ferrocarril que llegaría a la ciudad de Villa Dolores, las comunidades inglesas encargadas del tendido férreo eligieron a San Javier y Yacanto como los sitios serranos indicados para disfrutar del descanso.

Es así como, desde finales del siglo XIX, la serranía que servía de marco a estas localidades se fue poblando de casonas de estilo británico que se instalaron bajo la solemne mirada de un inmenso cerro. Hoy, con su magnífico balneario, sus hosterías y un hotel que cuenta con campo de golf propio, San Javier y Yacanto constituyen uno de los principales puntos de partida para el turismo de aventura de la provincia.

Desde estas apacibles tierras nacen las excursiones que buscan el ascenso a la imponente mole del Champaquí, el cerro más alto del territorio provincial. En San Javier y Yacanto los visitantes pueden conocer la antigua iglesia, junto a almacenes



y pulperías, pasear a caballos y en sulkys, recorriendo calles de tierra y ranchos de adobe y admirando la arquitectura de casonas del siglo XIX.

La gastronomía tradicional de estos poblados merece un capítulo aparte, en un clima cálido y armónico se disfrutaban los más variados platos típicos y los productos artesanales.

Entre los principales atractivos turísticos que ofrecen estas localidades, se encuentran un taller de piedras preciosas, la Granja Ecológica El Manantial y la Estancia Corralito, donde se puede realizar actividades de turismo de aventura.

Para mayor información: Tel: (03544) 482041 – 482077 / www.traslasierra.com.ar / munisanjavieryacanto@vdolores.com.ar

SAN JOSÉ DE LA DORMIDA

Bella localidad situada en el norte de la Provincia, en la intersección de la Ruta nacional 9 y ruta provincial 16, a 127 km de la Ciudad de Córdoba capital. San José de la Dormida fue habitada hace miles de años por los indios sanavirones tal como lo evidencian los morteros de más de 1.000 años de antigüedad que aún hoy se pueden observar en esta localidad.

En tiempos del Virreinato del Río de la Plata, la zona que los pueblos originarios llamaban Chipitín (hombre del río) se convirtió en un lugar de "dormida" o "dormidero", de descanso y aprovisionamiento de los viajeros que transitaban el antiguo Camino Real. Posteriormente, los inmigrantes que llegaban desde Europa con la intención de afincarse en nuevas tierras, se instalaron en esta región, y a la vera del camino real fueron levantando sus estancias y formando sus familias.

En el año 1857 La Dormida obtuvo el título de Villa y se le agregó el nombre de San José en honor al santo patrono de la comunidad, tuvo su período de mayor esplendor en las primeras épocas del siglo XX, cuando se construyó su centro cultural y social y comenzaron a funcionar las casas de comercio. Más tarde, con la construcción del ferrocarril, la localidad de San José de la Dormida, a diferencia de otros pueblos, se vio seriamente afectada en su población, debido a que sus



habitantes se subían a los trenes para buscar fortuna en otras localidades más grandes.

El ámbito serrano en que se encuentra esta localidad permite realizar actividades como el ciclismo de montaña, caminatas por la zona y equitación.

San José de la Dormida guarda la belleza en cada uno de los parajes que contiene y fundamentalmente, en cada uno de sus habitantes y sus palabras. La consigna es; disfrutar de la tranquilidad que propone el pueblo y adentrarse en los misterios de una historia que se hace presente en la boca de su gente, de sincera y cariñosa amistad.

Para mayor información: Tel: (03521) 497277 / ladormidaturismo@hotmail.com / municipalidadesjladormida@argentina.com

SAN MARCOS SIERRAS

Ubicada a 128 Km. de la ciudad de Córdoba capital, en el valle de Punilla se alza la bella localidad de San Marcos Sierras, enclavada al norte de la ruta nacional n° 38. Este poblado serrano se distingue por la belleza de su paisaje y por resguardar su historia y tradición entre sus pequeñas calles, que siempre conducen a la plaza principal.

Continuando el camino por sus rincones, un cartel llamará su atención; "Museo Hippie". Bajo los algarrobos y aguaribay se encuentra este particular museo que funciona en una casita redonda y blanca, que fue construida especialmente para un parto natural. Como una capilla que guarda en su interior las reliquias religiosas de su credo, esta pequeña casa hippie almacena una multiplicidad de objetos de culto de tinte setentista psicodélico. Discos de Bob Dylan, Pescado Rabioso, Almendra, Luis Alberto Spinetta, Bob Marley; libros de Castaneda, Lao-Tsé y fotos de tiempos de pelo largo y armonía natural.

Por las calles de San Marcos transitan carros tirados por caballos entre los restaurantes y almacenes de la zona. Este paraíso serrano se destaca a nivel regional por su producción de miel y fabricación de productos a base de aloe vera.



Este poblado presenta varias opciones de alojamiento y circuitos de interés turístico y cultural. El Museo Regional Rumi Huasi, los balnearios sobre el Río Quilpo y las diferentes opciones en turismo de aventura como caminatas, cabalgatas y excursiones guiadas, son algunas de las opciones que los visitantes pueden realizar. En lo referido a fiestas tradicionales, desde hace muchos años se celebra en la localidad de San Marcos Sierras la Fiesta de la Miel, que congrega a los productores regionales.

Para mayor información: Tel: (03549) 496137 / www.sanmarcossierras.gov.ar / turismosms@hotmail.com / <http://www.sanmarcossierras.com> / info@sanmarcossierras.com

SAN MIGUEL DE LOS RÍOS

El paraje San Miguel de los Ríos está enclavado en medio de la serranía del Valle de Calamuchita, a 138 km. de la ciudad de Córdoba capital. Las formas de acceso a este poblado son dos: la primera es desde Inti Yaco y Athos Pampa, por el camino que corre entre inmensidades de bosques y rincones mágicos, y la segunda opción de acceso es desde la localidad de Santa Rosa de Calamuchita hasta Yacanto. Allí el camino se pierde en la serranía y lo conducirá directo a San Miguel de los Ríos. Este poblado se distingue por la belleza natural de su paisaje y por el brillo del agua del manso río que surca el corazón del lugar. Aquí la naturaleza invita al visitante a realizar actividades de aventura y ecoturismo. Caminatas entre los senderos de montaña, cabalgatas por inmensos bosques de pinos, excursiones guiadas y paseos en bicicleta son sólo algunas de las alternativas.

Distancia a Córdoba 138 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 485001



SAN PEDRO NORTE

San Pedro Norte se encuentra ubicado a 179 km de la ciudad de Córdoba capital, en el área norte de la Provincia. Esta localidad se distingue por ofrecer al visitante una excelente combinación entre sabores criollos y huellas del pasado colonial.

La Villa de San Pedro Norte fue fundada el 20 de Diciembre del año 1864 y se encuentra a la vera del antiguo Camino Real al Alto Perú, que en tiempos de la colonia funcionó como una estratégica vía de comunicación por la que circulaban comerciantes, intelectuales y ejércitos independentistas.

Sus orígenes se remontan a la merced de tierras otorgadas en el año 1602 al general Luis de Cabrera, hijo del fundador de Córdoba, de la que surgieron con el tiempo varias estancias como San Pedro, Santa Rosa, Santa Clara y San Luis, entre otras.

Este poblado posee el encanto propio de aquellos lugares, donde la historia y el paisaje permanecen detenidos en el tiempo, como esperándolo para sorprenderlo. Sus extensos palmares brindan el entorno natural perfecto para realizar cabalgatas, caminatas y excursiones guiadas.

El Camino Real que pasa por San Pedro Norte, fue transitado por grandes personajes de la historia argentina, entre ellos se destacan Belgrano, Lavalle, Liniers, Lamadrid, y Facundo Quiroga, en viaje hacia su muerte.

La importante tradición histórica de San Pedro Norte y sus grandes riquezas naturales lo convierten en un lugar ideal para disfrutar de experiencias únicas. El pueblo dispone de una plaza colonial recientemente restaurada que se ubica en el centro, y de varias construcciones históricas de casi 200 años de antigüedad. También en el centro de esta localidad, frente a la plaza, se encuentra la iglesia de San Pedro Norte, de arquitectura gótica y con una elevada cruz que se puede ver a kilómetros de distancia. La construcción sigue aún en funcionamiento gracias a reiteradas refacciones efectuadas por la Municipalidad de San Pedro.

A 5 kilómetros de San Pedro Norte se encuentra la tradicional estancia San Pedro Viejo, donde permanece intacta una iglesia cuya construcción data del año 1600, siendo el oratorio más antiguo de la provincia de Córdoba.



Para mayor información: Tel. 03521 – 421516 /
sanpedronorte@solutionsystem.com.ar

SAN ROQUE

La localidad de San Roque está ubicada a la vera de la Ruta Provincial E 55, en el Área de Punilla, a 50 km de la ciudad de Córdoba capital. Antiguamente, en esta zona se levantaba la Estancia Santa Leocadia y una pequeña y antigua capilla en homenaje al patrono del lugar: San Roque. Años más tarde, la construcción del magistral Dique San Roque, que lleva el nombre de este santo, fue el motivo por el cual la estancia y el templo tuvieron que ser abandonados, para permanecer sumergidos bajo las profundas aguas del dique.

Así comienza la segunda etapa de la historia de la localidad de San Roque, ligada a la construcción del paredón que debía contener el embalse y al crecimiento de la localidad vecina llamada Bialet Massé.

Poco a poco San Roque fue creciendo a la vera del dique, que se ha transformado en uno de sus principales atractivos turísticos. Actualmente en el Dique San Roque se puede practicar todo tipo de deportes náuticos, constituyendo un destino privilegiado para aquéllos que deseen disfrutar de noches de pesca y tranquilidad.

En predios de la comuna de San Roque, junto al lago, se encuentra un Monolito que señala el centro geográfico del país, según todavía suelen referir algunos guías de turismo, por resultar una explicación atractiva, atento el carácter central de la provincia de Córdoba. No obstante, la construcción es tan solo el pedestal de un inconcluso monumento en homenaje a Cristóbal Colón, una obra que fue encargada por el Gobierno de la Provincia de Córdoba en el año 1892 y que nunca fue terminada.

En la costa del Lago, además, se alza un bello mirador en el que flamean las banderas de todas las provincias del territorio nacional. Este mirador es conocido con el nombre de Plaza Federal, en medio de la cual se encuentra una urna que reúne una porción de tierra de cada una de las provincias argentinas, como símbolo de unión y fraternidad nacional.



La cercanía que tiene la localidad de San Roque con la ciudad de Villa Carlos Paz y con los demás centros turísticos del Valle de Punilla, es otro de los beneficios que presenta el poblado.

Desde el año 2005, el reconocido festival Cosquín Rock se trasladó desde la ciudad de Cosquín a la Comuna de San Roque, donde existe un predio amplio y adecuado al pie de la montaña, en el que se reúnen miles de fanáticos del Rock Nacional e Internacional cada año, en el mes de febrero.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: 03541 – 448810 / http://www.punilla-turismo.com.ar/san_roque.html

SANTA MARÍA DE PUNILLA

Santa María de Punilla está ubicada a 56 Km. de la ciudad de Córdoba Capital, sobre la Ruta Nacional 38, en el Valle de Punilla. Santa María es un destino ideal para el descanso y la recreación. Aquí el paisaje serrano invita a la realización de actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

En este poblado existe un intrigante edificio que invita a ser descubierto por los turistas, ya que resguarda una apasionante historia. Este antiguo complejo fue construido en el año 1900 y sirvió como Centro Tisiológico para el tratado de enfermos de tuberculosis. Esta residencia funcionó como el primer Establecimiento Antituberculoso de Latinoamérica.

Santa María de Punilla está surcada por el cauce del río Cosquín, que le otorga un valor plus al paisaje. El Balneario Municipal es uno de los lugares más visitados por los turistas durante el verano. El poblado ofrece variadas propuestas de alojamiento, entre las que se destacan un confortable camping, hosterías, cabañas y casas de alquiler.

En esta localidad, los visitantes además de disfrutar del río, pueden conocer la Capilla de San Roque, construida en el año 1899, para suplir la destrucción de la anterior, edificada en el siglo XVIII.



En los alrededores de Santa María de Punilla, también se puede visitar el Molino del Rosario, declarado Patrimonio Cultural de la Provincia de Córdoba. Este Molino fue el primero con movimiento hidráulico, que desde el año 1602 producía harina de cereales. Esta villa serrana es además el escenario de la Fiesta Provincial de la Avicultura, evento que cuenta con la participación de importantes figuras artísticas de nivel nacional.

Para mayor información, comunicarse con la Oficina de Turismo al teléfono (03541) 480035 / 480036.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03541) 480035 - 480036 / santamaria@cba.gov.ar / www.santamariadepunilla.gov.ar/

SANTA MÓNICA

La localidad de Santa Mónica está ubicada en el Valle de Calamuchita, a 116 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Provincial N 5. Se sabe que desde tiempos inmemoriales este privilegiado lugar fue elegido para vivienda y asentamiento de los indios comechingones, primitivos habitantes de la zona de Calamuchita. Santa Mónica es un pueblo agricultor, cazador y alfarero, con cañadas y barrancas, ríos y arroyos, montes de Algarrobos, chañares y espinillos. En este hermoso entorno natural el hombre desarrolló su cultura y su vida.

Transcurría el año 1942, cuando Don Miguel Capuano decide realizar sobre la ribera sur del río Santa Rosa, que atravesaba la Estancia Santa Filomena, el loteo que posteriormente se transformaría en Villa Santa Mónica. A partir de allí, el hermoso y agreste colorido del paisaje fue recibiendo la visita de distintos habitantes y embelesados turistas que a fines del año 1950 ya disfrutaban de hermosas residencias.

Con el esfuerzo de sus pobladores llegó al lugar la energía eléctrica, el agua corriente, el pavimento, el Aeródromo Santa Mónica, la Escuela y el Dispensario, que sumados a los emprendimientos comerciales, satisfacen las necesidades básicas de los visitantes.



Santa Mónica es el lugar de paso obligado para quienes se dirigen a la localidad de Yacanto y balcón privilegiado para admirar y contemplar al imponente Cerro Champaquí de 2790 metros, que es el cerro más alto de la Provincia de Córdoba y las Sierras Chicas.

A más de 60 años de su creación, lo que era potencialmente un futuro turístico, hoy es realidad. Santa Mónica de Calamuchita, ofrece uno de los mejores lugares en el Valle de Calamuchita, para disfrutar de un placentero descanso en pleno contacto con la naturaleza. Durante el día, el paisaje invita a la realización de numerosas actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03546) 429650

SANTA ROSA DE CALAMUCHITA

La localidad de Santa Rosa de Calamuchita se encuentra a 100 km de la ciudad de Córdoba Capital, en el Valle de Calamuchita, accediendo por la Ruta Provincial 5. Santa Rosa, está situada entre el trazado de las Sierras Chicas y la majestuosa mole de rocas de las Sierras Grandes. Es la ciudad más habitada del Valle, cercana a otros destinos turísticos importantes como Villa General Belgrano y La Cumbrecita. En sus orígenes, este territorio fue habitado por los indios Comechingones, que fueron reducidos ante la llegada de los colonizadores españoles. La colonización del territorio del Valle de Calamuchita dio paso a las primeras construcciones jesuíticas, a la explotación de la tierra y a la instalación de diferentes familias. Así, con una historia de más de cuatro siglos, comienza a forjarse el poblado de Santa Rosa, que años más tarde se transformaría en la localidad más poblada del Valle de Calamuchita.

Santa Rosa conjuga su encantador paisaje serrano con una variada oferta en materia de alojamiento y recreación. Cuando el sol sale en la ciudad, el entorno es ideal para la realización de actividades al aire libre. Cabalgatas, caminatas, buceo, pesca, travesías 4x4 y excursiones guiadas, son sólo algunas de las alternativas. El



protagonista principal de la ciudad durante el verano, es el río Santa Rosa, un río manso con hermosas playas y balnearios, ideales para el descanso de la familia y la recreación de los jóvenes.

Además del contacto con la naturaleza, Santa Rosa es un destino turístico ideal para aquéllos que disfrutan de la buena comida. En esta ciudad, las tradiciones centroeuropeas se conjugaron con la identidad criolla, dando origen a recetas deliciosas: cabrito a la llama, asado con cuero, truchas rellenas con hierbas aromáticas, pastas típica, tortas alemanas y flanes caseros, son los platos más solicitados por los visitantes. Por las noches, esta ciudad, tiene una atractiva vida nocturna: restaurantes de primer nivel, confiterías, pubs, boliches, teatros, espectáculos en vivo y casino, son sólo algunas de las alternativas.

Entre los lugares recomendados para visitar se encuentran:

-La Capilla Vieja, construida por la orden de los Jesuitas en el año 1784, que desde 1997 se transformó en Museo de Arte religioso Santa Rosa de Lima

-El Museo Estanislao Baños, inaugurado en 2006, con el objetivo de preservar el patrimonio cultural, arqueológico e histórico de la región.

-El Cerro del Vía Crucis en cuya cima está clavada una gran Cruz, desde donde se obtienen hermosas vistas panorámicas.

.-A pocos kilómetros al sur de la ciudad de Santa Rosa, se encuentra el embalse más grande de la provincia, el Embalse de Río III, ideal para la práctica de deportes náuticos y la pesca deportiva con devolución.

Disfrutar Santa Rosa de Calamuchita supone disfrutar de todas sus caras; la de su historia de fogones originarios y fe jesuítica, la de la paz de sus rincones y la del bullicio nocturno y carácter divertido de su pueblo.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03546) 429651 - 429652 – 429654 / <http://www.starosacalamuchita.com.ar> / turismo@starosa.calamuchita.com.ar / comunicacion@starosacalamuchita.com.ar



SINSACATE

La localidad de Sinsacate está situada a 59 km. de la ciudad de Córdoba Capital, en el Área Norte de la Provincia, sobre un camino de tierra muy famoso a nivel histórico, ya que por allí pasaba el Camino Real al Alto Perú en épocas del Virreinato del Río de la Plata.

Sinsacate se encuentra sobre un ramal del ferrocarril de cargas General Belgrano, aunque su zona de influencia abarca también los terrenos que se encuentran a la vera de la Ruta Nacional 9 Norte.

La historia de este antiguo poblado se remonta al año 1650, cuando el paraje mantenía el nombre de Puesto de San Pablo de Sinsacate. Allí se instaló un pequeño edificio, con una capilla contigua y un molino harinero.

Este paraje adquirió importancia a partir de la creación del servicio regular de correos y así fue como el Puesto de San Pablo de Sinsacate, pasó a llamarse Posta de Sinsacate, y se constituyó en el paso más importante de la provincia de Córdoba, fundamental para el cambio de los caballos y el descanso de los viajeros postales.

El esplendor de esta localidad, nacido de su ubicación estratégica, sirvió de refugio para algunos de los grandes próceres de la historia argentina. Entre los muros del pequeño edificio, resuenan los nombres de los Generales Manuel Belgrano y Juan Lavalle.

La antigua capilla de la Posta de Sinsacate fue testigo del fatídico acontecimiento que terminó con la vida del caudillo riojano Facundo Quiroga en Barranca Yaco. Sus restos fueron velados en la pequeña posta.

Sinsacate está impregnado con la magia y los misterios de la historia. Recorrerlo es tan sólo marcar un punto de partida, es sentir el deseo de caminar por las huellas del Antiguo Camino Real, donde nuestros próceres hicieron una esquina de la Patria Argentina.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: (03525) 421555 – 422247 / sinsacate@coop5.com.ar



TALA HUASSI

La localidad serrana de Tala Huasi se encuentra en el Valle de Punilla, a 48 km. de la ciudad de Córdoba capital, sobre el río San Antonio, a sólo 12 km de Villa Carlos Paz, en un punto estratégico para recorrer los valles turísticos de la provincia.

La localidad de Tala Huasi no cuenta con acceso directo a rutas, por lo que, para llegar a la misma, hay que atravesar el puente que la une con la ciudad de Villa Icho Cruz. El camino de acceso es una serpiente de asfalto que cruza por el corazón de las sierras. A lo lejos, el horizonte se corta con los espectaculares bloques de piedra que forman las altas cumbres. Desde esas alturas, se descuelgan los cauces de agua, que en forma de ríos, bañan hasta las costas de los poblados de Icho Cruz, Tala Huasi y Cuesta Blanca.

El nombre de esta apacible localidad, proviene de la unión de un término español (Tala), con otro quechua (Huasi), por lo que su significado se traduce como "Casa del tala".

Todo aquí conduce al relax en medio de un microclima óptimo para la salud. Playas de cálida arena, senderos que lo pondrán en contacto directo con una naturaleza virgen y paisajes inolvidables. Los caminos de tierra que componen el pueblo, guardan imágenes dignas de una postal serrana. Al medio día, los asadores comienzan a destilar el típico aroma de la carne a las brasas.

En Tala Huasi todo se mueve en un perpetuo equilibrio, el mismo que sirvió de escenario a los antiguos pobladores aborígenes de la zona. Como hace miles de años atrás, el río se une en una ancestral comunión con las costas de arena, el viento abraza las ramas de los árboles y el hombre disfruta de ese paraíso de tranquilidad y frescura.

Es un lugar ideal para la reunión familiar y con amigos, para sentarse en la arena y compartir las rondas de mate y el asado.

Al anochecer, el brillo del agua se apaga. Solo queda el murmullo de un cauce que se estremece en las piedras, en la espuma, a los pies de un gigante de roca dormido bajo las incalculables estrellas de un cielo milenario.



Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad: Tel. 03541 – 495633

TANTI

La localidad de Tanti, se encuentra en el Valle de Punilla, enclavada sobre el faldeo occidental de las Sierras Grandes, a 51 Km. de la Ciudad de Córdoba capital y a 15 kilómetros de Villa Carlos Paz, accediendo por Ruta Provincial 28. Tanti es un paraíso serrano, distinguido por sus hermosos balnearios, ríos cristalinos y asombrosos rincones de cascadas. También es reconocido por constituir la puerta de acceso al Macizo Los Gigantes, que se ha transformado en uno de los centros de escalada en roca más importantes de la Argentina.

Tanti es definido por sus habitantes como un paraje rico en tradiciones y recuerdos históricos, prehistóricos y coloniales que sigue su vida sencilla y tranquila, de acuerdo a las normas que forjaron sus antepasados. La localidad se fue edificando en las márgenes del arroyo Tanti, que le dio el nombre al poblado. Este cauce de agua tiene como destino aumentar el caudal del Dique San Roque.

Fueron los mismos pobladores de Tanti los que con el paso del tiempo construyeron a la vera del arroyo numerosos balnearios y piletas naturales, para la disfrute de los mismo habitantes y de los turistas.

En Tanti, los visitantes podrán sentir el viento en la cumbre de sus sierras, pasear por sus quebradas, sus calles, recorrer los múltiples ríos de la zona y disfrutar de la variada oferta turística y hotelera que presenta. La localidad de Tanti, antiguamente llamada por los indios comechingones “Solar de Piedra”, ofrece numerosos atractivos. Desde los encantos en el centro mismo del pueblo, hasta los relieves y afluentes serranos de sus alrededores.

Conocer Tanti es introducirse en las costumbres de su gente, en la magia de su belleza oculta en una infinidad de quebradas y arroyos, que se brinda a quienes ávidos de naturaleza, llegan a este exótico Solar de Piedra. En el corazón del pueblo se alza imponente la parroquia de Nuestra Señora del Rosario, construida en el año 1880 sobre sólidas paredes de adobe, constituyendo una de las reliquias edilicias más importantes de la población-



Las ruinas coloniales de la zona también componen un paisaje de casonas y estancias que remontan su fundación a 150 años en el tiempo. Muy cerca de este poblado y colaborando con el misticismo del clima, el arroyo Tanti pasea sus cristalinos manantiales, tiñendo con su murmullo el ritmo natural del pueblo. Otro de los atractivos naturales imperdibles que ofrece esta localidad a los turistas es la cascada Los Chorrillos, una de las más hermosas que alberga en Valle de Punilla.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: 03541 – 498457 - 498126 / municipianti@dcc.com.ar /
<http://municipalidadetanti.blogspot.com.ar/>

UNQUILLO

La localidad de Unquillo se encuentra ubicada en el Área turística de Sierras Chicas, a 24 kilómetros de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta Provincial E53. Este poblado serrano se caracteriza por su clima suave y benigno. Su particular hermosura ha sido el motivo por el cual diferentes artistas plásticos decidieron residir entre el verde de su paisaje y el típico ritmo carnavalesco de sus corsos de verano. Lino E. Spilimbergo fue uno de los reconocidos artistas que eligió la localidad de Unquillo para vivir, hasta su muerte en el año 1964. Su casa, actualmente transformada en museo, presenta la magia y el misterio del arte de este pintor, reflejada en sus objetos, algunas de sus pinturas más conocidas y una colección estable de lienzos de Quinquela Martín, Francisco Vidal, Cerrito y José Malanca, entre otros genios del arte.

Unquillo fue también el hogar del maestro Carlos Alonso y el cordobés Álvaro Izurieta, artistas de reconocida trayectoria internacional. A 7 km., en el paraje Villa de Leonor de Los Quebrachitos, el camino conduce a la Capilla Villa Leonor, construida por el artista plástico y astrónomo Guido Buffo. Esta pequeña construcción es un esotérico panteón familiar que posee la forma de caracol y en su interior guarda exquisitos frescos que representan el cosmos, la fragilidad de la vida y la inminencia de la muerte. Guido Buffo construyó esta capilla y cripta como un tributo de gloria y amor a su mujer e hija fallecidas de tuberculosis.



A principios del siglo XX, la localidad de Unquillo fue elegida por la aristocracia rosarina para pasar sus vacaciones, y entre sus arboladas calles que cruzan la Av. San Martín, aun pueden verse algunas casonas de estilo inglés y palacetes de estéticas italiana, construidos por aquellas ricas familias.

Distancia a Córdoba 24 Km / Tél. Oficina de Turismo: Tel: (03543) 15532545 / www.unquillo.gov.ar / turismounquillo@gmail.com

VALLE HERMOSO

La localidad de Valle Hermoso está ubicada en los faldeos de las Sierras Chicas, en el Valle de Punilla, a 76 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Nacional 38. La historia de Valle Hermoso se remonta a la época de la conquista española, cuando alrededor del año 1573 el capitán Don Hernán Mejía de Mirabal realizó una de las primeras expediciones al hoy denominado Valle de Punilla.

Por esos tiempos, las tierras de la actual población de Valle Hermoso fueron adjudicadas al capitán Don Tristán de Tejeda, quien inicia la construcción de una estancia, que hacia el año 1650 pasó a llamarse "San Antonio de la Punilla". La estancia fue comprada luego por Don Francisco Roque de Zevallos quien construyó una Capilla en honor a San Antonio, habilitada en 1735. Se considera al año 1735 como la fecha oficial de fundación del pueblo Valle Hermoso y a Don Francisco Roque de Zevallos como su fundador, aunque en documentos se registra la existencia de este paraje desde año 1584.

Además de la capilla San Antonio, los turistas en Valle Hermoso pueden visitar: -el Museo Municipal Capitán Juan de Zevallos, donde se exhiben importantes piezas de arqueología, y paleontología -la Capilla Cristo del Río y la Gruta de Santa Teresa - sus principales balnearios como Villa Yacoana y Dique La Isla -y la Reserva Natural Vaquerías, perteneciente a la Universidad Nacional de Córdoba. Como su nombre lo indica, en Valle Hermoso reina la belleza de lo natural, la tranquilidad y la paz, todos atributos propicios para el descanso. Este poblado propone además una variada oferta hotelera y de servicios.



El paisaje natural invita a los turistas a disfrutar de actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicletas, travesías en cuadríciclo y excursiones guiadas.

Distancia a Córdoba 76 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03548) 8882729 - 470485 / www.vallehermoso.gov.ar / turimovallehermoso@hotmail.com

VILLA ALLENDE

La localidad de Villa Allende se encuentra en el Área turística de Sierras Chicas, a sólo 16 km. de la Ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta Provincial E 53. Villa Allende se encuentra conectada a la ciudad capital por la Avenida Donato Álvarez, que nace en las inmediaciones del barrio Argüello y con la Avenida Padre Lucchese que enlaza con el Aeropuerto Internacional Córdoba.

La historia de la localidad cuenta que el 14 de marzo del año 1888 los hermanos Manuel Enrique, José Segundo y Guillermo Federico de Allende, hijos de Don Juan Martín de Allende y de Doña Mercedes de Goycoechea, arrendaron por 20 años, a su tío, el Dr. Allende, la Estancia de Saldán. El 26 de marzo del año 1889, estos hermanos formaron una sociedad comercial agrícola con el nombre de "Razón Social José y Guillermo de Allende Hermanos", a la que se agregó, poco tiempo después, un cuarto hermano llamado Juan Martín de Allende.

Los hermanos Allende, conocedores de las condiciones climáticas de la región, por haberla vivido y disfrutado desde su niñez, emprendieron, con visión de futuro, la próspera formación de un pueblo en estos terrenos. Con este objetivo, eligieron un lugar llano, con leves altibajos, rodeado por dos arroyos y bautizaron a la nueva urbanización con el nombre de Villa Allende, en honor a su apellido familiar, en el año 1889.

Villa Allende con el paso del tiempo se transformó en una ciudad de ritmo vibrante y vital. En ella se conjugan naturaleza, recreación, deportes, vida nocturna y confort. Todo esto, en proximidad a los cerros, permite disfrutar de momentos muy especiales y descubrir la magia del lugar, en donde los valores de las pequeñas comunidades, se unen a la pureza del aire serrano.



Distancia a Córdoba 16 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03543) 439132 – 439280 /
www.villaallende.gov.ar / villaallende@cba.gov.ar

VILLA ALPINA

Villa Alpina se encuentra en el Valle de Calamuchita, a 118 km. de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Provincial N 5. El paraje Villa Alpina se encuentra ubicado a solo 40 Km. de la localidad de Villa General Belgrano, por un camino sinuoso de montaña. Este poblado serrano se distingue por la belleza de su paisaje, con inmensos pinares atravesados por el serpenteante Río Los Reartes, formando un entorno de excepcional hermosura.

Tupidos bosques de coníferas, rincones inolvidables y un río colmado de truchas bajo los majestuosos pies del Cerro Champaquí, invitan a los turistas a disfrutar del aire puro y a realizar actividades en contacto con la naturaleza. Villa Alpina está inmersa en una zona de reserva natural, su población estable cuenta con no más de 80 personas, sin embargo posee una importante infraestructura hotelera compuesta por cabañas y albergues preparados para soportar las bajas temperaturas del invierno y brindar la comodidad necesaria para un reconfortable descanso, en medio de la naturaleza en su estado más virgen.

Practicar la pesca deportiva de la trucha, realizar trekking por senderos de montaña, cabalgar a orillas del río y realizar safaris fotográficos, son algunas de las opciones. Desde Villa Alpina se emprende el ascenso hacia el imponente Cerro Champaquí, el pico montañoso más alto de la Provincia, con 2.790 msnm Este cerro se ubica en el sector más occidental de las Sierras de Córdoba, conocido como Sierras Grandes.

Distancia a Córdoba 118 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03546) 420508 /
www.villaalpinacordoba.com.ar



VILLA AMANCAY

Villa amancay se encuentra a a 130 km de Córdoba Capital y a 20Km de Santa Rosa de Calamuchita, es una pintoresca localidad bañada por el lago Cerro Pelado, recorrida por el arrollo Amboy y habitada en el pasado por Los Comechingones, los cuales dejaron rastros de su cultura en esta Villa. Para llegar a Villa Amncay desde la ciudad de Córdoba se debe tomar la ruta provincial número 5.

Esta localidad cuenta con un paisaje único en las sierras cordobesas, donde el turista encontrará balneario, kiosco, camping, museo, biblioteca, poli deportivo, centro de salud, Cuartel de Bomberos, Centro comercial variado y alojamientos turísticos. Esta villa es hermosa todo el año cuenta con un encanto especial en todas las estaciones. Los invitamos a que la visiten y disfruten de este paraíso del valle de calamuchita.

Distancia a Córdoba 130 Km / Tél. Oficina de Turismo: 03546 – 483030 / comunavamancay@gmail.com

VILLA ANIMÍ

Villa Animí se encuentra en el Área turística de Sierras Chicas, a 50 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta Provincial E53 que nace en el Aeropuerto Internacional de Córdoba. Su nombre hace referencia a sus pobladores más antiguos. Antes de la llegada de los colonizadores españoles, el cacique Ani Mí y su tribu habitaban este hermoso paraje de las sierras cordobesas.

De aquel cacique nace el nombre de "Villa Animí" y desde aquellos tiempos florece el encanto de sus senderos, el misterio que guarda el murmullo de su arroyo y la verde belleza de sus costas. El paisaje de este poblado invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como cabalgatas, trekking, paseos en bicicleta y excursiones guiadas. Villa Animí es el lugar ideal para disfrutar del día, junto al murmullo del agua y esperar la noche bajo el estrellado cielo que desde hace miles de años, la alumbró.



Desde este pequeño pueblo, los turistas pueden acceder a otras localidades cercanas como La Granja, Agua de Oro y el Manzano, disfrutando los paisajes particulares que cada una ofrece al visitante.

Distancia a Córdoba 50 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03525) 491212 - 491370

VILLA ANISACATE

La localidad de Villa Anisacate se encuentra ubicada en el Área turística de Paravachasca, sobre uno de los márgenes de la Ruta Provincial N 5, a 43 km. de la Ciudad de Córdoba capital. Esta Villa serrana presenta un hermoso balneario con dos mil metros de costa a la vera de las cristalinas aguas de su cauce serrano. La localidad de Anisacate lleva el nombre del río que la atraviesa y que en lengua aborigen significa "pueblo del cielo". Más allá de estos dominios de verde césped y frondosa sombra, las márgenes del río Anisacate van cambiando.

Recorrer las calles de esta pequeña población es también una forma de conocer el lugar. Allí los turistas podrán visitar los morteros aborígenes que se exhiben en una de sus plazas y la Torre del Ingeniero Dietrich, quien fue el constructor del interesante puente sobre el río Anisacate. Además, el paisaje serrano invita a realizar actividades al aire libre, como caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta, así como también disfrutar de la noche colmada de estrellas en su tranquilo camping o deleitarse con el aroma de la comida casera en sus múltiples cabañas y bungalows.

Entre sus principales atractivos turísticos se destacan la histórica Capilla Ortodoxa Rusa, fundada a fines del siglo XIX por inmigrantes rusos, un molino construido por los jesuitas y un importante balneario que cuenta con varios metros de costa.

Distancia a Córdoba 43 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03547) 492499 – 494052 / www.entuguia.anisacate.com.ar / comunadeanisacate@yahoo.com.ar



VILLA BERNA

La localidad de Villa Berna se encuentra ubicada en el Valle de Calamuchita, a 111 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta Provincial N 5. Villa Berna es una pintoresca población ubicada en el camino que une la localidad de Villa General Belgrano con La Cumbrecita. Para acceder a ella, desde Villa General Belgrano, se debe optar por dos caminos de ripio. Uno de 23 km, pasando por Los Reartes y el otro de 30 km que pasa por Athos Pampa. Ambos caminos se unen en Villa Berna, para continuar luego hacia la localidad de La Cumbrecita.

Esta aldea de montaña se distingue por su aroma a pino y por sus extensos bosques exóticos, que cubren los rocosos faldeos de las sierras. El nombre "Villa Berna" surgió de una antigua hostería situada en el lugar, cuya propietaria Doña Margarita Kellemborg, era originaria de la ciudad suiza de Berna. Esta precursora mujer, además de ser dueña de una gran extensión de campos en la zona, fue quien dio origen a este hermoso poblado serrano, en el momento en que decidió lotear sus tierras allá por el año 1940. Esta localidad se encuentra a más de 1350 msnm y casi al pie del Cerro Champaquí, el Cerro más alto de la Provincia de Córdoba, con 2790 m de altura.

La localidad se distingue por una vegetación abundante y está surcada por los ríos Del Medio y Los Reartes, que le otorga un valor extra al paisaje. Durante el invierno es habitual que se produzcan abundantes nevadas, que tiñen de blanco el paisaje. Villa Berna ofrece, además, establecimientos gastronómicos, hosterías, hoteles y cabañas para alojarse con comodidad durante todo el año. Tiene servicio de telefonía pública, alquiler de caballos y bicicletas. Partiendo desde los hospedajes se pueden contratar excursiones, cabalgatas y travesías 4x4.

Distancia a Córdoba 111 Km

<http://elsitiodelavilla.com/villaberna/> / <http://www.turismocordoba.com.ar/villaberna/>



VILLA CARLOS PAZ

Villa Carlos Paz es una de las ciudades más destacadas del Valle de Punilla. Se encuentra a sólo 36 km. de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la autopista Justiniano Allende Posse. Su núcleo original se encuentra ubicado a orillas del Lago San Roque, a 600 msnm, en el sur del Valle de Punilla y a los pies de las Altas Cumbres.

El centro urbano de la localidad de Villa Carlos Paz está atravesado por el río San Antonio y el arroyo Los Chorrillos, que representan los atractivos turísticos más importantes durante el verano, en cuyas aguas se sumergen miles de visitantes. Esta localidad fue fundada por el estanciero Don Carlos Nicandro Paz, al realizar loteos en la orilla sur del Lago San Roque, en el año 1914. En 1952 Villa Carlos Paz se convirtió en Municipio.

Uno de los rasgos distintivos de esta ciudad, es que se encuentra ubicada sobre las márgenes del lago del Dique San Roque, uno de los más importantes de la Provincia de Córdoba. Clubes náuticos, deportes de agua y pesca, se combinan para convertir a este gran espejo de agua en “la vedette” de esta villa serrana. También Carlos Paz es conocido por ser el epicentro del Campeonato Mundial de Rally, que se realiza hace más de 30 años en la Provincia de Córdoba.

Esta ciudad ofrece atractivos turísticos para todos los gustos, entre ellos se destacan: -El Reloj Cu-Cú construido por alemanes, ubicado en la ruta hacia el Valle de Punilla. -El Complejo Aerosilla que remonta el Cerro La Cruz de 960 msnm. -La Playa de los Hippies, ubicada a 20 km al sur del centro de la ciudad. -El Monumento de La Cruz, desde donde se obtienen hermosas vistas panorámicas del Valle de Punilla. Al maravilloso paisaje de sierras y ríos, se suma el confort de sus servicios e infraestructura.

Distancia a Córdoba 36 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03541) 421624 /
www.villacarospaz.gov.ar /
turismo@villacarospaz.gov.ar



VILLA CIUDAD DE AMERICA

La localidad Villa Ciudad de América se encuentra situada en el Área de Paravachasca, sobre la Ruta Provincial Nº 5, a 61 km de la ciudad de Córdoba Capital, en medio de un escarpado territorio, en lo alto de lomas y sierras, a donde las aguas del enorme Lago de Los Molinos no pueden acceder. Sobre la costa noreste de este gran lago se levanta el poblado Villa Ciudad de América, que ha crecido sostenidamente desde la construcción del dique, a quien debe su origen.

El desarrollo y razón de ser de este pueblo está planteado íntegramente en torno al lago, constituido como su principal atractivo turístico. Al igual que en toda el Área de Paravachasca, una gran parte de sus casas son de fin de semana, aunque la población estable ha crecido significativamente en los últimos años. Es una localidad propicia para realizar actividades al aire libre como trekking, cabalgatas y ciclismo de montaña, además de deportes náuticos y pesca en el embalse del Dique.

El centro de la propuesta cultural de Villa Ciudad de América se concentra en el Museo Señor Journade donde se exhibe una fascinante colección privada de puntas de lanza, agujas, estatuillas y figuras talladas por los indígenas que habitaron hace miles de años en Valle de Paravachasca. La gran mayoría de las piezas expuestas en este Museo fueron halladas en las márgenes del río San Pedro, que recorre la geografía de la región.

La oferta de alojamiento en Villa Ciudad de América es variada e incluye complejos hoteleros y bungalows, junto a confortables estancias rurales, ubicadas en el camino de ripio que une esta comuna con San Clemente.

Distancia a Córdoba 61 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03547) 489101

VILLA CIUDAD PARQUE

La localidad de Villa Parque se encuentra al ingreso del Valle de Calamuchita, sobre Ruta Provincial Nº 5, a 70 km de la ciudad de Córdoba Capital. Hace más de 50 años, un grupo de personas creó a la vera de la Ruta N 5 un loteo que llegaba hasta el río Los Reartes. Finalmente, en el año 1954, se funda la localidad con el nombre



de Villa Ciudad Parque Los Reartes, dos conceptos aunados en una misma denominación.

Por un lado, la designación “Villa Parque” deriva de los numerosos árboles, especialmente eucaliptos y cipreses, que fueron plantados por los primeros pobladores, y por otro lado la denominación "Los Reartes", colocada en honor al río que delimita el antiguo e histórico pueblo vecino del mismo nombre. La comuna de Villa Ciudad Parque se encuentra en la región denominada bosque serrano, formación que se ubica entre los 500 y 1400 msnm. En cuanto a la flora característica de este poblado, podemos citar a especies arbóreas autóctonas como el chañar, espinillio, molle, moradillo, sombra de toro, piquillín y tala.

En cuanto a las especies implantadas por el hombre, en la zona se encuentran importantes plantaciones de coníferas, eucaliptos, paraísos y acacias. En relación a la fauna, podemos encontrar zorros grises, perdices, vizcachas, hurones, iguanas y comadreas. Hoy, Villa Ciudad Parque crece en medio de este hermoso entorno natural; allí se disfruta de la más variada gama de verdes, se escucha el canto de los pájaros, se camina o cabalga por calles poco transitadas y se respira el aire puro de las Sierras Cordobesas.

Es un lugar ideal para el descanso y la vida en contacto con la naturaleza, que ofrece a los turistas confortables balnearios, para refrescarse durante el verano.

Distancia a Córdoba 70 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03546) 486085 - 15482873 / www.ciudadparque.gov.ar / turismo@ciudadparque.gov.ar

VILLA CURA BROCHERO

La localidad de Villa Cura Brochero se encuentra ubicada a 140 km de la ciudad de Córdoba Capital, en el Valle de Traslasierra, a la vera del Río Panaholma, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres. Uno de los principales atractivos de este poblado es su manso río, visitado por miles de turistas



durante el verano, que se distingue por sus aguas meso termales y con propiedades curativas.

La localidad de Villa Cura Brochero, además de las bondades del río Panaholma, cuenta también con el orgullo de haber sido testigo de la gran obra cristiana del Cura Gaucho, José Gabriel del Rosario Brochero, quien con su humanidad y dedicación por los más humildes, dejó un importante legado espiritual, que esta comunidad asume orgullosa.

Marcada por las huellas de los indios Comechingones, la localidad de Villa Cura Brochero, fue fundada en el año 1864 bajo el nombre de Villa del Tránsito, pero en 1916, el por entonces gobernador de Córdoba, Ramón J. Cárcano, dispuso el cambio de su denominación por el de Villa Cura Brochero al conmemorarse el segundo aniversario de la muerte del sacerdote José Gabriel del Rosario Brochero, El sacerdote se radicó en esta localidad en la década de 1870 e inmediatamente comenzó a trabajar por la conversión religiosa de los lugareños y el progreso de la zona.

La construcción de una Casa de Ejercicios Espirituales; un Colegio de Niñas; un Camino Carretero en el Valle del Oeste; un Acueducto en el paraje Los Chiflones; canales de riego, extensión de acequias, establecimiento de molinos y hasta escuelas, son algunas de las obras que este religioso dejó como legado en la comunidad que lleva su nombre.

Distancia a Córdoba 140 Km / Tél. Oficina de Turismo: (03544) 470022 / villacurabrochero@traslasierras.com / www.villacurabrochero.gov.ar

VILLA LAS ROSAS

La localidad de Villa de Las Rosas se encuentra ubicada en el Valle de Traslasierra, a 223 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Nacional N° 20, que inicialmente es autopista a Villa Carlos Paz, atravesando el majestuoso Camino de las Altas Cumbres. Antiguamente, toda la zona del Valle de Traslasierra era



territorio habitado por los indios Comechingones, de quienes aún se conserva la memoria del mítico cacique Guasmará.

El paraje "Villa de Las Rosas" es conocido con este nombre desde el año 1762, a raíz de la abundante cantidad de rosas silvestres que florecían en el lugar. En el año 1897, el poblado adquirió categoría de Municipio. Villa de Las Rosas se encuentra ubicada al pie del Cerro Champaquí, el más alto de la provincia de Córdoba con 2790 m, que le otorga un encanto extra al paisaje. Este cerro se ha transformado en uno de los escenarios naturales preferidos por los amantes del turismo aventura, ya que resulta ideal para la realización de trekking, travesías 4x4, escalada en roca y rappel.

Durante el verano, Villa de Las Rosas ofrece a los turistas el confortable Balneario Guasmará, que se distingue por sus piletas naturales y por su abundante vegetación. Desde este balneario se accede a un serpenteante camino que une las 14 estaciones de un Vía Crucis que conduce a los visitantes hasta una gran cruz, ubicada en la cima de magnífico mirador desde donde se obtiene una vista panorámica encantadora del Valle de Traslasierra.

Distancia a Córdoba 223 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03544) 494407

<http://www.villadelasrosas.gov.ar>

lasrosasturismo@gmail.com

VILLA DE MARÍA DE RÍO SECO

Villa de María del Río Seco está ubicada a 180 km de la ciudad de Córdoba Capital, siendo cabecera del Departamento de Río Seco, en el Área Norte de la Provincia, en el cruce de la Ruta Nacional 9 y la Ruta Provincial 32. En tiempos prehispánicos, los pueblos indígenas dejaron sus huellas en estas tierras a través de pictografías realizadas en cuevas, aleros y mogotes.

Según registros, el asentamiento estable en este poblado data del siglo XVII, cuando los conquistadores españoles construyeron una posta en el tramo del Camino Real



que unía a la ciudad de Córdoba con las regiones mineras del Alto Perú. La fundación oficial de esta Villa fue realizada por el Marqués Rafael de Sobremonte en el año 1798, con el nombre de Río Seco.

En el centro de la localidad se encuentra una antigua Iglesia Parroquial dedicada a la Virgen del Rosario y en su interior se conserva una antigua escultura de esta advocación. Dicha imagen es considerada una reliquia por su importante valor cultural e histórico, ya que data del año 1690 y fue llamada por los pobladores "La Cautivita" pues estuvo secuestrada por un malón de indios aunque luego fue rescatada.

Villa de María del Río Seco se distingue por su maravillosa combinación entre naturaleza e historia. Estas tierras resguardan el recuerdo de grandes personalidades como el poeta Leopoldo Lugones, cuya antigua casa natal fue convertida en un hermoso museo donde se exponen objetos personales de la vida del escritor.

Distancia a Córdoba 180 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03522) 422202

muni-vdm@arnet.com.ar / http://es.wikipedia.org/wiki/Villa_de_Mar%C3%ADA

VILLA DE SOTO

La localidad de Villa de Soto se encuentra en el Departamento Cruz del Eje, en el Valle de Punilla, a 175 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 38. Los bosques serranos de Villa de Soto fueron habitados por los indios comechingones hace cientos de años. En 1573, los colonizadores españoles intentaron ocupar la región en nombre de sus reyes, pero fueron resistidos por estos pueblos originarios, debiendo desistir de su intención.

Posteriormente, alrededor del año 1600, los españoles luego de varios intentos, finalmente se apoderaron por la fuerza de estas tierras. Años más tarde, el por entonces gobernador de la provincia de Córdoba, cedió estos terrenos a Don Tristán de Tejeda y así fue como los ranchos y el aserradero del llamado "Valle de Chuto"



quedaron oficialmente en poder español. En el año 1660, el gobernador Jerónimo Luis de Cabrera ordena cambiar el nombre de "Valle de Chuto", que hacía referencia al cacique "Ojos Lindos", por el nombre Villa de "Soto", palabra que en castellano antiguo significa "Valle Fértil". La localidad de Villa de Soto es definida por sus habitantes como un pueblo caracterizado por el vivir sencillo de su gente, atravesado por importantes hechos del pasado histórico, que aún pueden sentirse entre sus calles.

Frente a su plaza, rodeada por una gran arboleda, se encuentra La Recova, que conserva los secretos de aquellas antiguas luchas entre unitarios y federales. Además de estas propuestas de interés cultural, Villa del Soto ofrece variadas opciones para disfrutar al aire libre. Durante el verano, a 5 km del pueblo, los visitantes pueden disfrutar del confortable balneario La Toma, donde el ecoturismo, el turismo aventura, la pesca, el trekking, la escalada, el avistaje de flora y fauna y los safaris fotográficos, son algunas de las alternativas.

Distancia a Córdoba 175 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03549) 480432 / 480507

www.villadesoto.gov.ar / vdesoto@levinet.com.ar

VILLA DE TULUMBA

Villa Tulumba es una localidad del Área Norte de la provincia de Córdoba, cabecera del Departamento Tulumba, ubicada a 143 km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Nacional 9, para empalmar luego con la Ruta Provincial 16 que une Deán Funes con San José de la Dormida. Toda la zona de Villa Tulumba, antiguamente estuvo habitada por los indios Sanavirones, quienes dejaron un importante legado cultural a través de pinturas rupestres realizadas en las paredes de piedra del Cerro Colorado y el Cerro Inti Huasi.

En el cerro Inti Huasi (nombre que en lengua aborigen significa Casa del Sol), los indios Sanavirones tenían sus centros religiosos, donde adoraban al Dios Incaico del Sol. Sus pictografías le han dado fama mundial a la región, posicionándola como uno de los yacimientos arqueológicos más importantes de Latinoamérica. Villa de



Tulumba es uno de los pueblos más antiguos de la Provincia de Córdoba y tiene sus orígenes en antiguas estancias concedidas como merced a los primeros conquistadores españoles.

Este pueblo no se generó a través de un acta fundacional sino que más bien, se fue conformando a partir del año 1585, en la Merced de las tierras de Chipitín, actual San José de la Dormida, concedida al Escribano Don Juan Nieto, en los terrenos vecinos a la merced de Don Francisco Blásquez, donde quedaría emplazada finalmente Villa de Tulumba.

Este poblado posee una ambientación especial, que permite al turista retroceder en el tiempo y ubicarse a mediados del siglo XIX. Sus calles empedradas, sus farolas antiguas y las añejas construcciones, forman parte de una decoración especialmente pensada para recuperar detalles del pasado colonial.

Distancia a Córdoba 14 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03521) 496050

<http://www.tulumbaargentina.com>

tulumba@tulumbaargentina.com

VILLA DEL DIQUE

La localidad de Villa del Dique se encuentra ubicada en el Valle de Calamuchita, a 118km de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por la Ruta Provincial N° 5. Villa del Dique es una ciudad turística por excelencia. Sus fundadores decidieron llamarla "Villa del Dique" por lindar precisamente con el Dique Embalse de Río Tercero, que fue inaugurado en el año 1934, siendo uno de los diques más grandes de la Argentina.

Esta hermosa localidad serrana fue fundada en el año 1935, siendo su Santa Patrona Nuestra Señora de Pompeya, a la que se conmemora cada 11 de Octubre. Esta ciudad brinda al turista variadas posibilidades recreativas para disfrutar durante todo el año. Allí el paisaje invita a desarrollar actividades al aire libre como trekking, pesca, windsurf, natación, excursiones todoterreno, buceo y parapente. Durante el



verano, esta localidad cautiva al visitante con sus playas y entorno natural, ideal para acampar y disfrutar de jornadas a puro sol y en familia.

En sus alrededores cuenta con confortables campings con asadores, energía eléctrica, iluminación, agua caliente, proveeduría y todo lo necesario para una agradable estadía. Dentro de sus principales atractivos turísticos, en Villa del Dique se puede visitar la antigua Capilla San Casimiro, que funcionó durante largos años como un templo para los fieles católicos, en. Actualmente, el predio funciona como residencia temporal de religiosos, misioneros y grupos juveniles.

Distancia a Córdoba 118 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 497215 / 497241

<http://www.vadeldique.com.ar/>

munivdeldique@grandeslagos.com.ar

VILLA DEL TOTORAL

Villa del Totoral está ubicada en el Área Norte de la Provincia, a 81 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Nacional 9. Se encuentra a la vera del histórico Camino Real, que antiguamente recorría casi la totalidad del Virreinato del Río de la Plata, puesto que unía el Alto Perú con la ciudad de Buenos Aires. Los primeros habitantes de Villa del Totoral fueron los aborígenes Comechingones.

Esta civilización vivía en cavernas subterráneas y se dedicaba a la agricultura y a la ganadería. Los colonizadores españoles llegaron a la región norte a través del Camino Real que habían marcado los aborígenes y los dominaron, ocupando sus tierras. En el año 1591 Don Pedro Luis de Cabrera, compró la merced de tierras y formó la Estancia de San Esteban del Totoral, proviniendo este nombre de la gran cantidad de plantas de totoras que existían en la región. Se toma como fecha oficial de fundación de Villa del Totoral al 6 de Agosto de 1860, fecha en la cual se promulgó la ley provincial para el trazado de la misma.

Esta ciudad colonial fue fundada sobre una estructura de damero, donde en el centro se ubicaba la plaza y alrededor de la misma se desarrollaba la población.



Frente a esta plaza se encontraban las sedes institucionales más importantes del poblado. Para información de los turistas, Villa del Totoral ha sido cuna de importantes escritores, poetas y pintores, así como también ha sido lugar de residencia e inspiración de grandes artistas de reconocimiento mundial como Pablo Neruda y Rafael Alberti.

En Totoral durante el verano, los turistas pueden disfrutar de la costa del río y aprovechar su Balneario, realizar cabalgatas y caminatas, así como también paseos en bicicleta y zafaris fotográficos.

Distancia a Córdoba 81 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03524) 471856

<http://www.villadeltotal.info>

turismo@villadeltotal.info

VILLA DOLORES

La localidad de Villa Dolores está ubicada en el Valle de Traslasierra, a 170 km de la ciudad de Córdoba capital, a la vera de la Ruta Provincial 14. Villa Dolores es el centro comercial más importante de la zona de Traslasierra. Esta ciudad fue fundada el 21 de abril del año 1853 por decreto sancionado por el gobernador de Córdoba, Don Alejo Carmen Guzmán.

Por aquel entonces, eran muy pocas las personas que habitaban esta zona, pero con el paso del tiempo la población fue creciendo en número y en infraestructura. El asentamiento definitivo se produjo el 27 de febrero del año 1856 en el paraje Paso de León, ubicado en la franja sur del río de Los Sauces y, al inaugurarse la capilla Nuestra Señora de los Dolores, se le asigna el nombre de Villa Dolores a esta localidad.

La ciudad de Villa Dolores es definida por sus habitantes como un tradicional pueblo de características coloniales. Allí el pasado y el presente conviven en un envidiable equilibrio. Cada rincón de la Villa mantiene las más profundas tradiciones de la cultura y la gastronomía criolla, servicios que brinda en modernas instalaciones provistas de todo el confort.



Sus calles de frondosos árboles y cuidados jardines son sólo una muestra de la verde frescura que enmarca la localidad. En sus alrededores, el paisaje se presenta único e invita a recorrer las caprichosas formas del relieve de las sierras. Recorriendo pocos kilómetros, el turista podrá internarse entre senderos de naturaleza casi virgen, con la tranquilidad de saber que de regreso lo esperará un cómodo alojamiento y el entretenido ritmo nocturno del centro de la ciudad.

Distancia a Córdoba: 170 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03544) 423023

<http://www.conozcavilladoloresh.com.ar/>

villadoloresturismo@yahoo.com.ar

VILLA FLOR SERRANA

El poblado Villa Flor Serrana se encuentra en el Valle de Punilla, a 50 km de la ciudad de Córdoba capital y a 15 km de Villa Carlos Paz, accediendo por Ruta Nacional N° 38 hasta empalmar con la Ruta Provincial N 28 que lo conducirá hasta la localidad de Tanti, para recorrer luego 5 km hasta la tranquila Villa Flor Serrana. Allí, el paisaje se compone de pequeñas calles, chalets, casas de veraneo y un fantástico arroyo llamado Cristal, que en su nombre lleva el carácter traslúcido y puro de sus aguas.

En las márgenes del arroyo Cristal, entre las colonias de veraneo y los servicios de hotelería y bar, van surgiendo balnearios y ollas que entre sus rincones albergan fantásticas cascadas. Una de ellas es la cascada “Trompa del Elefante”, con profundos pozos de agua y rocas. A Villa Flor Serrana se puede acceder a pie, a caballo, o en automóvil, partiendo desde la localidad de Tanti, luego de recorrer 5 km. Allá en el horizonte, la inmensa mole de roca del Macizo Los Gigantes custodia el paraje.

Villa Flor Serrana se distingue por sus tranquilos balnearios, ideales para los niños, ya que presentan todas las posibilidades para ser disfrutados sin peligro. Uno de los balnearios más concurridos en el verano se encuentra sobre el arroyo Toro Muerto,



donde existen piletones, ollas y laberintos rocosos, que fue formando el paso del agua a lo largo de miles de años. Para alojar a sus visitantes, Villa Flor Serrana cuenta con cabañas para alquiler y un excelente camping privado, con todos los servicios necesarios para garantizar una confortable estadía.

Distancia a Córdoba: 50 Km / www.cba.gov.ar / http://es.wikipedia.org/wiki/Villa_Flor_Serrana

VILLA GENERAL BELGRANO

La localidad de Villa General Belgrano se encuentra en el Valle de Calamuchita, a 89 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Provincial N° 5, pasando por Alta Gracia y el dique Los Molinos. Nacida principalmente de colonias alemanas, Villa General Belgrano conjuga el encanto particular de las sierras cordobesas con las construcciones alpinas que nos remontan a paisajes europeos.

Su arquitectura es maravillosa, la mayoría de los edificios del centro de la ciudad están contruidos en madera, con pintorescos carteles indicativos y las calles y plazas principales están adornadas con flores durante todo el año. La localidad de Villa General Belgrano comenzó a forjarse en el año 1932, con la llegada de inmigrantes de origen alemán, suizo y austríaco, cuyas costumbres y tradiciones se fueron combinando con las de los pueblos nativos, hasta convertir a esta pequeña villa serrana en una ciudad de mágicos rincones y costumbres.

En el año 1940, Villa General Belgrano tuvo un importante desarrollo a partir de la llegada de los marineros del acorazado "Graf Spee", quienes comenzaron a trabajar junto a los lugareños para construir este pueblo que se convirtió en uno de los centros turísticos más importantes de la Provincia de Córdoba.

En esta villa serrana las reminiscencias de la buena cocina se hacen presentes en todo momento. Las más exquisitas recetas centroeuropeas, tienen además festejo propio. Es el caso de la Fiesta de la Masa Vienesa, celebrada durante Semana Santa, y de la Fiesta del Chocolate Alpino, celebrada durante las vacaciones de invierno, gracias a las cuales la localidad de Villa General Belgrano se colma de



montañas de postres y finísima repostería, acompañada de espectáculos musicales en vivo.

Distancia a Córdoba 89 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 461215

<http://www.vgb.gov.ar>

info@elsitiodelavilla.com

VILLA GIARDINO

Villa Giardino se encuentra ubicada en el Valle de Punilla, a 83 Km. de la Ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Nacional N° 38. La localidad de Giardino ha sido privilegiada por la naturaleza, con un microclima de alta montaña que permite disfrutar todo el año de sus campings, balnearios y paisajes de inigualable encanto.

Esta hermosa villa turística, residencial y pujante, ofrece un paisaje de amplia variedad geográfica. Para conocerla, se deben recorrer sus calles, sus bares y restaurantes, adentrarse en el paisaje de sus alrededores y remontar el simpático camino de los artesanos.

El camino de los artesanos es uno de los principales atractivos turísticos que posee Villa Giardino. Se trata de un sendero de 12 km, a lo largo del cual los visitantes van descubriendo pequeños negocios en donde se pueden degustar productos regionales y admirar las creaciones de artesanos de la zona. En Villa Giardino, la hermosura del paisaje natural se combina con una variada gama de actividades relacionadas con el turismo de aventura. Caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas, son algunas de las opciones.

Distancia a Córdoba 83 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03548) 491342

<http://www.villagiardino.gov.ar>

turismo@villagiardino.gov.ar



VILLA ICHO CRUZ

Villa Icho Cruz se encuentra en la región sur del Valle de Punilla, a 47 km de la ciudad de Córdoba capital y a 14,5 km de Villa Carlos Paz, accediendo por la Ruta Provincial N° 14, aledaña a la comuna de Tala Huasi. El camino de acceso es una serpiente de asfalto que cruza por el corazón de las sierras. A lo lejos, el horizonte se corta con los espectaculares bloques de piedra que forman las altas cumbres.

Desde esas alturas se descuelgan los cauces de agua, que en forma de ríos, bañan las costas de las localidades de Icho Cruz, Tala Huasi y Cuesta Blanca. Icho Cruz se presenta como un destino ideal para la reunión familiar y con amigos. Todo allí conduce al relax en medio de un microclima óptimo para la salud; con playas de cálida arena y senderos que ponen al visitante en contacto directo con una naturaleza virgen.

El nombre de Icho Cruz significa, en la lengua quechua Cruz de paja o palo. La principal actividad económica de este poblado es el turismo, pues resulta un destino estratégico rodeado de sierras y un hermoso río, que lleva el mismo nombre de la localidad. Para alojar a sus visitantes, la localidad de Icho Cruz posee casas de alquiler, complejos de cabañas y campings muy bien equipados.

A esta infraestructura se suman balnearios, canchas de paddle, de tenis, club social, confiterías, pubs, sala de videos y juegos, parrillas y restaurantes. Durante el verano, además de disfrutar del río, los turistas pueden realizar un sin número de actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en bicicleta y excursiones guiadas.

Distancia a Córdoba 47 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03541) 495638

<http://www.villaichocruz.com.ar>

ichocruz@datafull.com

VILLA LOS AROMOS



Villa Los Aromos está situada en el Departamento Santa María, en el Área de Paravachasca, a 51 km de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Provincial N° 5, a la vera del Río Anisacate. En medio de ese destello de colores y sonidos que caracterizan al área turística de Paravachasca se levanta el poblado de Villa Los Aromos, surgido por iniciativa de Don Virginio Rudellat, quien en el año 1944 adquirió y preparó estas tierras para un loteo que fue aprobado en el año 1946, justamente el día 7 de septiembre, que se toma como fecha oficial de fundación de la localidad.

Villa Los Aromos, con sus callecitas en perfecto estado y una hermosa costanera, mantiene sus construcciones con la mayor prolijidad y cuidado posible, siendo uno de los destinos más atractivos del área, por su imponente paisaje natural, que invita a la realización de actividades al aire libre, como cabalgatas, trekking y ciclismo de montaña.

El Río Anisacate atraviesa esta villa serrana y en sus costas existen confortables balnearios con playas de arena, que se distinguen por sus ollas naturales y su infraestructura instalada bajo tupidas arboledas.

Distancia a Córdoba 51 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03547) 494060

<http://www.villalosalromos.com.ar/>

villalosalromos@fullzero.com.ar

VILLA PARQUE SIQUIMAN

Villa Parque Siquiman se encuentra en el Valle de Punilla, a 53 km. de la Ciudad de Córdoba capital, accediendo por Ruta Nacional N°38. Esta encantadora villa serrana posee una ubicación privilegiada, desde ella se puede observar el Lago San Roque, y en él, verse reflejado la cadena de sierras que lo rodea, los colores verdes de las distintas especies de árboles y arbustos, conformando un patrimonio natural imponente.



Villa Parque Siquiman se distingue por su aire límpido y renovador, bellos paisajes y una gran variedad de aves. La villa está demarcada por las aguas del lago San Roque, los arroyos Las Mojarras y Las Catas. Goza de un clima Templado Serrano y las lluvias se producen en las estaciones de primavera y verano. Las temperaturas presentan una gran amplitud diaria y anual, por lo cual se encuentran bien marcadas las estaciones.

Parque Siquiman en la lengua de los indios Comechingones significa "Unión de los Ríos", ya que en estas tierras antiguamente se producía la unión del Río Cosquín con el de Las Mojarras, antes que se construyera el Dique San Roque, que inundó dicha confluencia. Esta localidad serrana presenta un soporte geográfico rico en accidentes topográficos, caracteres hídricos y recursos naturales de flora y fauna con gran contenido de estética ambiental. Cuenta con hoteles, complejos de cabañas, camping, centros recreativos, todos de muy buen nivel.

El paisaje natural que rodea al poblado de Villa Parque Siquiman invita a los turistas a realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas, paseos en mountain bike o moto cross, actividades náuticas y pesca. En Villa Parque Siquiman se celebran jineteadas y fiestas gauchas de gran colorido y destreza, durante diferentes festividades como la del Santo Patrono, San Pedro Pescador, que se realiza el 29 de Junio, con una especial Fogata durante al atardecer.

Distancia a Córdoba 53 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03541) 440212

<http://www.vivasiquiman.com.ar>

info@vivasiquiman.com.ar

VILLA RUMIPAL

Villa Rumipal se encuentra en el Valle de Calamuchita, asentada sobre uno de los márgenes septentrionales del embalse del Río Tercero, a 117 km al sudoeste de la ciudad de Córdoba capital, accediendo por la Ruta Provincial N 5.



Villa Rumipal es una de las localidades de mayor crecimiento turístico de los últimos años. Es una zona turística por excelencia, que aprovecha su magnífico entorno de montañas y lago para ofrecerse como una de las atracciones más interesantes del Valle de Calamuchita. Su nombre proviene del vocablo "Rumi", que en lengua comechingón significa piedra, y del vocablo "Pal", que en lengua mapuche significa "Estrella".

Esta bellísima localidad de Calamuchita tiene el privilegio de combinar dos de los componentes más característicos del paisaje cordobés: hermosas playas de arena blanca, con ríos cristalinos y un lago majestuoso. Fundada en el año 1930 y enmarcada por el cordón montañoso de las sierras chicas esta villa se fue extendiendo a la vera del imponente Embalse Río III, donde se pueden practicar deportes náuticos a vela o motor y pescar pejerrey.

La oferta del embalse es muy variada, con bares, paradores y campings de excelente nivel. Pero además del lago, Villa Rumipal ofrece a los turistas el encanto de su río, el río Santa Rosa que serpentea entre sus inmediaciones, formando una hermosa playa de arena bajo la imponente mirada de las sierras chicas. Uno de los pasatiempos predilectos de muchos visitantes es escalar el cerro donde se levanta el famoso torreón, réplica de la torre de un castillo hispano, que ha sido transformado en un lugar de venta de artes regionales, que cuenta además con un laberinto y juegos infantiles.

Distancia a Córdoba 117 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 498272

<http://www.villarumipal.com>

rumipalturismoycultura@hotmail.com

VILLA SANTA CRUZ DEL LAGO

La localidad de Santa Cruz del Lago se encuentra ubicada a la vera de la Ruta Nacional 38, en el Área de Punilla, a 47 Km. de la ciudad de Córdoba Capital, Esta villa serrana se distingue por la belleza de su paisaje natural y por su tranquilidad. Desde esta localidad se obtiene una visión espectacular del lago San



Roque al este, el cordón de las Sierras Grandes al oeste y las Altas Cumbres al sudoeste.

Santa Cruz del Lago nació como una de las primeras colonias de vacaciones instaladas sobre el camino a Tanti. A un costado de la ruta, se encuentran los parques de juegos más importantes de la región: el conocido Complejo Pecos y Mundo Fantástico, ideales para los niños y jóvenes.

Entre los muros del Complejo Pecos, los visitantes pueden disfrutar del laberinto de los espejos, entrar en una inmensa jaula repleta de pájaros, o visitar el serpentario. Pero este paseo es sólo la antesala; detrás de Pecos se encuentran las instalaciones del Parque Mundo Fantástico, con su gran caballo de Troya y sus inquietantes pirámides.

Para completar el paseo por la zona, es posible visitar dos localidades muy próximas a Santa Cruz del Lago, el primer poblado es Estancia Vieja, con un imponente paisaje serrano desde donde se aprecia el Cordón montañoso de las Altas Cumbres; el segundo poblado es la localidad de Tanti, reconocida por su hermoso balneario.

Para mayor información comunicarse con la Oficina de Informes de la localidad:

Tel: 03541 - 494378 / Fax: 426450 / villastacruzdelago@hotmail.com / comunasantacruzdelago@yahoo.com.ar

VILLA YACANTO

Villa Yacanto está ubicada en el Valle de Calamuchita, a 122 km. de la ciudad de Córdoba Capital, accediendo por Ruta Provincial N 5. Villa Yacanto es un pequeño "pueblo boutique" de las sierras cordobesas, ideal para descansar en medio de la naturaleza. Los requisitos para llegar hasta Yacanto, no son complicados, pero es necesario conocer las diferentes opciones.

La primera opción propone partir desde la localidad de Villa General Belgrano, remontando las inmediaciones de Athos Pampa e Inti Yaco, donde el camino lo conducirá por hermosos paisajes, en medio de bosques y laderas. La segunda opción, propone atravesar la localidad de San Miguel de los Ríos, para acceder a los



mágicos paisajes de Villa Yacanto. La tercera y última opción propone tomar el camino que nace en la localidad de Santa Rosa de Calamuchita, que por ruta pavimentada conduce hasta Yacanto.

El paisaje que ofrece esta localidad es inigualable, ya que además de las verdes montañas, está surcada por siete hermoso ríos, en los que se pueden practicar deportes náuticos, además de disfrutar de sus playas y paradores. Yacanto es un destino ideal para el verano, ya que ofrece a sus visitantes sierras, sol y ríos, además del encanto de su historia, el aroma de su gastronomía tradicional, el paisaje de sus calles y su hermosa iglesia. Allí el entorno natural es ideal para realizar actividades al aire libre como caminatas, cabalgatas y paseos en bicicleta.

Desde Yacanto, los turistas pueden visitar otros poblados encantadores del Valle de Calamuchita como El Durazno, La Florida y San Miguel. Para alojar a sus visitantes, Villa Yacanto ofrece cabañas y hosterías muy confortables, ubicadas estratégicamente en medio del paisaje, entre frondosas arboledas y bosques de pinos.

Distancia a Córdoba 122 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03546) 15439464

<http://www.villayacanto.gov.ar>

villayacanto@live.com.ar

YACANTO

Sobre la ruta provincial N° 14, en el valle de Traslasierra, a 220 km hacia el oeste de la Ciudad de Córdoba capital y a 20 km de la ciudad de Villa Dolores, se encuentran las poblaciones de San Javier y Yacanto. En el marco de la construcción del ferrocarril que llegaría a la ciudad de Villa Dolores, las comunidades inglesas encargadas del tendido férreo eligieron a San Javier y Yacanto como los sitios serranos indicados para disfrutar del descanso.

Es así como, desde finales del siglo XIX, la serranía que servía de marco a estas localidades se fue poblando de casonas de estilo británico que se instalaron bajo la



solemne mirada de un inmenso cerro. Hoy, con su magnífico balneario, sus hosterías y un hotel que cuenta con campo de golf propio, San Javier y Yacanto constituyen uno de los principales puntos de partida para el turismo de aventura de la provincia. Desde estas apacibles tierras nacen las excursiones que buscan el ascenso a la imponente mole del Champaquí, el cerro más alto del territorio provincial.

En San Javier y Yacanto los visitantes pueden conocer la antigua iglesia, junto a almacenes y pulperías, pasear a caballos y en sulkys, recorriendo calles de tierra y ranchos de adobe y admirando la arquitectura de casonas del siglo XIX. La gastronomía tradicional de estos poblados merece un capítulo aparte, en un clima cálido y armónico se disfrutaban los más variados platos típicos y los productos artesanales.

Entre los principales atractivos turísticos que ofrecen estas localidades, se encuentran un taller de piedras preciosas, la Granja Ecológica El Manantial y la Estancia Corralito, donde se puede realizar actividades de turismo de aventura.

Distancia a Córdoba 220 Km

Tél. Oficina de Turismo: (03544) 482041 / 482077

<http://www.traslasierra.com.ar>

munisanjavieryacanto@vdolores.com.ar

IV ASPECTOS GENERALES DEL SISTEMA DE GESTION DE LA PRESTACION DEL SERVICIO

El turista de hoy posee a su alcance material acceder a toda la información necesaria a la hora de cumplir con su deseo de viajar, los diferentes portales de internet han dado paso a generaciones turísticas autosustentables, pero algo que la tecnología no ha podido reemplazar es el contacto directo con esa persona que nos obrara de guía en el camino cuando lleguemos a nuestro destino. Es por ello que el INFORMANTE TURISTICO debe saber y conocer como es el perfil del turista de nuestra época:



- Exigencia entre inversión y satisfacción. El turista además de haber abonado un buen servicio, exigirá que esa inversión le de lo que busca: Placer y Satisfacción en el cumplimiento de los servicios abonados – Relación : precio: calidad
- Competencia: hoy el mercado turístico está en constante crecimiento, por ende el turista tiene una mayor elección en cuanto al servicio a adquirir o que desea adquirir.
- Predisposición en la atención: el turista espera ser el centro de tu atención , es por ello que el primer contacto es fundamental, espera encontrarse con una persona dispuesta a darle respuestas, con información precisa y, por sobre todo que lo atiendan como si fuera el único.

Ante todo es necesario capacitar a la persona que ocupe este puesto y que se encuentre correctamente preparada para afrontar a ese turista que llega colmado de grandes expectativas y con el deseo de convertirse en un turista feliz.

El turista es el actor principal en la actividad, sin él, el circuito oferta demanda no se completaría.

Actualmente el crecimiento de la actividad turística y su incorporación a lo económico, ha brindado una expansión y diversidad en el accionar turístico, son cada vez mas las actividades que se incorporan para completar el sistema turístico y esto significa un crecimiento a nivel de ingreso de ganancias como perfeccionamiento en la actividad a desarrollar. Organizar la actividad generando mayores actividades, servicios, inversión y por ende puestos de trabajo.

El turismo es el motor dinamizador del desarrollo económico, cultural, social y ambiental del destino.

El siguiente cuadro describe el crecimiento y desarrollo como así también los intereses de los turistas desde los años ´60 pasando por el actual y proyectando hacia los próximos:



Años	ACERCAMIENTO	EXPECTATIVA
1960	Estético	Admirar
1980	Cultural	Saber, conocer
Hoy	Emocional	vivirlo
Próximos años	Participativo	Compartir

VALORES de los RRHH – Informantes de Turismo

- Profesionalización de los recursos humanos
- Trabajo conjunto y sinergia con todos los actores de la cadena de valor turística y
- trabajo interdisciplinario.
- Vocación permanente de servicio.
- Fuerte sentido de pertenencia e identidad local
- Honestidad y pasión por las prestaciones de servicio de la actividad.
- El turismo, eje estratégico del desarrollo local.
- El turismo, un estilo de vida que promueve la empatía y el respeto entre los pueblos.
- Responsabilidad en el desempeño de las funciones cualesquiera que sean.

¿Qué es un DESTINO TURISTICO?

¿Cuáles son los factores claves de un destino turístico?

- El “magnetismo”, la accesibilidad y disponibilidad de atracciones



- Los “lazos culturales” con mercados importantes
- La proximidad y accesibilidad con mercados importantes
- Infraestructura y servicios apropiados
- Asegurar “calidad” y “valor” de acuerdo a la oferta monetaria
- Un contexto seguro y estable
- Una imagen positiva y distintiva
- Políticas pro-turismo

V – GESTION DE LOS RECURSOS

La actividad turística en el plano de acción económico, esta brindando oportunidades de crecimiento laboral y la creación de nuevas funciones competitivas, con el único objetivo de satisfacer al cliente, en este caso el turista.

Es importante que la persona que desempeñe esta actividad posea y adquiera actitudes y conocimientos que le permitan ejercer con profesionalismo, calidad y excelencia en su actividad.

Algunos puntos a tener en cuenta:

- Aspecto de cuidado y de aseo, recordemos que la primera impresión siempre es la que cuenta.
- Cordialidad: se educado ofrece siempre una sonrisa a modo de recibimiento, escucha con interés sobre lo que el turista te está solicitando y hazle sugerencias al respecto.
- Ayuda y agradecimiento: ofrece servicios adicionales que puedan complementar su estadía y agradece su visita.
- Crecimiento personal: se preocupa por su formación profesional.
- Pulcritud y presencia personal
- Buena dicción
- Formación en servicio de calidad



- Servicio de excelencia – calidad total

Para un correcto desempeño en la actividad, existen funciones que son de vital importancia:

- Brindar información al turista: entregar los datos solicitados de manera clara y precisa sobre lo requerido como así también de información adicional que le sea de utilidad. Si es que la acepta.
- Asistir al turista: dar un servicio de colaboración y ayuda ante diversas situaciones o eventualidades que se presenten durante su estadía como teléfonos útiles, turnos de farmacias, alquiler de autos, parada de bus, etc.
- Asesorara y orientar al turista: suministrar toda la información extra referente a su viaje.
- Preparar la información: actualizar de manera periódica la información que se le entrega al turista.
- Manejar vocabulario técnico específico: utilizar terminología propia de la actividad
- Conocer los atractivos, recursos, rutas, áreas turísticas, regiones y valles de la provincia: incorporar la información en detalle sobre los atractivos turísticos principales de la provincia.

Descripción General de Funciones

Planear, organizar, coordinar, supervisar y controlar las funciones y actividades que se implementen en las diferentes áreas que integran ya sea la Dirección o la Secretaria de Turismo a fin de fortalecer la actividad turística en el Municipio, como así también relevar la oferta (contactos con los privados, capacitación constante, entre otros). Ejecutar lo proyectos generados por el área de Turismo.



Objetivo General y descripción de puesto del Responsable / encargado de las Oficinas de informes.

Diseñar y operar las estrategias de promoción turística a nivel local, nacional e internacional con la participación de los diversos actores de la actividad turística.

Coordinar la/s oficina/s de informes de la localidad.

Descripción del Puesto

Nombre del Puesto: Responsable / encargado de las Oficinas de informes, Promoción turística.

Nombre de la Dependencia: Dirección de Turismo. Secretaría de Turismo.

A quien reporta: Dirección de Turismo. Secretaría de Turismo.

A quien supervisa: Informantes Turísticos, Promotoras, etc.

Descripción General de Funciones

Planear, organizar y desarrollar proyectos de atención turística en beneficio de la Comuna o Municipio.

Diseñar campañas de difusión turística con el fin de promover el Desarrollo Turístico de la Comuna o Municipio.

Descripción Específica de Funciones

1. Proporcionar información al turista nacional y extranjero a través de materiales impresos como dípticos, trípticos, mapas o guías turísticas en todos los módulos de información si es que existieren.
2. Coordinar la instalación de módulos de información turística móviles en temporadas vacacionales, en caso de ser necesarios.



3. Atender solicitudes referentes a los servicios turísticos (logística de recorridos, promoción de evento, difusión mediante el material institucional, publicación en página Web del Municipio en conjunto con el Área de Prensa, etc.).
4. Coordinar eventos y actividades turísticas que se realicen de acuerdo a los planes y programas de la Dirección, Secretaría, etc. Para su promoción.
5. Colaborar en la preparación de la información turística para fines promocionales y conocimiento de visitantes (contenidos para inserciones publicitarias, trípticos informativos etc.)
6. Mantener la actualización de información turística y cultural de la localidad, Valle, Área turística a través de las páginas web de las diferentes localidades turísticas.
7. Desarrollar proyectos de carácter turístico para la promoción de la ciudad.
8. Coordinar con entidades dedicadas a la de difusión y promoción turística y cultural de la ciudad.
9. Proporcionar recorridos turísticos (circuitos)
10. Atender las solicitudes verbales de información turística bilingüe.
11. Coordinar horarios del personal para guardias en los módulos de información turística.
12. Supervisar el funcionamiento de los módulos de información turística.
13. Capacitar a los prestadores de servicio social en información turística.
14. Desarrollar todas aquellas funciones inherentes al área de su competencia.
15. Coordinar las estadísticas para conocer el perfil del visitante y generar propuestas de mejora al entorno turístico.
16. Generar reportes estadísticos que se obtienen a través de las encuestas entregadas a los privados y al visitante.
17. Controlar el inventario de materiales promocional.
18. Coordinar las actividades del personal de las Oficinas de Informes.

En síntesis....

EL INFORMANTE TURÍSTICO



FUNCIONES

- Brindar información al turista.
- Asistir al turista.
- Asesorar y orientar al turista.

SUBFUNCIONES.

- Brindar los datos solicitados de manera clara y precisa, buena dicción.
- Colaborar y dar ayuda en el momento que el turista lo solicite.
- Suministrar información referente a su viaje.
- Realizar una breve descripción del atractivo turístico, brindando información veraz.
- Actuar con decisión ante eventualidades, en caso de desconocerlas “ya mismo se lo averiguo”
- Informar acerca de las costumbres, vestimenta, moneda oficial, comidas, lugares de compra y todo lo referido a la región como Museos, atractivos, recursos, etc.
- Evacuar las inquietudes que posea el turista.
- Asistirlo en la medida de lo posible, y por solicitud del turista, sobre compra y venta de moneda extranjera
- Informar al turista sobre los productos típicos de la región.
- Ofrecer visitas a distintos atractivos y circuitos turísticos de la ciudad o localidades vecinas donde se encuentra establecido.
- Profundizar la información solicitada en caso que el turista lo requiera.
- Asistirlo en caso de robo o pérdida de objetos personales y de identificación.
- Informar sobre los principales atractivos de la región.
- Poseer información actualizada.
- Indicar los horarios de invierno, verano, teléfonos útiles, delivery, etc.
- Informar sobre posibles prácticas ambientales implementadas en la región.



- Informar y asesorar al turista o grupo, en relación al pago de propinas de los mozos y personal del lugar de alojamiento.
- Buena comunicación visual.
- Informar sobre actividades extras que pueda realizar fuera de lo estipulado por su itinerario.
- Conocer en profundidad la región o regiones colindantes en la cual es residente.
- Asesorar sobre la elección de restaurantes (comidas típicas), lugares de entretenimiento y espectáculos.
- Un Informante JAMAS recomienda sino que asesora, informa, detalla....

Como podemos observar la actividad desarrollada por el informante turístico requiere, al estar en permanente contacto con personas, de aspectos de comportamiento y actitud favorables para el correcto desempeño de su trabajo. Tener en cuenta el trato amable, afectuoso y cordial con el turista a través de demostraciones de cortesía y respeto, importancia e interés en el trabajo que realiza para la prestación de servicios en tiempo y forma.

Es importante tener algunas nociones básicas de Recursos Humanos y Relaciones Públicas

- Predisposición al atender
- Tono de voz y ritmo de transmisión
- Capacidad para escuchar
- Capacidad para realizar preguntas
- Capacidad para controlar la agresividad
- Capacidad de sonreír
- Capacidad de utilizar el idioma del visitante.



Imagen:

- Mantener el control visual
- Evitar realizar trabajos paralelos o jugar con objetos
- Asistir regularmente
- Anotar datos proporcionados por el visitante
- Priorizar la atención al visitante

“LA AMABILIDAD REFLEJA LA PREDISPOSICION A ATENDER DE MANERA INMEDIATA AL CLIENTE”

LA CULTURA TURISTICA

La comunidad como parte importante de la actividad turística, es quien le da vida al turismo, ya sea como turista o como anfitrión. Esta participación de las personas implica un compromiso por parte de toda la comunidad.

Este compromiso va desde capacitarse para relacionarse con los turistas hasta mostrar, explicar, describir los valores de la cultura y las raíces de su comunidad, la identidad.

La actitud hacia el visitante por parte de la comunidad, es parte de la experiencia que vive el turista. Esta se logra contando con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, que otorgan la calidad que el turista espera recibir.

Además de la atención al turista, la calidad en el turismo incluye una serie de factores que la determinan: **la seguridad, la higiene, la accesibilidad, la transparencia, la autenticidad y la armonía de toda la actividad turística.**

Estos factores son considerados comunes y esenciales para cualquier turista. Si falla alguno de ellos, la calidad de la experiencia turística disminuye significativamente.

La calidad turística está ligada al destino.



ELEMENTOS DE LA CULTURA TURÍSTICA.

Mencionamos con anterioridad que la cultura turística se nutre de lo que brinda la comunidad por ello es importante destacar elementos importantes que harán la diferencia al momento que el turista tenga la posibilidad de elegir nuevamente el destino.

- **Conciencia Turística:** que la comunidad esté orientada a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, visitantes, vecinos, compañeros de trabajo).
- **Conocimiento y Preparación:** Ejecutar Planes de Capacitación para quienes participan en el turismo para que cada día estén mejor calificados para interactuar con los turistas y brindar servicios de calidad.
- **Valores:** Aplicar principios éticos: Compromiso, constancia, disciplina, honradez, orgullo, respeto, responsabilidad y vocación de servicio.
- **Servicio:** Buscando la satisfacción del turista se brindará un servicio honesto y profesional.
- **Calidad:** Que garantice la satisfacción del turista, como así también para todos aquellos que tengan relación con el trabajo. Valor agregado.
- **Calidez:** Como anfitriones, actuar siempre con cordialidad, amabilidad y hospitalidad al visitante.
- **Profesionalismo:** que se destaque la calidad y el servicio que prestamos cada vez que trabajamos, por sencillo o simple que parezca o sea y, además que estos factores sean calificados como óptimos por el turista.



- Buena dicción

- Formación en servicio de calidad: **GENTE DE CALIDAD = SERVICIO DE CALIDAD**

- Servicio de excelencia – Calidad total:

“ES SORPRENDER AL CLIENTE, TURISTA DANDOLE MAS DE LO QUE VIENE BUSCANDO O DE LO QUE SE LE PROMETIO”

Relación Presencial con el visitante:

- Se encuentra siempre a la vista de los visitantes
- No dar la espalda al visitante
- Cualquier empleado satisface la demanda
- Se debería primar la rapidez en la atención al visitante presencial

LA CALIDAD EN EL SERVICIO AL TURISTA

¿Cómo gestionamos la calidad?

Logrando que el cliente este satisfecho por la experiencia vivida en la adquisición de un servicio, en este caso el turista.

¿Cómo alcanzamos la excelencia?

Se refleja con actos sencillos como sonreír, llamar al cliente por su nombre, ser amable y cortés.

Importancia de la Calidad en el Servicio al turista

¿Quién es el cliente?



Es alguien que impulsado por un interés personal, tiene la opción de recurrir a un servicio o producto.

Este cliente puede tener opciones, por lo tanto debemos tratar de captarlo antes de que lo hagan otros

Servicio de calidad

Un servicio de calidad satisface (de manera real o percibida) al cliente de sus necesidades de modo consistente y confiable.

Es importante destacar que el primer cliente es el empleado que sirve a la empresa, por lo tanto, es un objetivo importante a plantear y cumplir mantener la motivación constante.

Para tener un servicio de calidad se debe impartir capacitación técnico-profesional a las personas involucradas en brindar servicios turísticos, desarrollando programas de complementación, profesionalización y especialización para el personal.

10 Códigos del Servicio de Calidad

1. A tienda al cliente de inmediato.
2. De al cliente su total atención.
3. Haga que los primeros 30 segundos, cuenten.
4. Sea natural, no falso ni mecánico.
5. Demuestre energía y cordialidad.
6. Sea el agente de su cliente (trabaje para él) esté de su lado.
7. Piense: use su sentido común.
8. Algunas veces ajuste las reglas (sea flexible).
9. Haga que los últimos 30 segundos, cuenten
10. Manténgase en forma



Ejercicio:

Objetivo: Aplicar, en ejemplos reales y/o simulados, los 10 CODIGOS DEL SERVICIO DE CALIDAD

Las 10 reglas principales.

- 1 Esfuérzate en conocer al cliente y sus necesidades, se capaz de ponerte en su lugar.
- 2 Considera tu imagen personal como parte del servicio.
- 3 Muestra disponibilidad por atender y ayudar a los turistas.
- 4 Ten una actitud positiva y muéstrate cortés.
- 5 No digas NO, busca una solución.
- 6 Escucha con atención y exprésate con claridad.
- 7 Convierte las quejas en oportunidades para mejorar.
- 8 Respeta a tus compañeros y trabajo en equipo.
- 9 Interésate por aprender y mejorar habilidades y conocimientos.
- 10 Conoce bien el destino en el que te encuentras.

7 Reglas en la prestación del servicio

- 1 Inicie el servicio con una buena impresión.
- 2 Conozca bien y ponga mucho interés en su trabajo.
- 3 Conozca los atractivos turísticos de su región y los que están cerca del emprendimiento.
- 4 Escuche atentamente y muestre interés por el visitante /turista.
- 5 Comprométase con su emprendimiento y su región.
- 6 Colabore con otros prestadores de servicios.
- 7 Finalice el servicio con una buena impresión.

EL COMPORTAMIENTO Y LA ACTITUD



Aspectos de Comportamiento

Son base del comportamiento:

- La Amabilidad, que se refleja en el trato afectuoso y cordial con el visitante/turista.
- La Cortesía, que se evidencia en demostraciones de respeto.
- La Eficiencia, la facultad para prestar servicios en tiempo y forma contando con las habilidades y destrezas necesarias.
- La Disposición, el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia del trabajo de cada uno.
- La **Aptitud**, Son las capacidades y habilidades que se poseen para realizar un trabajo con Eficiencia y eficacia.

La actitud se expresa antes de decir una palabra. Se refleja en la forma en que miramos, estamos de pie, caminamos o hablamos. Es la manera en que usted ve las cosas, a sus compañeros y a su trabajo.

La actitud se ve reflejada en aquellos que:

- Disfrutan trabajando con y para otras personas.
- Poseen la capacidad de hacer que el turista se sienta importante.
- Gozan de un alto nivel de energía y disfrutan trabajando.
- Consideran que su trabajo es fundamental.
- Son flexibles y se pueden adaptar a demandas y experiencias nuevas.
- Son capaces de reconocer sus errores, enmendarlos y aprender de ellos.

Esos actos hacen que las expectativas del turista sobre el servicio sean de:

- Honestidad
- Cortesía
- Trato Justo



- Higiene
- Seguridad
- Hospitalidad

Todo buen anfitrión debe tener en cuenta que los turistas que visitan nuestra región eligieron ese destino para disfrutar y colmar sus expectativas, por ello debemos recibirlos bien y hacerlos sentir como si estuvieran en su casa.

El turista desea una estancia placentera, que lo traten bien. Si recibe todo esto, seguramente regresará y además, contará a otros sobre cómo fue su experiencia.

8 Principios básicos de la hospitalidad para los turistas

1. Recibe al visitante con calidez y amabilidad.
2. Trata al turista como te gustaría que te traten.
3. Ofrece siempre un servicio o apoyo amigable y rápido.
4. Demuestra interés por capacitarse o estudiar.
5. Conoce la ciudad, Valle o región y sus atractivos para brindar una orientación oportuna y confiable
6. Promueve con orgullo los atractivos de tu región.
7. Cuida los parques, monumentos y zonas de interés de tu localidad.
8. Comenta con los integrantes de la región, tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.

Fuente: SECTUR- Secretaria de Turismo de la Nación. Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable- ETS www.turismo.gov.ar

¿Qué entiende el cliente por Calidad de Atención?

1. Voluntad de atender.



2. Atención.
3. Conocimiento del producto.
4. Gentileza.
5. Presentación personal.
6. Sinceridad.
7. Paciencia.
8. Educación
9. Agilidad
10. Solución del problema

EL CLIENTE ESPERA SER	EL CLIENTE ESPERA TENER
AYUDADO	RESPUESTAS
INFORMADO	SOLUCIÓN A SU PROBLEMA
QUERIDO	PLACER AL HACER SUS COMPRAS
FELIZ	PREDISPOSICIÓN EN QUIEN LO ATIENDA
RESPETADO	GENTE QUE SEPA COMO HACER SU TRABAJO
RECONOCIDO	LIMPIEZA E HIGIENE (PERSONAL Y DEL LUGAR)

En base a lo desarrollado podemos decir que existen infinidad de conceptos sobre atención al cliente. Todos confluyen en un aspecto: **LOGRAR LA SATISFACCION**



DEL CLIENTE. Pero para lograr esa excelencia es preciso determinar los tipos de clientes que frecuentan en el círculo comercial.

¿Quiénes son nuestros clientes?

El temperamento y el carácter son las características más complejas del ser humano. Está integrado por un conjunto de mecanismos mentales, estímulos internos e impulsos, que son los que influyen directamente en la línea de conducta.

En base a la definición anterior podemos identificar y titular a nuestros futuros clientes en:

1. CLIENTE INTROVERTIDO
2. CLIENTE DURO
3. CLIENTE EXTROVERTIDO
4. CLIENTE CONDICIONADO
5. CLIENTE NERVIOSO
6. CLIENTE INABORDABLE

Características del cliente	¿Cómo tratar un cliente introvertido?
INTROVERTIDO	
RESERVADO CAUTO SERIO CALCULADOR CALLADO DISTANTE	Un cliente introvertido demuestra interés en obtener confirmaciones concretas, respuestas objetivas y puntuales, analizando puntualmente cada momento de la charla. No realiza opiniones hasta no estar



	satisfecho de la respuesta que desea obtener.

Características del cliente DURO	¿Cómo tratar un cliente duro?
SEGURO TAJANTE FIRME ENTENDIDO ABSOLUTO	Un cliente duro busca que se les informe con detalles pero puntualizando en el tema de su interés. Se dirige al resto en tono de voz elevado utilizando gestos y ademanes. Busca poner a prueba a quien esté enfrente de la charla. La palabra NO es su muletilla.

Características del cliente EXTROVERTIDO	¿Cómo tratar a un cliente extrovertido?
AMABLE AMISTOSO CORDIAL SIMPÁTICO HABLADOR	Un cliente extrovertido demuestra expresión, agrado y protagonismo. Halagarlos y hacerlos sentir importantes le llena el ego. No ignorarlos. Hacer que su comentario sea el más importante. Tiene necesidad de criticar para obtener ventajas.



Características del cliente CONDICIONADO	¿Cómo tratar a un cliente condicionado?
INDECISO TÍMIDO EXTRANJERO SORDO/CIEGO/MUDO DISFICULTADES FÍSICAS ANCIANO	Un cliente condicionado demuestra inseguridad. Teme que rotulen su condición. Son personas desconfiadas, necesitan todo por escrito. No soportan la presión de tomar decisiones en el momento. Necesitan respuestas con profesionalismo.

Características del cliente NERVIOSO	¿Cómo tratar a un cliente nervioso?
EXCITABLE AGRESIVO MAL HUMORADO IMPACIENTE GROSERO QUISQUILLOSO	Un cliente nervioso demuestra dualidad en su comportamiento, con un trato apabullador y exigente. Se precipita en sus comentarios. Busca un diálogo puntual y concreto ya que se impacienta e irrita con facilidad.

Características del cliente INABORDABLE.	¿Cómo tratar a un cliente inabordable?
INACCESIBLE EVASIVO PONE BARRERAS NO DA RESPUESTAS	Un cliente inabordable demuestra desinterés por la información solicitada. Es imposible contactarse con él. Preparar un plan de seguimiento adecuado es la manera

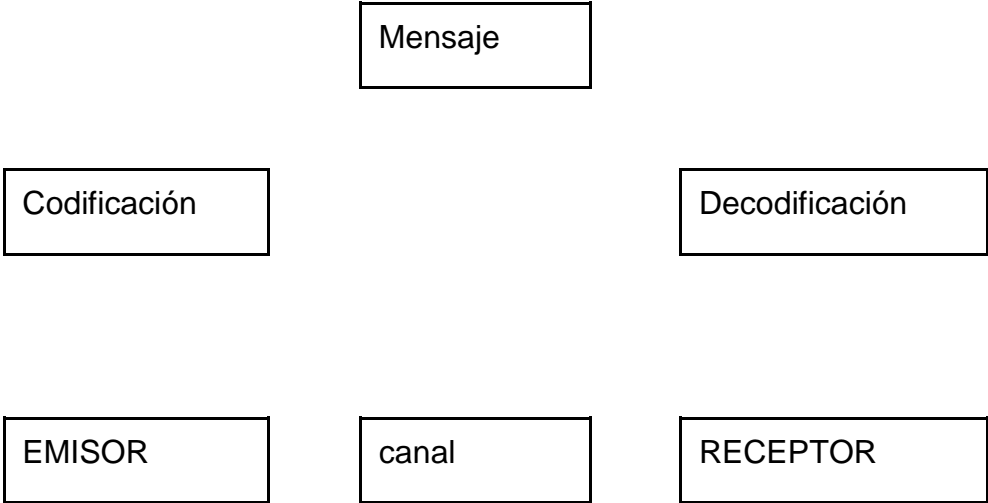


	propicia de obtener nuevamente el contacto. No ser reiterativos.
--	--

LA COMUNICACIÓN EFECTIVA

Las comunicaciones comprenden el conjunto de actividades que se desarrollan con el propósito de informar y persuadir, en un determinado sentido, a las personas que conforman la demanda turística en el centro u oficinas de informes.

La comunicación:





RELACION PRESENCIAL CON EL VISITANTE

En caso de estar ocupado con otro visitante se realizara una indicación gestual de identificación

En caso de estar atendiendo al visitante y suena el teléfono ... deberá primar la discreción

Si se debe interrumpir a un empleado.

Si por cualquier motivo se tuviera que dejar al visitante

En caso de estar realizando una gestión que requiere la espera del visitante

La relación con el visitante siempre será de "Usted"

En el momento de la despedida se le invita a completar las encuestas y datos

SIEMPRE SE DESPIDE AL VISITANTE CON UNA SONRISA

EL USO DEL TELEFONO

Es muy importante la forma en que establecemos la comunicación y el tono de la conversación.

Antes de atender, debe haber una disposición entusiasta de la persona que atiende.

Normas para la atención telefónica

Las llamadas telefónicas se responderán con la mayor brevedad posible, si es posible, antes del tercer tono.

Si se debe poner en espera el tiempo debe ser inferior a los 30 segundos.

Empleo de fórmulas de cortesía

Se utiliza el nombre del visitante (Sr.....)

Ahorrar al visitante esperas innecesarias.

Mantener el micrófono alineado frente a la boca y hablar con claridad.

Evitar ruidos innecesarios.

No beber, no comer, ni masticar chicle.

No hablar con terceros durante una llamada.



No dejar al cliente esperando mucho tiempo en línea.

LOS CUATRO SABERES DE LA ATENCION:

Saber escuchar, Saber hablar, Saber sentir, Saber hacer.

1. SABER ESCUCHAR.

Escuchar el cliente significa tener real atención e interés por él, desde la atención diaria, hasta cuando se quiere saber su opinión sobre la calidad de servicios prestados, entre otras.

Al entrar al negocio, muchas veces el cliente tiene su lista de compras ya definidas y localiza los productos en las góndolas, sin necesitar de alguien que lo ayude, en otras, el cliente se pierde entre los pasillos tratando de ubicar el producto que necesita y no encuentra quien lo ayude.

Todo lo que necesita es atención e interés. Alguien que lo aborde y pregunte “¿en qué le puedo ayudar?”. Alguien que realmente esté interesado en resolver su problema, atender su necesidad en ese momento.

La capacidad de escuchar activamente es fundamental para lograr comunicaciones eficaces. Sobre todo, cuando se trata de reclamos.

A modo de orientación se plantean elementos para mejorar el “Saber Escuchar”:

*Haga una pausa al hablar: No podrás escuchar mientras estés hablando.

*Póngase en el lugar del otro: Intente entender el problema o la cuestión, procurando sentir lo que el cliente está sintiendo o dónde quiere llegar.

*Pregunte: Cuando no entiendas o cuando necesites mayores informaciones.

*No te apures: No interrumpa a la otra persona, dándole tiempo para decir lo que quiere decir.

*Concéntrate: Ponga su máxima atención a lo que el cliente le está diciendo. Espere a que presente toda la información necesaria y los hechos antes de buscar la solución.



*Utilice gestos, ademanes y frases a modo de comprensión: Preste atención, demuestre que estás escuchado utilizando formas verbales (como “entiendo” o “comprendo”) o no verbales (por ejemplo: asintiendo con la cabeza)

*Contrólate: Recuerde que ante la queja de cliente no significa que él está en tu contra. No es una cuestión personal. Él está intentando resolver un problema que la empresa o alguien le ocasionó. La paciencia y humildad para reconocer si el error fue tuyo es muy importante y valorado en estos casos y recuerda: Tus emociones pueden transformarse en barreras para la comunicación

*Reaccione: A las ideas y no a la persona. Ten presente que tú idea o prejuicio sobre la persona no influyan en lo que ella dice. Las ideas pueden ser buenas, aunque la persona no te simpatice.

*No “discuta mentalmente”: Intentando ganar tiempo en la resolución del problema ocupamos nuestra mente en generar hechos que nos permitan desviar nuestra atención y no escuchar lo que el cliente intenta decirnos.

*Mantenga el ritmo de la conversación: Adecuarse al tiempo y modo de la conversación que está teniendo con su cliente, recuerde que las personas piensan y hablan en ritmos distintos.

*Escuche lo que no se dijo: Esté atento a lo que el cliente le quiere decir. Entre líneas se encuentra el motivo de la necesidad del cliente.

*No contradigas al cliente: Espere que el cliente pueda explicar con claridad su situación. No trate de cambiar su argumento, lo único que logrará es que se inhiba y no se llegue a buen puerto.

*No juzgues o “creas”: No realices presunciones sobre lo que el cliente está pensando de ti en el momento que está entablando una conversación. No pienses que quiere es avergonzarte, que está mintiendo, o que no le simpatizas y está tratando de perjudicarte.

*No clasifique al cliente: No utilice rótulos para clasificar a sus clientes. Esos juicios equivocados e inadecuados pueden crear serios problemas en la comunicación.

*Armoniza: Reconoce tus prejuicios, tus dificultades en la situación, evitando hacer de ella un nuevo problema para vos y para el cliente.



Esos medios de comunicación podrán ser utilizados por los clientes para establecer contactos con la empresa, informando los motivos de su insatisfacción o satisfacción, sugerencias, elogios a la atención, entre otras cuestiones.

2. SABER HABLAR.

El saber hablar involucra otros aspectos:

Lenguaje adecuado

Hablamos con el cliente a través de la comunicación verbal y no verbal (gestos, expresiones, postura), más de una vez hablamos por nuestros gestos o mirada que con nuestra boca.

Es interesante recordar que el cliente es una visita, alguien que llega a nuestra “casa” y espera ser bien atendido. Por esa razón, conviene recordar algunos cuidados para convertir esa “visita” en un momento agradable.

*Debemos comunicarnos con el cliente utilizando el lenguaje adecuado, es decir, sin modismos, expresiones vulgares o términos que él no comprenda.

*Hablar con claridad y objetividad, es el punto clave para el éxito de una comunicación. Es importante verificar que haya comprendido lo que le fue informado y preguntar si queda alguna duda.

*La voz debe estar en un volumen controlado y tener movimientos que refuercen alguna palabra. No se debe hablar más fuerte que el cliente, principalmente cuando él esté nervioso. Lo ideal es hablar más despacio que él. Se debe utilizar un poco más de volumen cuando se trata de personas ancianas (si tuvieran dificultades auditivas)

Nuestra forma de hablar indica, en la mayor parte de las veces, nuestras emociones y sentimientos. Debemos tener mucho auto-control para no perjudicar la relación con el cliente.

Algunas empresas adoptan estándares de atención, es decir, un conjunto de frases y expresiones que deberán ser utilizadas en el trato con los clientes.



Veamos algunas que podrán ser adoptadas:

- ¡Buen día! (o ¡buenas tardes! o ¡buenas noches!)
- ¡Es un placer verlo!
- ¡Gracias!
- ¡Vuelva siempre!
- ¿Cómo puedo ayudarlo?
- ¿Puedo serle útil en algo más?
- Por favor, podría esperar sólo un segundo...
- ¡Puedo entender cómo se siente!
- Que tenga un buen día – al despedirse del cliente
- Siempre que necesite, estaremos a su disposición
- Hasta mañana...

Sin embargo, debemos evitar expresiones como:

- ¿Eso es todo?
- Ud. no me está entendiendo...
- Eso, no es conmigo...
- Sí; ya lo sé, ya lo sé...
- No es mi culpa...
- Son órdenes del gerente...
- Ud. está totalmente equivocado...
- ¿Qué más quiere?

Lenguaje corporal.

Éste demuestra lo que estamos sintiendo. Y el cliente percibe cuando no estamos siendo sinceros, o sonreímos de mala gana, o le atendemos porque “tenemos” que hacerlo.



Nuestras palabras muchas veces expresan una cosa y el cuerpo otra. Es importante tener una imagen clara de nuestras expresiones habituales, nuestra forma de sonreír, de parar, de mover los brazos, las manos, de tocar el pelo o la piel, por ejemplo, para que podamos corregir y adecuar nuestro comportamiento en el trabajo, en la vida.

El contacto visual es fundamental en las relaciones humanas. A nadie le gusta ser ignorado y cuando no miramos al cliente, él puede sentirse ignorado. Mirar a los ojos del cliente demuestra atención, interés.

Educación y gentileza

Estas actitudes son fundamentales en la atención.

Aunque el cliente no sea educado, éste debe ejercitar la paciencia entendiendo que el cliente tiene sus razones para actuar de esa manera (y si no las conocemos, ¿cómo podremos analizarlas o juzgarlas?).

Tener educación es respetar los principios de convivencia, respetar al otro tal como es, ser cordial y cooperativo en cualquier situación.

Pulcritud y Presentación personal

La apariencia personal es muy importante en cualquier área de nuestra vida. Más aún, en el ambiente del supermercado, donde se trabaja con alimentos y se vende salud.

El funcionario debe mantener sus cabellos limpios, y sus uñas cortadas y limpias. El cliente observa todos los detalles. Y no es sólo por esa razón que debemos preocuparnos con la apariencia personal. Una persona limpia, con ropas limpias, peinada, es una persona que se valora y es valorada por los demás.

Los muchachos deben afeitarse diariamente, peinarse y para las chicas un labial discreto es fundamental.

La higiene diaria debe ser tan cuidadosa como la alimentación saludable. Se debe mantener la discreción al utilizar desodorantes, perfumes o colonias, evitando exageraciones



3. SABER SENTIR.

Sabemos que cada ser humano es distinto del otro. Tiene una cultura diferente, tiene necesidades y expectativas diferentes.

Así, el trato dispensado a un cliente no puede ser el mismo que se presta a otro. Cada persona debe ser tratada de acuerdo a su individualidad, a su personalidad.

¿Y cómo actuar, si cada persona percibe el mundo de una forma? ¿Qué es la percepción?

Podemos decir que la percepción es el conjunto de proceso que el ser humano utiliza para tomar contacto con el mundo, con la realidad.

¿Y cómo podremos saber cómo una persona percibe, siente los hechos?

No es muy fácil entender a cada individuo, pero si empezamos a observar a las personas, su forma de relacionarse con los demás, su forma de ser, sus características más marcadas, sus dificultades, podremos encontrar “pistas” o caminos adecuados para relacionarnos correctamente con ellas.

4. SABER HACER.

Este ítem es también muy importante, porque de nada sirve ser gentil con el cliente, estar impecablemente presentado, tener un local lindo si la persona que atienden al cliente no sabe hacer su trabajo.

Para ello es necesario tener profundo conocimiento de todas sus funciones, de las técnicas para realizar las actividades, de las acciones de la competencia, de las ofertas, de cómo operar los equipamientos, cómo limpiar e higienizar, en fin, saber todo lo que se refiere a su área de trabajo.

Quien conoce y disfruta de lo que hace, pregunta, analiza, busca informaciones, se capacita para prestar el mejor servicio, entendiendo que es ese el camino para su formación y evolución personal.

EL MANEJO DE LAS QUEJAS.

En un servicio que quiere vender calidad, el manejo de las quejas es un proceso que se califica como crítico, ya que es la valoración efectiva del servicio percibido.



Por regla general, las personas o clientes se acuerdan más de lo malo que de lo positivo.

En términos generales, para manejar una queja se deben seguir los siguientes pasos:

Proceso para el correcto manejo de quejas

Prestar atención al momento de recibir una queja (tomar nota de la situación descrita) y mostrar interés en ayudar al cliente.

- Siempre son por escrito, en caso de que no lo haga debe ser registrada por parte del personal.
- Si es posible brindar una solución en el momento, ofrézcala y ejecútela. En caso de que no sea factible, acuda a una instancia superior. En ambos casos la queja debe ser reportada.
- Se deja hablar al visitante hasta que haya terminado.
- Aunque no tenga razón, no se le discute.
- Darle seguimiento a la queja, hasta asegurarse de que fue debidamente solucionada. Verificar con el cliente que su queja fue solucionada y que este se encuentre satisfecho
- Se le presenta una disculpa y se le comunica que se tomarán las medidas oportunas.

Manejo eficiente de las quejas.

Si la queja es muy grave, es conveniente tratar el problema en forma confidencial, llevar al cliente a una oficina aparte y tratar el asunto en privado.



Se recomienda apoyarse en una instancia superior, para reforzar la posición de que se está dando la debida importancia, tanto al cliente, como al motivo de su queja.

Siempre hay que ser empáticos y ponernos en la situación del cliente para entender mejor el alcance del problema.

Nunca se debe tratar de responsabilizar a ningún empleado delante del cliente.

Hay que evitar en todo momento prometer al cliente soluciones que no son posibles de ejecutar.

Cabe resaltar que muchas empresas, tienen dentro de su organización departamentos especiales para la resolución de quejas.

Asimismo, como una práctica saludable, es recomendable mantener un registro de las quejas, qué las produjo y cómo pudieron ser solucionadas. Esto busca encontrar posibles causas recurrentes de quejas.

A continuación se presenta un modelo de registro de quejas y no conformidades.

INFORME DE ACCIÓN	CORRECTIVA
PREVENTIVA	
Tema /Asunto:	Ref:
Fecha inicio:	
Realizado por:	
1.- Personas que participan en la	



acción y coordinador:	2.- Descripción del problema que se quiere eliminar o evitar:
3.- Acciones precedentes o primeras acciones adoptadas:	
4.- Causa o causas que generan el problema o que lo pueden generar:	
5.- Soluciones que atacan la causa del problema, posibles acciones:	
6.- Acciones correctivas / preventivas finalmente realizadas, incluyendo fechas:	
7.- Acciones que se efectuarán para verificar la eficacia de las soluciones implantadas, fechas y responsables:	



8.- Resultados obtenidos, conclusión del expediente:
Firma Responsable de la acción:
Fecha cierre:

Una sola acción no asegura que una empresa mejore todas las facetas del servicio. Hoy día escuchamos con frecuencia que algunas empresas desean diferenciarse de sus competidores a través de un servicio adecuado al cliente.

Mucha gente lo llama excelencia en el servicio, servicio fabuloso o, simplemente, buen servicio.

ESTRATEGIA:

Lo cierto es que, como cliente, el servicio es algo que difícilmente experimentamos en nuestro país (y en muchos otros). La razón por la que las empresas no han logrado ofrecer un servicio con calidad se debe, sobre todo, a que ni ellas ni los clientes sabemos que significa exactamente.



En diversos libros, cursos y hasta en discursos políticos se habla, muchas veces, de calidad en la atención al cliente (cortesía, amabilidad, sonrisas, etc.), algo que algunos llaman calidez. En muchas encuestas realizadas con los clientes se ha detectado que la calidad en el servicio va más allá de la simple cortesía o amabilidad de los empleados que nos atienden.

Es cierto que como clientes evaluamos la atención que se nos brinda, pero no es lo único que tomamos en cuenta y lo peor de todo es que tampoco es lo más importante.

ANTECEDENTES:

Antes de mencionar la forma en que los clientes evalúan los servicios, es importante enfatizar dos aspectos importantes:

1.- La calidad en el servicio difiere de la calidad en los productos en los siguientes aspectos:

¿Cuando hablamos de servicio no podemos intentar la verificación de su calidad a través de un departamento de aseguramiento de calidad, pues la mayoría de las veces el cliente sólo tiene oportunidad de evaluar el servicio hasta que ya se está desarrollando. Un plan de supervisión para mejorar la calidad en el servicio sólo ocasionaría más lentitud de respuesta con el cliente y no evitaría siquiera, una cuarta parte de los problemas que se suscitan?.

En el caso del servicio no se pueden estandarizar las expectativas del cliente, debido a que cada cliente es distinto y sus necesidades de servicio también lo son aunque en apariencia todos requieren el mismo servicio. Es por esta supuesta subjetividad del servicio que no se pueden dictar recetas o procedimientos inflexibles para mantener satisfechos a los clientes.



2.- La calidad en el servicio no es una estrategia aplicable únicamente en las empresas del sector servicios. Las empresas manufactureras y comerciales desarrollan una buena cantidad de actividades de servicio, como ventas (mediante representantes o en mostrador, centros telefónicos, etc.), distribución, cobranza, devoluciones o reclamaciones e incluso, asesoría técnica.

¿Qué es entonces la calidad en el servicio?

Como resultado de investigaciones, tanto bibliográficas como de mercado, se entiende que todos los clientes evaluamos el servicio que recibimos a través de la suma de las evaluaciones que

Realizamos a cinco diferentes factores, a saber.

1. Elementos tangibles: Se refiere a la apariencia de las instalaciones de la organización, la presentación del personal y hasta los equipos utilizados en determinada compañía (de cómputo, oficina, transporte, etc.). Una evaluación favorable en este rubro invita al cliente para que realice su primera transacción con la empresa.

La empresa del sector servicios, logrará un beneficio con el buen uso de los elementos tangibles, asesores e instalaciones limpias invitan a más de un cliente, día con día, a experimentar con dicha organización.

Es importante mencionar que los aspectos tangibles pueden provocar que un cliente realice la primera operación comercial con nosotros, pero no lograrán convencer al cliente de que vuelva a comprar.

2. Cumplimiento de promesa: Significa entregar correcta y oportunamente el servicio acordado. Es decir, que si usted prometió entregar un servicio a su cliente, cualquiera sea ese servicio, por ejemplo el desayuno con jugo de naranjas natural y panceta ahumada a las 6.30 la mañana, deberá cumplir con esas variables.

Aunque ambos requisitos (entrega correcta y oportuna) pueden parecer diferentes, los clientes han mencionado que ambos tienen igual importancia, pues provocan su



confianza o desconfianza hacia la empresa. En opinión del cliente, la confianza es lo más importante en materia de servicio.

El cumplimiento de promesa es uno de los dos factores más importantes que orilla a un cliente a

Volver a comprar en nuestra organización.

3. Actitud de servicio: Con mucha frecuencia los clientes perciben falta de actitud de servicio por parte de los empleados; esto significa que no sienten la disposición quienes los atienden para escuchar y resolver sus problemas o emergencias de la manera más conveniente-

Este es el factor que más critican los clientes, y es el segundo más importante en su evaluación. Después del cumplimiento, las actitudes influyen en el cliente para que vuelva a nuestra organización.

4. Competencia del personal: El cliente califica qué tan competente es el empleado para atenderlo correctamente; si es cortés, si conoce la empresa donde trabaja y los productos o servicios que vende, si domina las condiciones de venta y las políticas, en fin, si es capaz de inspirar confianza con sus conocimientos como para que usted le pida orientación.

Muchos clientes saben bien lo que quieren comprar, pero aquellos que requieren de orientación o de consejos y sugerencias pueden no tomarlas en cuenta aunque sean acertadas si no perciben que quien los atiende es lo suficientemente competente.

5. Empatía: Aunque la mayoría de las personas define a la empatía como ponerse en los zapatos del cliente, de parte de los clientes que evalúan este rubro de razonamientos de acuerdo con tres

Aspectos diferentes que son:

- **Facilidad de contacto:** ¿Es fácil llegar hasta su establecimiento/negocio? ¿Cuándo llaman a sus vendedores o empleados los encuentran?, se reportan o sus números



telefónicos son de los que siempre están ocupados o de los que nunca contestan y encima, cuando contestan, el cliente no puede encontrar a quien busca y nadie pueden ayudarlo?

- Comunicación: Algo que buscan los clientes es un mayor nivel de comunicación de parte de la empresa que brinda el servicio o vende, además en un idioma que ellos puedan entender claramente.

- Gustos y necesidades: El cliente desea ser tratado como si fuera único, que le brindemos los servicios que necesita y en las condiciones más adecuadas para él y - ¿por qué no? Que le ofrezcamos algo adicional que necesite; esto es, que superemos sus expectativas.

CONCLUSIÓN

El conjunto de los cinco factores mencionados conforma la evaluación total del cliente en materia de servicio. Cada cliente es distinto y requiere de diferentes estrategias para otorgarle el servicio adecuado, por lo que una sola acción no asegurará que una empresa mejore todas las facetas del servicio.

Bien vale la pena realizar una evaluación previa de estos factores y una evaluación inicial de cómo se encuentra la empresa donde laboramos. Un servicio con calidad logrará que nuestros clientes regresen.

LA EXCELENCIA:

LA BUENA CALIDAD EN LA ATENCION CREA NUEVOS CLIENTES Y MANTIENE LA LEALTAD CON LOS PROPIOS. ELLOS SE LOGRA PONIENDO EN PRÁCTICA ESTOS Y OTROS CONCEPTOS CUYA APLICACIÓN DEBE SUPERAR LAS EXPECTATIVAS PAUTADAS, LOGRANDO SORPRENDER AL CLIENTE POR DARLE MAS DE LO QUE ESPERABA, EN SINTESIS, ESTAREMOS LOGRANDO LA EXCELENCIA.

RECORDEMOS SIEMPRE!



SER PARTE DE LA ATENCION AL TURISTA, ES SABER BRINDARSE!

NO SE AMA LO QUE NO SE CONOCE!

Como mencionamos anteriormente el turista de hoy en día cambió, cambió en su forma de pensar, de viajar, de aprender, de querer participar y no solo observar, etc. Nos encontramos entonces ante un nuevo escenario al que nos debemos actualizar, adaptar, modificar...

- Aceleración de avances tecnológicos
- La convergencia entre el turismo, el placer, los deportes y el entretenimiento
- El crecimiento de las alianzas internacionales
- Tendencias hacia lo auténtico y diferente
- Incremento en la concentración del poder económico
- Límites geográficos tienden a caer (desde la perspectiva del turista y por los bloques económicos)
- La importancia de países en vías de desarrollo en el escenario futuro
- China: el gran destino y emisor del futuro.
- Conciencia sustentable
- Cambios demográficos (edad)
- Hiper Competencia

Nos preguntamos ¿Porque el ESTADO interviene en TURISMO?

Los Objetivos Políticos más usuales:

Top 10

- Incremento de divisas extranjeras
- Mejoramiento de la calidad del producto
- Reducir la estacionalidad
- Incrementar el número de turistas extranjeros



- Redistribuir el turismo
- Incrementar el tamaño de la industria
- Crear empleo
- Proveer asesoramiento
- Incentivar iniciativas participativas
- Mejorar la capacitación y el profesionalismo

(Akehurst 1993)

Existe un Proverbio Chino que dice....

Si usted hace planes para un año, plante arroz

Si usted hace planes para dentro de diez años, plante árboles

Si usted hace planes para el futuro, eduque y enseñe....

¿QUE SIGNIFICA SER UN DESTINO COMPETITIVO?

Un destino competitivo:

- Logrará beneficios generales para el destino en general, incluyendo todos los actores.
 - Una participación sinérgica de todos los protagonistas locales
 - Sustentabilidad
 - Maximizar los resultados, incrementando los efectos positivos y minimizando los negativos.
-
- El turista “vive” temporalmente en el contexto de vida de una comunidad, por lo cual, además de:
 - Sustentabilidad del Paisaje y Recursos Naturales
 - Sustentabilidad del Patrimonio Cultural
 -



- Sustentabilidad Social
- Sustentabilidad Económica
- Sustentabilidad del Contexto

Las vacaciones se desarrollan en un “contexto”, donde hay residentes locales y por lo tanto se producirán “relaciones” y que está compuesto por diferentes componentes.

MARKETING DE DESTINOS

¿Qué es un destino?

Es una entidad física y también intangible, donde se combinan los productos, servicios y en último término, las “experiencias” previstas en un área en particular.

- ¿De quién es responsabilidad?
- Es mayormente responsabilidad de un Gobierno.
- Sin embargo, en un mundo tan competitivo como el actual, los objetivos deben estar consensuados entre todos los “actores”.

¿Cuáles SON LOS FACTORES CLAVES DE UN DESTINO TURISTICO?

- El “magnetismo”, la accesibilidad y disponibilidad de atracciones
- Los “lazos culturales” con mercados importantes
- La proximidad y accesibilidad con mercados importantes
- Infraestructura y servicios apropiados
- Asegurar “calidad” y “valor” de acuerdo a la oferta monetaria
- Un contexto seguro y estable
- Una imagen positiva y distintiva
- Políticas pro-turismo



¿Cuales serian los OBJETIVOS del marketing?

- Agregar valor a la prosperidad a largo plazo y el desarrollo de comunidades locales.
- Asegurar una “experiencia” satisfactoria el visitante (excederlas!)
- Optimizar los objetivos de rentabilidad del sector turístico
- Optimizar el impacto económico, social y ambiental, balanceando los diferentes intereses.

Herramientas para lograr el “éxito”

- LOS TURISTAS RELACIONAN EL DESTINO CON LA CADENA DE VALOR COMPLETA: atracciones, infraestructura, servicios y facilidades.
- UNA OFERTA INNVADORA, FLEXIBLE Y ORIENTADA AL MERCADO, ayudará a la atracción de la demanda
- ADAPTACIÓN CONTINUA a un ambiente, dinámico, cambiante y competitivo.
- ALIANZAS ESTRATEGICAS entre los sectores públicos y privados
- CAPITALIZAR LOS ADELANTOS Y NUEVAS TECNOLOGÍAS
- MANTENER Y DAR CONTINUIDAD a un plan o estrategia
- POSEER IMAGEN DE MARCA.

TENDENCIAS

- Un contexto turístico cambiante
- Los “cambios” implican “oportunidades”
- La importancia de una visión compartida y fuerte
- Responder a las necesidades del turista futuro:
- Las actitudes de los turistas son influenciadas por la educación y la experiencia. Cada vez es más difícil poder determinar sus gustos y preferencias al futuro.



- Los turistas se están volviendo cada vez más sofisticados y expertos y demandan estándares más altos: requieren autenticidad y más descubrimiento y consultan mucho la opinión de otros viajeros.
- Son más activos (tanto física como mentalmente) y requieren un mayor grado de actividades orientadas a la “experiencia”
- Prefieren ambientes menos poblados y un uso eficiente de su tiempo mientras viajan
- Buscan destinos y actividades innovadoras y la facilidad de “customizar” paquetes y experiencias según sus necesidades.
- Quieren verse “envueltos” en el ambiente en el cual disfrutan de sus vacaciones e interactuar con las comunidades y su cultura.
- Buscan vacaciones con bajo impacto en el contexto físico y cultural
- Cada vez más, buscan por más calidad y valor y estructuras de costos cada vez más transparentes (para poder realizar comparaciones), para poder armar ellos solos sus propias vacaciones.
- Ambientes seguros.

El movimiento de marketing masivo a segmentación:

- “Nichos de mercado” especialmente para mercados internacionales, cada vez mas expertos que demandan productos cada vez más especializados
- Segmentos que hasta hace poco eran menores hoy día tienen cada vez más adeptos y se transforman en segmentos altamente lucrativos.
- El avance en la tecnología de la información y el transporte remueve barreras para viajes internacionales.
- Los PAQUETES TURISTICOS dejan lugar a los viajeros independientes
- Packaging, tematización y diversificación de los productos turísticos, la oferta y las experiencias:

Los destinos están redefiniendo su oferta y focalizándose en mercados con intereses especiales, temas, rutas temáticas y eventos, basado en:

- el entendimiento de las necesidades del mercado



- las fortalezas del destino
 - las necesidades de la comunidad
 - el interés del sector público y privado
-
- Los turistas no son muy conscientes de los límites geográficos
 - Moverse de un acercamiento basado en el producto a uno basado en la demanda
 - incorporar a la oferta otros destinos regionales
 - Focalizarse en la autenticidad y particularidad del destino y las experiencias
 - Capitalizar los grandes eventos, conferencias, festivales..
 - Comprender y responder a un ambiente competitivo
 - Emplear nueva tecnología:

“para manejar el turismo con éxito, deberemos manejar nuestro futuro, y para ello debemos manejar tecnología, información y conocimiento”

- Imagen y marca del destino y una posición competitiva
- Creación y administración de una imagen y marca.
- Son de radical importancia en el momento de seleccionar un destino.
- La imagen y la marca debe estar presente en todas las estrategias y acciones promocionales
- Alianzas estratégicas con actores (sector público - etc.) que estén interesados en aportar al “paragua” de la marca.



GLOSARIO TÉCNICO TURÍSTICO

Agencia de Viajes y Turismo: Persona natural o jurídica que se dedica en forma exclusiva al

Ejercicio de actividades de coordinación, mediación, producción, promoción, consultoría,

Organización y venta de servicios turísticos, pudiendo utilizar medios propios o contratados

Para la prestación de los mismos.

Agencia de Viajes y Turismo Minorista: Aquella que vende directamente al turista pasajes y/o servicios turísticos no organizados; comercializa el producto de los Operadores de Turismo y de las Agencias de Viajes y Turismo Mayoristas, la Agencia de Viajes y Turismo Minorista no puede ofrecer sus productos a otras Agencias de Viajes y Turismo.

Agencia de Viajes y Turismo Mayorista: Aquella que proyecta, elabora y organiza todo tipo de servicios turísticos y viajes para ser ofrecidos a otras Agencias de Viajes y Turismo, no pudiendo ofrecer ni vender sus productos directamente al turista.

Turismo emisor: Es el que realizan los residentes de un país en el resto del mundo.

Turismo interno: Incluye a los residentes que viajan por un periodo de tiempo no superior a doce meses a un lugar dentro de su país de residencia pero distinto de su entorno habitual

Turismo receptivo: Turismo realizado dentro del territorio nacional por turistas domiciliados en el exterior.

Recursos Turísticos: Son aquellos bienes que por sus características naturales, culturales o recreativas constituyen un atractivo capaz de motivar desplazamientos turísticos.

Productos Turísticos: Son aquellos recursos turísticos que cuentan con infraestructura y servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas.

Paquete Turístico: Es un conjunto de atractivos y servicios prestados sobre la base de un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global



Servicios Turísticos: Servicios proporcionados a viajeros y turistas.

Pasaporte: Documento de identificación migratorio. Expedido por el Ministerio del Interior de La República Argentina.

Traslado/ transfer: Transporte desde un punto de un servicio turístico a otro que puede ser la finalización de dicho servicio o el comienzo de otro servicio turístico

Vouchers: Orden de servicio que se le entrega al turista donde se encuentra detallado el servicio que adquirió. Es un comprobante de canje.

Check in: Proceso de registro de un huésped.

Check out: Proceso de cierre de cuenta y salida de un huésped.

Programa Turístico: Es el itinerario detallado, el cual organiza y describe los atractivos, actividades y servicios contratados por el viajero.

Personal calificado: Persona que cuenta con formación, capacitación y/o experiencia demostrada para atender, asesorar y orientar a los turistas que soliciten la prestación de servicios de la Agencia de Viajes y Turismo.

I.A.T.A: Asociación Internación de Transporte Aéreo. . Es la organización que regula los procedimientos de aviación comercial a través de la cual, casi 100 compañías de diversas nacionalidades trabajan juntas para tener sus rutas individuales dentro de un sistema internacional de transporte aéreo.

La I.A.T.A beneficia al pasajero ya que exige a las empresas condiciones y garantías de seguridad; beneficia a los gobiernos porque actúan como coordinador de asuntos tarifarios

Internacionales y sirve de asesor en una cantidad de asuntos, debido a su gran ventaja de ser asociación civil de carácter mundial. Su función es promover un transporte aéreo regular, económico y seguro; fomentar el comercio aéreo y promover una colaboración entre todas las empresas de transporte

Calidad: Capacidad que posee una empresa para satisfacer las necesidades y superar las expectativas de sus clientes por un precio determinado. Se mide mediante el grado o nivel de satisfacción del consumidor.

Cliente: Toda persona que tiene una necesidad o deseo por satisfacer, recibe un servicio y cancela una cifra previamente pactada a cambio del mismo. Es la razón de ser del servicio.



Proveedores: Persona o empresa que brinda, a cambio de un pago previamente establecido, los insumos necesarios para la elaboración de un bien o la prestación de un servicio.

Queja: Comunicación por parte del cliente de su insatisfacción por el servicio o producto adquirido. Es la fuente de información acerca de las expectativas insatisfechas del cliente.

Satisfacción al cliente: Percepción originada en el cliente al comparar su expectativa con el grado de cumplimiento proporcionado por un producto o servicio.

Servicios: Es el resultado de una sucesión de actos en los cuales interaccionan el cliente, el soporte físico y el personal de contacto, de acuerdo a procesos y procedimientos previamente establecidos, que buscan la satisfacción del consumidor y el logro comercial de la empresa prestataria.




6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

ENCUESTA DE SATISFACCION

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio



Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerite
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



Perfil: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

1. Diseño de Norma de Competencia:

Certificado de Competencias:

ANIMACIÓN Y RECREACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Encargado del Área de Recreación: Turismo, Hotelería y Gastronomía

Datos Generales de la Ocupación: Encargado del Área de Recreación

Área de Competencias

- Turismo

Sub Área de Competencias

- Recreación

Áreas Ocupacionales

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, municipios y comunas.

Alcances y condiciones del rol profesional.

- El encargado del área de recreación atenderá al cliente prestando un servicio que satisfaga sus necesidades. Él estará a cargo de la organización, gestión y puesta en marcha de las actividades propuestas. Se encargará de planificar preparando y acondicionará los recursos materiales y llevar a cabo las actividades propuestas. Será parte de sus funciones estar a cargo de otro miembro del equipo de recreación, en caso de que sea necesario. Se ocupará de gestionar los espacios, tiempos y material didáctico para llevar a cabo dicha actividad. Promoverá las actividades considerando las necesidades de los clientes y los requerimientos de la organización.



Relaciones funcionales y jerárquicas en el espacio social de trabajo.

- El encargado del área de recreación estará bajo la supervisión del administrador del alojamiento o del encargado del área de turismo de los municipios y/o comunas.

Organización del trabajo.

- Organización y planificación de la propuesta.-
- Gestión de los espacios, tiempos y material didáctico para llevar a cabo dichas actividades.-
- Puesta en marcha de las actividades propuestas.

Unidades de Competencia

Unidad I: El turismo y la recreación.

Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural, posicionándose crítica y comprometidamente frente a este tema.

Elemento 1.1

Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural.

Criterios de desempeño

- Obtener información conceptual del turismo para sostener las prácticas recreativas.



- Verificar la información considerando su actualización, ya que el turismo como disciplina social y dinámica sufre frecuentes cambios.
- Recuperar la trama histórica, social y cultural actual y su relación con las prácticas turísticas.

Evidencias de desempeño

- Re conceptualizar el turismo, basado en propias prácticas recreativas.
- Percibir la trama histórica, social y cultural actual y considerar las “nuevas” prácticas recreativas en el turismo.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas.

Evidencias de conocimiento

- Historia de la recreación en el turismo.
- Enfoques de la recreación. La animación socio-cultural. La recreación, un aporte indispensable hacia la renovación turística.

Guías de evaluación

Se solicitará:

- Re conceptualizar el turismo, basado en propias prácticas recreativas.
- Planificación de juegos y actividades lúdico-recreativas.



Elemento 1.2.

Reconocer el juego como agente motivador en la recreación.

Criterios de desempeño

- Obtener información conceptual del juego para sostener las prácticas recreativas.
- Verificar la información considerando su actualización, ya que el juego como disciplina social y dinámica sufre frecuentes cambios.
- Recuperar la trama histórica, social y cultural actual y su relación con las prácticas recreativas.

Evidencias de desempeño

- Re conceptualizar el juego, basado en propias prácticas recreativas.
- Percibir la trama histórica, social y cultural actual y considerar las “nuevas” prácticas recreativas en el turismo.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas.

Evidencias de conocimiento

- Conceptualización del juego. Teorías y enfoques sobre el juego: análisis histórico y social.
- Características y funciones del juego. El Juego y las diferentes edades.



- El juego como espacio de construcción de identidad, de encuentro, comunicación y socialización. Incidencia en la calidad y el proyecto de vida.

Guías de evaluación

Se solicitará:

- Re conceptualizar el juego, basado en propias prácticas recreativas.
 - Planificación de juegos y actividades lúdico-recreativas.
-

Unidad II: La Recreación y sus dinámicas.

Adquirir destrezas de técnicas de dinámica de grupo y propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

Elemento 2.1

Adquirir destrezas de conducción de grupos de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

Criterios de desempeño

- Adquirir información conceptual sobre las técnicas de conducción de grupos para sostener las prácticas recreativas.



- Elaborar diferentes dinámicas de grupos en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.

Evidencias de desempeño

- Se elaboran diferentes dinámicas de grupos en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.

Evidencias de producto

- Dinámicas proporcionadas en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.

Evidencias de conocimiento

- Dinámicas y conducción del grupo, clasificaciones, características.
- Tipos de recreador/a. Características del mismo. Papel del recreador/a.-
- Diferentes tipos de públicos / turistas.
-

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas.

Guías de evaluación

Se solicitará:

- Propuesta de diferentes formas y dinámicas de conducción de grupos.
- Propuesta de diferentes formas de conformación de grupos.

Elemento 2.2

Adquirir destrezas de técnicas de propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas.



Criterios de desempeño

- Adquirir información conceptual sobre propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas para sostener las prácticas recreativas.
- Elaborar diferentes propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.
-

Evidencias de desempeño

- Se elaboran diferentes propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.

Evidencias de producto

- Dinámicas de juego y propuestas lúdicas en relación a la trama histórica, social y cultural actual y las características del entorno.-

Evidencias de conocimiento

- Distintas técnicas de conducción. La expresión, el silencio, la ubicación, la conducción de los juegos y actividades y el ambiente.
- Formas de organización de las propuestas, en forma individual, en parejas, en grupo, masiva, relevos, circuitos. La seguridad.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas,

Guías de evaluación

Se solicitará:

- Propuesta de diferentes Dinámicas de juego y propuestas lúdicas.



Unidad III: La Recreación en acción.

Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas, a través de las cuales pongan en práctica y experimenten la eficiencia y aplicabilidad de los recursos propuestos, aplicando nociones de organización y seguridad.

Elemento 3.1

Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas.

Criterios de desempeño

- Adquirir información conceptual sobre criterios de clasificación y clasificación de juegos y propuestas lúdicas para sostener las prácticas recreativas.
- Análisis y reflexión de las prácticas lúdico-recreativas.

Evidencias de desempeño

- Selecciona, ordena y articula secuencias de actividades de acuerdo al tipo de propuesta o ámbito en el que se van a desarrollar.

Evidencias de producto

- Juegos y propuestas lúdicas en relación a los criterios de clasificación propuestos.

Juegos para conocernos y formar grupos, Juegos de búsqueda y persecución, Juegos sensoriales, Juegos cooperativos, Juegos inclusivos, Juegos de interior, Juegos en la naturaleza, Juegos tradicionales, Juegos deportivos, Juegos realizados con material reutilizable, Juegos ambientales, Juegos en ronda.



Evidencias de conocimiento

- Criterios de clasificación de juegos, clasificación de juegos.
- Juegos para conocernos y formar grupos.
- Juegos de búsqueda y persecución.
- Juegos sensoriales
- Juegos cooperativos
- Juegos inclusivos
- Juegos de interior
- Juegos en la naturaleza
- Juegos tradicionales
- Juegos deportivos
- Juegos realizados con material reutilizable.
- Juegos ambientales
- Juegos en ronda.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas.

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se solicitará:

- Propuesta de diferentes juegos en relación a los criterios de clasificación.

Elemento 3.2

Organizar veladas, fogones y juegos nocturnos.

Criterios de desempeño

- Organización y conducción de veladas, fogones y juegos nocturnos.



Evidencias de desempeño

- Selecciona, ordena y articula secuencias de actividades de acuerdo al tipo de propuesta o ámbito en el que se van a desarrollar.
- Explica las formas de organización y participación grupal.
- Se elaboran diferentes propuestas de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Evidencias de producto

- Veladas y fogones, representaciones, títeres, teatro de sombras, karaoke, radioteatros, bailes en ronda.
- Juegos nocturnos, organización y medidas de seguridad en su implementación.

Evidencias de conocimiento

- Concepto y características diferenciales; organización, conducción y momentos.
- Juego: creatividad y expresión (representaciones, títeres, teatro de sombras, karaoke, radioteatros, bailes en ronda).
- Juegos nocturnos, organización y medidas de seguridad en su implementación.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas,

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se solicitará:



- Diferentes propuestas de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Unidad IV: La Planificación.

Planificar juegos y actividades lúdico-recreativas.

Criterios de desempeño

- Desarrollar la planificación de juegos y actividades lúdico-recreativas, considerando la secuencia de la misma aplicando criterios de seguridad y contención en el grupo.

Evidencias de desempeño

- Realiza la prestación efectiva del servicio, contribuyendo a la detención de problemas en el funcionamiento del mismo.
- Coordina las actividades propuestas estimulando la participación grupal y los diferentes modos de organización en juegos, deportes, actividades musicales, plásticas, entre otras.-
- Respeta los tiempos y momentos que atraviesan los participantes.
- Facilita la comunicación entre los participantes.

Evidencias de producto

- Planificación y puesta en marcha de una jornada diaria, asumiendo a los posibles destinatarios potenciales y a las posibles dinámicas de espacio y tiempo, en donde se incorporará las dinámicas grupales, estrategias y recursos en las diferentes propuestas.

Evidencias de conocimiento

- Se ajusta al rol que se le ha asignado asumiendo sus responsabilidades.
- Dispone de una amplia variedad de recursos expresivos y organizativos.
- Conoce normas de seguridad.
- Maneja técnicas de fabricación de elementos.
- Conoce técnicas de motivación para trabajar en grupo.



Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, municipios y comunas.

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se solicitará:

- Planificar una semana de trabajo, asumiendo a los posibles destinatarios potenciales y a las posibles dinámicas de espacio y tiempo.

Unidad V: La Venta y comercialización del servicio.

Generar, desarrollar y resolver favorablemente situaciones de venta de servicios de animación y recreación, a partir de necesidades detectadas y potencialidades propias a empresas de turismo.

5.1 La venta del servicio.

Ofrecer el servicio de animación y recreación para grupos o contingentes turísticos, a las empresas que ofrecen esta opción de entretenimiento, presentándolo como beneficio u oportunidad de negocio.

Criterios de desempeño

- Aplica las estrategias de negociación y las tácticas más adecuadas para satisfacer las demandas del/la cliente/a.
- Desarrolla la venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos aplicando marketing y técnicas de negociación.
- Adecua la oferta a las necesidades de la Empresa, diseñando una posible y viable propuesta.



Evidencias de desempeño

- Desarrolla la venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos aplicando marketing y técnicas de negociación.
- Negocia la tarifa y condiciones de venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos.
- Establece vínculos de empatía con los destinatarios con objetivos comerciales que le permiten adecuar el servicio ofrecido a las necesidades del/la destinatario/a y concretar la venta.

Evidencias de producto

- Venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos aplicando marketing y técnicas de negociación.

Evidencias de conocimiento

- Conoce técnicas de venta.
- Conoce todas las características y beneficios de los servicios de animación y recreación turísticos.
- Reconoce estrategias, técnicas y sistemas operativos de ventas.

Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas.

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se solicitará:



- Que evidencie la venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos aplicando marketing y técnicas de negociación, asumiendo a los posibles destinatarios potenciales.

5.2 Comercializar del servicio.

Negociar con el/la destinatario/a la venta del servicio de animación y recreación para grupos o contingentes turísticos.-

Criterios de desempeño

- Presenta al cliente/a un presupuesto adaptado a sus posibilidades reales.
- Maneja objeciones del/la beneficiario/a y destaca características favorables del servicio.
- Negocia la tarifa y condiciones de venta con el/la destinatario/a.
- Realiza un seguimiento de postventa para evaluar la prestación y niveles de satisfacción del/la destinatario/a.

Evidencias de desempeño

- Asigna un tiempo determinado al proceso de venta, teniendo en cuenta la utilidad que genera el mismo.
- Realiza el manejo financiero de la operación adecuando la forma de pago a la necesidad del cliente.
- Realiza el seguimiento posterior a la venta.

Evidencias de producto

- Servicio de animación y recreación en servicios turísticos con un presupuesto adaptado y un servicio de postventa.

Evidencias de conocimiento

- Presenta un presupuesto adaptado a las posibilidades reales.
- Maneja estrategias y técnicas de postventa.



Campo de aplicación

- Alojamientos como campings, hostels, cabañas, complejos turísticos, hoteles de diferentes categorías, apart hoteles entre otros, .municipios y comunas,

Guías de evaluación

Presentación del postulante en situación real de trabajo. Se solicitará:

- Que evidencie la venta del servicio de animación y recreación en servicios turísticos con un presupuesto adaptado, una tarifa y condiciones de venta acordes y un servicio de postventa.

2. Mapa Funcional:

Encargado del Área de Recreación

Propósito clave: Organizar, gestionar y proponer actividades turístico recreativas.

Unidad I: El turismo y la recreación.

Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural, posicionándose crítica y comprometidamente frente a este tema.

1.1 Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural.

1.2. Reconocer el juego como agente motivador en la recreación.

Unidad II: La Recreación y sus dinámicas.

Adquirir destrezas de técnicas de dinámica de grupo y propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.



2.1 Adquirir destrezas de conducción de grupos de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

2.2. Adquirir destrezas de técnicas de propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas.

Unidad III: La Recreación en acción.

Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas, a través de las cuales pongan en práctica y experimenten la eficiencia y aplicabilidad de los recursos propuestos, aplicando nociones de organización y seguridad.

3.1 Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas.

3.2 Organizar veladas, fogones y juegos nocturnos.

Unidad IV: La Planificación.

Planificar juegos y actividades lúdico-recreativas.

1.1 Planificar juegos y actividades lúdico-recreativas.

Unidad V: La Venta y comercialización del servicio. Generar, desarrollar y resolver favorablemente situaciones de venta de servicios de animación y recreación, a partir de necesidades detectadas y potencialidades propias a empresas de turismo.

5.1 Vender el servicio

5.2 Comercializar del servicio.

3. Análisis Funcional:

2) Diseño Curricular:

Turismo, Hotelería y Gastronomía



Dirigido a jóvenes y adultos y con conocimientos básicos de lecto-escritura y cálculos matemáticos, con o sin experiencia laboral. Gusto por el trato con clientes.

ANIMACIÓN Y RECREACIÓN EN ALOJAMIENTOS TURÍSTICOS

Introducción

Estructura Curricular

1. Marco contextual.
2. Marco pedagógico.
3. Estructura curricular modular.
4. Carga horaria.
5. Criterios de enseñanza.
6. Criterios de evaluación.
7. Requisitos para la implementación del diseño.
8. Bibliografía.

Descripción de los módulos

Módulo I: La Recreación y el Turismo.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: La recreación y el turismo, una relación interdependiente.

Bloque II: El juego como agente motivador en la recreación

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Módulo II: La Recreación y sus dinámicas.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: Dinámicas de grupo.

Bloque II: Dinámicas de juegos y propuestas lúdicas.

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.



6. Bibliografía.

Módulo III: La Recreación en acción.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: Propuestas lúdicas y recreativas.

Bloque II: Organización de veladas, fogones y juegos nocturnos.

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Módulo IV: La Planificación de la Recreación.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: La planificación.

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Módulo V: La Venta y comercialización del servicio.

1. Introducción.
2. Objetivos.
3. Contenidos.

Bloque I: La Venta del servicio.

Bloque II: La comercialización del servicio.

4. Actividades.
5. Criterios de evaluación.
6. Bibliografía.

Introducción



La recreación es parte intrínseca del fenómeno turístico y por consiguiente una de sus más importantes motivaciones. La oferta recreativa de un destino turístico es por sí sola la mayor atracción de ese destino.

La animación y recreación lleva un conocimiento de cómo estas actividades se han convertido en el mundo moderno en un método eficiente de humanización, que de acuerdo a las condiciones de trabajo y estilo de vida de las personas y en combinación con otras actividades y medidas usadas para el mismo propósito, determinan el desarrollo turístico.

El Gobierno de la Provincia de Córdoba a través de la Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional, en el marco de sus políticas activas, implementa estrategias de apoyo a la competitividad económica y la equidad social. Con el objeto de promover el desarrollo de las competencias de la población trabajadora, afines a la demanda de calificación laboral actual y potencial de la matriz productiva diversificada que nuestra provincia y país requiere.

Estos diseños curriculares expresan el estándar de calidad que pretendemos de la oferta formativa para llegar a quienes más lo necesitan: los trabajadores y trabajadoras de nuestra provincia.

4. Diseño Curricular

Estructura Curricular

1. Marco contextual

El turismo es un fenómeno dinámico que se encuentra en pleno proceso de expansión de manera muy heterogénea en la provincia y al interior de la misma. En el transcurso de las dos últimas décadas dicho proceso se ha complejizado y al mismo tiempo creciendo en forma permanente tanto a nivel provincial como nacional.

La evolución de la profesión, desde los oficios que le dieron origen, ha alcanzado la madurez como para que nos resulte necesario especificar el campo o área de acción. Este nivel de evolución se ve expresado en fundamentos, métodos, procesos, contenidos, un lenguaje que le es propio, y acciones específicas. La



creciente demanda de personas interesadas en seguir una profesión vinculada al turismo continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias que permiten incorporar a la formación de los futuros trabajadores los saberes, habilidades y destrezas necesarias para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

En el caso específico del presente rol, este diseño curricular concibe al mismo con un perfil turístico recreativo y social en el que se destaca el conocimiento de dinámicas de grupo, propuestas y utilización de espacios donde el entorno presente la posibilidad de relacionarse con la naturaleza y con la historia del lugar, juegos, actividades, dinámicas lúdicas y expresivas, técnicas que aborden el contacto con la naturaleza.

Es importante destacar que el campo laboral de incumbencia para este rol es amplio, constituido por complejos turísticos, campings, cabañas, albergues turísticos y deportivos, hoteles, eventos, excursiones, viajes educativos, entre otros.

2. Marco pedagógico

El marco pedagógico está basado en esta concepción de la enseñanza y del aprendizaje donde se plantea y garantiza que en cada encuentro el alumno pueda vincularse con situaciones reales tomadas del campo de trabajo, recordando una frase de CONFUSIO: “Dime y lo olvido, enséñame y lo recuerdo, involúcrame y lo aprendo”. Donde la apropiación de los aprendizajes de forma significativa se realiza cuando los alumnos se involucran en el mismo.

El diseño adquiere una organización modular, concibiéndose como “módulo” a una estructura integradora de contenidos, objetivos y estrategias que se articulan en función de problemas que reflejan una situación laboral determinada, similares a los que el egresado deberá saber resolver en el trabajo.

Las actividades propuestas consideran una integración. La secuenciación y especificación de las mismas se presentan en el Material Didáctico que acompaña a este Diseño Curricular.

El presente Diseño Curricular y el Material Didáctico correspondiente, constituyen una herramienta orientadora de la práctica docente y el recorrido a transitar por los



participantes. En la práctica se podrán enriquecer con la participación de docentes y cursantes, en los contextos específicos en que se desarrollan los procesos de enseñanza y de aprendizaje.

Objetivos generales:

Al finalizar dicha capacitación, se espera que el alumno tenga la capacidad necesaria para:

Planificar, proponer, coordinar y llevar a cabo juegos y actividades lúdicas y recreativas inclusivas.

Asistir en el proceso de venta y comercialización de dicho producto.

3. Estructura curricular modular.

Unidad 1

El turismo y la recreación

- Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural.
- Reconocer el juego como agente motivador en la recreación.

Unidad 2

La Recreación y sus dinámicas

Adquirir destrezas de conducción de grupos de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

- Adquirir destrezas de conducción de grupos de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.
- Adquirir destrezas de técnicas de propuestas de dinámicas de juego y propuestas lúdicas.

Unidad 3



La Recreación en acción

Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas, a través de las cuales pongan en práctica y experimenten la eficiencia y aplicabilidad de los recursos propuestos, aplicando nociones de organización y seguridad.

- Adquirir vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades lúdico-recreativas.
- Organizar veladas, fogones y juegos nocturnos.

Unidad 4

La Planificación

- Planificar juegos y actividades lúdico-recreativas.

Unidad 5

La Venta y comercialización del servicio

Ofrecer el servicio de animación y recreación para grupos o contingentes turísticos, a las empresas que ofrecen esta opción de entretenimiento, presentándolo como beneficio u oportunidad de negocio.

- Comercializar del servicio.

1. Carga horaria: 100 Horas.

2. Criterios de enseñanza.

El sujeto de la formación profesional es la persona adulta. Por lo tanto, es menester que los docentes sean conscientes de que los destinatarios de la formación poseen una historia de vida que les ha aportado experiencias laborales y personales. Sobre este capital de saberes se situará el nuevo aprendizaje, que ha de ser significativo.



Se implementarán técnicas que recreen situaciones laborales, como la resolución de problemas, el estudio de casos, la simulación y otras actividades que promuevan la permanente reflexión sobre la práctica, como las autoevaluaciones.

Se implementarán actividades individuales y grupales de acuerdo a las capacidades que se quieran desarrollar. Las actividades individuales permiten indagar conocimientos y experiencias previas referidas al rol, profundizar o realizar síntesis de conocimientos. Las actividades grupales, se proponen para favorecer la observación de los pares sobre el desempeño del rol propio y ajeno y el intercambio de opiniones y estrategias de resolución de problemas. Es recomendable la organización en parejas o grupos pequeños.

Los conocimientos previos de los alumnos se tomarán como punto de partida tanto para integrar los nuevos aprendizajes, como para promover la remoción de fundamentos erróneos.

Cada uno de los módulos de esta capacitación serán organizados en MOMENTOS que pretenden sentar un equilibrio en los procesos de enseñanza y aprendizaje, evitando instaurar la monotonía expositiva, y favoreciendo una dinámica significativa, instalando modalidades que permitan el intercambio, la vivencia, la confrontación, la creación, el cuestionamiento, entre otros.

Es así como cada uno de éstos, tendrán:

- Una APERTURA (a partir de imágenes, música, reflexiones y videos) que favorezca el desarrollo temático posterior e instale en el público interrogantes y expectativas.
- Un DESARROLLO TEÓRICO en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filmintas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.
- Un PLENARIO en el que se intercambian conceptos, ideas y experiencias que pudieran enriquecer el desarrollo temático del día y generen un aporte “extra” a quienes compartimos ese momento.



- La ARTICULACIÓN ó la VIVENCIA generada a partir de “disparadores” (estratégicamente seleccionados) en el que se promueva la producción y/o práctica en relación al tópico en cuestión.
- La CONCLUSIONES y CIERRE recuperando situaciones del momento anterior y generando “algunos” indicios que den lugar al próximo tema a desarrollar.

Las actividades planteadas desarrollarán en el alumno la capacidad de transferir conocimientos, con el fin de prepararlo tanto para la adaptación y solución de imprevistos en la situación real de trabajo como para brindarle versatilidad ante las diferencias presentes en las distintas empresas del Sector.

1. Criterios de evaluación.

Esta instancia implica la consideración de tres tipos de evaluación, diferentes por su finalidad y momento del proceso de enseñanza y de aprendizaje en que se implementan:

El diagnóstico: al comenzar cada módulo o bloque, el docente deberá implementar la detección de los saberes previos de los participantes y de aquellos conocimientos que se deben reforzar.

El proceso: la participación y la producción –grupal e individual- durante las instancias presenciales permitirán realizar una evaluación continua que se reconsiderará en el momento de la evaluación final y permitirá realizar los ajustes necesarios durante el proceso.

Los resultados de estas evaluaciones deberán ser compartidos con los alumnos para involucrarlos en su aprendizaje, fomentando el compromiso con su propio proyecto.

La evaluación final: la acreditación prevista será presencial, individual y escrita, a partir de un instrumento diseñado con el fin de recuperar los distintos desarrollos teóricos realizados y poner al alumno capacitado en situación de reflexionar y articular dichos conocimientos.

Los criterios de esta instancia que definirán la aprobación tendrán una relación directa con la participación (80% de asistencia) y la capacidad de incorporar los



contenidos brindados a una producción creativa y pertinente hacia los lineamientos. Por otro lado, se considerará el manejo de terminología técnica y específica y la claridad conceptual de lo presentado.

2. Requisitos para la implementación del diseño.

Infraestructura:

Aula con capacidad instalada para 30/40 personas y totalmente equipada.

Espacio al aire libre, con vegetación próximo al aula.

Equipamiento de aula:

Sillas, pizarra y fibrones.

Material Didáctico (un ejemplar por alumno).

Afiches blancos y fibrones.

Proyector, PC.

Reproductor de CD, DVD, y TV.

Equipo de audio.

Perfil del equipo técnico - docente involucrado:

Los docentes deberán contar con experiencia en el desempeño del rol y deberán poseer conocimientos actualizados de los cambios que se producen constantemente en el sector turismo.

Preferentemente deberán tener experiencia en la tarea docente, pudiendo atender a los ritmos de aprendizaje individual de cada participante y la diversidad en el perfil de los mismos, en la planificación de las actividades de clase.

En el caso del docente que brinde el módulo de recreación y turismo, se considera prioritario que sea PROFESOR DE EDUCACIÓN FÍSICA y/o GUIA DE TURISMO y cuente con EXPERIENCIA LABORAL de haber trabajado en recreación en turismo además de tener conocimientos propios del sector turístico.

En el caso del docente que brinde el módulo de ventas del servicio, se considera prioritario que sea GUIA DE TURISMO y cuente con conocimientos propios sobre



venta y comercialización o una persona que cuente con conocimientos propios sobre venta y comercialización y además conocimientos del sector turístico.

Es necesario el trabajo interdisciplinario entre los docentes a cargo del curso.

3. Bibliografía.

- Coordinadores: Graciela KRICHESKY, Marta COMOGLIO, Mireya TOTINO. (2012 – 2013) “Lineamientos de Mejora para la Formación de Recursos Humanos en Turismo”. Ministerio de Educación Presidencia de la Nación.
- Autores desconocidos. (Año desconocido) Formación basada en Competencias Turismo, hotelería y gastronomía. Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social -MTEySS-.
- Apel Jorge. (2001) Evaluar e informar, en el proceso de la enseñanza-aprendizaje. Editorial Aique.

Módulo 1

La Recreación y el Turismo

1. Introducción.

Este módulo ofrece posibilidades para indagar y contactarse con los principales conceptos e ideas que sustentan diversas posiciones y tendencias en torno a las prácticas lúdicas y recreativas en el turismo; a la vez que propone la construcción de conocimientos para orientar las intervenciones en relación a lo lúdico en diferentes ámbitos de actuación.

2. Objetivos.

- Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural, posicionándose crítica y comprometidamente frente a este tema.

3. Contenidos.

Bloque I: La recreación y el turismo, una relación interdependiente.



Historia de la recreación en el turismo. Enfoques de la recreación. La animación socio-cultural. La recreación, un aporte indispensable hacia la renovación turística.

Bloque II: El juego como agente motivador en la recreación.

Conceptualización del juego. Teorías y enfoques sobre el juego: análisis histórico y social. Características y funciones del juego. El Juego y las diferentes edades. El juego como espacio de construcción de identidad, de encuentro, comunicación y socialización. Incidencia en la calidad y el proyecto de vida.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del docente y los participantes, explicitando los objetivos del curso en general y del módulo en particular.

Exploración de las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus saberes previos acerca del rol y las expectativas con que llegan al curso.

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filminas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.

El docente incluirá actividades prácticas donde se pongan en juego las diferencias las teorías del juego y las características del mismo.

Resolución de situaciones problemáticas provistas en el Material Didáctico para analizar posibles soluciones ante problemas de la práctica laboral.

Actividades de cierre: por medio de la oralidad el docente recupera situaciones del momento anterior y generando “algunos” indicios que den lugar al próximo tema a desarrollar.

5. Criterios de evaluación.

Al comenzar el módulo, el docente deberá implementar la detección de los saberes y experiencias previas de los participantes.

El docente evaluará si el alumno:



Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones en forma grupal e individual acordes a la consigna propuesta.

Reconoce en forma crítica, el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación.

6. Bibliografía.

- Boullón, Roberto (1990). "Las actividades turísticas y recreacionales", 31 edición. Editorial Trillas, México.
- Munné, Frederic (1990). "Psicosociología del Tiempo Libre. Un enfoque crítico", Editorial Trillas, México.
- Pablo Waichman (1993). "Tiempo libre y Recreación", PW Ediciones, Bs. As.
- Prof. Luis Esteban de la RIBERA BLANCO. Apuntes del Curso Internacional de Animación Turística. "ANIMACIÓN TURÍSTICA UN DESAFIO".
- Coordinadores: Leticia Piotti, Mirtha Fassina, Silvia Ruth Gotthelf, (2009). "Diseño Curricular Provincia de Córdoba, Profesorado de Educación Física". Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación. Secretaria de Educación. Dirección General de Educación General. Córdoba.

Módulo 2

La Recreación y sus dinámicas.

1. Introducción.

Los encargados o animadores tenemos que tener controladas las posibles contingencias que pueden surgir a la hora de llevar a la práctica las diferentes actividades diseñadas. Una de esas contingencias es la organización y la dinámica del grupo, ya que esa organización determinará varios aspectos pedagógicos como son la motivación del grupo, la realización de un mayor o menor número de actividades o la relación con un número distinto de participantes.

Por ello, debemos analizar una serie de elementos tales como las dimensiones del grupo, su homogeneidad y el tipo de actividades, entre otros, antes de decidir la organización.



2. Objetivos.

1. Adquirir destrezas de técnicas de conducción de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.
2. Comprender la necesidad de utilizar roles y funciones y de cumplirlos responsablemente en la conducción de grupos aplicadas a la actividad turística.

3. Contenidos.

Bloque I: Dinámicas de grupo.

Tipos de recreador/a. Características del mismo. Papel del recreador/a.- Diferentes tipos de públicos / turistas.-

Bloque II: Dinámicas de juegos y propuestas lúdicas.

Distintas técnicas de conducción. La expresión, el silencio, la ubicación, la conducción de los juegos y actividades y el ambiente. Formas de organización de las propuestas, en forma individual, en parejas, en grupo, masiva, relevos, circuitos. La seguridad.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo en particular.

Recuperamos el encuentro anterior en forma oral y libre.

El docente comienza el módulo con diferentes actividades de presentación.

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filmintas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.

El docente incluirá actividades prácticas donde se pongan en juego las diferencias formas de organizar un grupo.

Luego los alumnos propondrán juegos sin elementos, y analizaremos la disposición y espacios utilizados.

Actividades de cierre: Evaluación en plenario de los juegos propuestos.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones en forma grupal e individual acordes a la consigna propuesta.

Adquiere destrezas de técnicas de conducción



Comprende la necesidad de utilizar roles y funciones.

Se apropia de los espacios utilizados en los juegos propuestos.

6. Bibliografía.

- Boullón, Roberto (1990). "Las actividades turísticas y recreacionales", 31 edición. Editorial Trillas, México.
- Fernando Trujillo Navas (2010). "La organización del grupo-clase y de las tareas en la clase de Educación Física". EmásF, Revista Digital de Educación Física. Año 1, Número 2.

Módulo 3

La Recreación en acción.

1. Introducción.

Al hablar de RECREACIÓN debemos pensar en algo esencialmente ACTIVO, que no tiene nada que ver con la idea de pasatiempo, ni con un concepto de entretenimiento, pasividad o facilismo.

El Juego representa, para los chicos y jóvenes, la máxima aspiración de la vida; e incluso me atrevería a decir que, en ciertas edades, el juego representa la UNICA COSA SERIA que quieren realizar puesto que encuentran en él, la posibilidad de satisfacer sus más íntimas exigencias y urgentes deseos. Desde moverse y actuar hasta el competir con..., desde el acecho más silencioso hasta incontenible desahogo de las ansias de ruido y alboroto, desde el instinto combativo hasta los más honestos gestos de cooperación.

2. Objetivos.

- Adquieran vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades recreativas, a través de las cuales pongan en práctica y experimenten la eficiencia y aplicabilidad de los recursos propuestos.
- Adquirir nociones de organización y seguridad de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

3. Contenidos.

Bloque I: Propuestas lúdicas y recreativas.

Criterios de clasificación de juegos, clasificación de juegos.



Práctica, análisis y reflexión de: Juegos para conocernos y formar grupos, Juegos de búsqueda y persecución, Juegos sensoriales, Juegos cooperativos, Juegos inclusivos, Juegos de interior, Juegos en la naturaleza, Juegos tradicionales, Juegos deportivos, Juegos realizados con material reutilizable, Juegos ambientales, Juegos en ronda.

Bloque II: Organización de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Concepto y características diferenciales; organización, conducción y momentos.

Juego: creatividad y expresión (representaciones, títeres, teatro de sombras, karaoke, radioteatros, bailes en ronda).

Juegos nocturnos, organización y medidas de seguridad en su implementación.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo en particular. Recuperamos el encuentro anterior en forma oral y libre.

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filminas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.

En el Bloque I utilizaremos espacios cerrados y abiertos, y luego de la práctica de los diferentes juegos y actividades, nos daremos tiempo y espacio para el análisis y la reflexión. Compartiremos situaciones reales y propuestas de intervención.

En el Bloque II necesitaremos de una jornada que comience luego del mediodía, para poder así llegada la noche participar de los juegos nocturnos, veladas y fogón.

Actividades de cierre: por medio de la oralidad el docente recupera situaciones del momento anterior.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones en forma grupal e individual acordes a la consigna propuesta.

Adquiere y resuelve problemas relacionados a la seguridad en excursiones a sitios de interés natural o cultural.

6. Bibliografía.



- Coordinadores: Leticia Piotti, Mirtha Fassina, Silvia Ruth Gotthelf, (2009). “Diseño Curricular Provincia de Córdoba, Profesorado de Educación Física”. Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación. Secretaria de Educación. Dirección General de Educación General. Córdoba.
- Ricardo Luis Bellegarde, (2009). “Apuntes de Vida en la Naturaleza I y II” Profesorado de Educación Física. Córdoba.-
- Vila Leonor (1992). “Ecojuegos”. Editorial Bonum. Bs As.

Módulo 4

La Planificación de la Recreación.

1. Introducción.

Ningún tipo de acción (social, cultural o educativa) que pretenda alcanzar un objetivo o resultado debe dejarse librada a la total espontaneidad de quien o quienes la realizan[1].

La planificación ofrece pautas que permiten estructurar las orientaciones generales que dan una direccionalidad a un proceso de intervención que pretende ser organizado y ra-cional.

No debe utilizarse como un recetario; debe ser un acto de re-creación y adecuación a situaciones particulares y específicas.

Para elaborar y diseñar la planificación no existe una normativa rígida, sino una serie de pautas que sirven para organizar las ideas, precisar los obje-tivos, establecer los cursos de acción, concretar una serie de actividades específicas y establecer criterios de evaluación.

Las pautas y lineamientos generales que se han de utilizar son:

- Concretar y precisar lo que se quiere realizar.
- Instrumentar de manera efectiva las decisiones tomadas, mediante el uso combinado de recur-sos humanos y no humanos.
- Seguir cursos de acción que conduzcan a la ob-tención de determinados productos y resultados.



- Establecer criterios que ayuden a valorar de forma sistemática lo realizado.

2. Objetivos.

- Establecer criterios, para tomar decisiones y así concretar los procedimientos necesarios para llevar a cabo la planificación de las actividades recreativas.

3. Contenidos.

Bloque I: La planificación.

El grupo. El lugar. La elección de las actividades. La programación diaria y semanal.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo en particular. Recuperamos el encuentro anterior en forma oral y libre.

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filmillas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.

Los alumnos en parejas o tríos realizarán una planificación semanal, en un alojamiento a elegir de dicha localidad.

Actividades de cierre: La producción que los alumnos realicen de la planificación será tenida en cuenta como instancia de evaluación, en donde además de la mirada del docente, será evaluada por los demás participantes.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones en forma grupal e individual acordes a la consigna propuesta.

Puede establecer criterios, y tomar decisiones para planificar las actividades recreativas.

6. Bibliografía.

- Coordinadores: Leticia Piotti, Mirtha Fassina, Silvia Ruth Gotthelf, (2009). "Diseño Curricular Provincia de Córdoba, Profesorado de Educación Física".



Gobierno de Córdoba, Ministerio de Educación. Secretaría de Educación.
Dirección General de Educación General. Córdoba.

- Ricardo Luis Bellegarde, (2009). “Apuntes de Vida en la Naturaleza I y II”
Profesorado de Educación Física. Córdoba.-

Módulo 5

La Venta y comercialización del servicio.

1. Introducción.

Este módulo permitirá obtener herramientas de ventas para aplicar en un servicio particular, comprendiendo el alcance del proceso y la responsabilidad que le corresponde.

Facilitar la comprensión de que la venta es ante todo “relacional” y lo que se vende más allá de ser productos o servicios, constituyen “experiencias” que nos condicionan para evaluar los “momentos de la verdad”, que se suceden en el contacto con el cliente-turista.

Permite conocer los diferentes estilos o perfiles de clientes y cuál es la clave de abordaje en cada caso para garantizar la forma de vincularse más conveniente a cada perfil y a una situación determinada. Ello permite optimizar resultados, considerando los estilos en la atención.

2. Objetivos.

- Brindar al alumno herramientas de ventas, para que las pueda aplicar en un negocio particular, comprendiendo el alcance del proceso.

3. Contenidos.

Bloque I: La Venta del servicio.

Producto. Servicio. Servicio Turístico. Características específicas del Servicio Turístico.

Venta personal. La Comunicación. Perfil del Vendedor. Conocimiento del servicio ofrecido. Conocimiento del Cliente. Proceso de la Venta. Postventa.

Bloque II: La comercialización del servicio.



Plan de comercialización. Investigación de mercado. Segmentación. Diseño de la comercialización. Producto (servicio). Precio. Promoción. Plaza.

4. Actividades.

Actividades de inicio: Presentación del objetivo del módulo en particular. Recuperamos el encuentro anterior en forma oral y libre.

Actividades de desarrollo: en el que se exponen conceptos a partir de diversas estrategias de presentación como las imágenes (filminas y power point), la pizarra y la oralidad del expositor.

Los alumnos en parejas o tríos realizarán durante el transcurso del módulo ejercicios que lo ayudarán a un realizar un Plan de comercialización para un alojamiento a elegir de dicha localidad.

Actividades de cierre: En dicho módulo se da por finalizada la capacitación, los docentes hacen una breve evaluación sobre las fortalezas y debilidades en la capacitación, dan pautas para continuar en forma independiente en el proceso, ofrecen un espacio para que los alumnos compartan su experiencia además de ofrecerle una breve encuesta escrita e individual a modo de evaluación general.

5. Criterios de evaluación.

El docente evaluará si el alumno:

Participa en forma espontánea y dirigida y realiza producciones en forma grupal e individual acordes a la consigna propuesta.

Es capaz de realizar un Plan de comercialización para un alojamiento a elegir de dicha localidad.

6. Bibliografía.

- Lic. Guzmán Lasarte (2008) "Técnicas de Ventas Aplicadas". Colección C.A.M.E. Derechos cedidos por el autor a la Confederación Argentina de la Mediana Empresa (CAME) para el PROGRAMA NACIONAL de CAPACITACION PROFESIONAL Y TECNOLOGICO PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EN LA ARGENTINA.
- Ricardo Horacio Bellegarde, (2012). "Apuntes del Curso Turismo y Recreación" , Córdoba.-



- Ron Willingham, 1996. ¡Escúchame, soy tu Cliente!. Ed. Prentice Hall.
- P. Kotler y otros. 1997. Mercadotecnia para hotelería y turismo. Ed. Prentice Hall.
- Harry Beckwith, 1998. Venda lo invisible. Ed. Pearson Education.
- Mario Finochietti, 1999. Todo Marketing. Ed. Improll Americana.
- Pere Martínez Escriba, 2001. Aprender a vender. Ed. Paidós, Barcelona.
- Marcelo Bacci, 2009. Servicios Turísticos. Ed. IES Siglo 21, Córdoba.-

5. Material Didáctico:

Módulo I: La Recreación y el Turismo.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.

Bloque I: La recreación y el turismo, una relación interdependiente.

Bloque II: El juego como agente motivador en la recreación

Módulo II: La Recreación y sus dinámicas.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.

Bloque I: Dinámicas de grupo.

Bloque II: Dinámicas de juegos y propuestas lúdicas.

Módulo III: La Recreación en acción.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.

Bloque I: Propuestas lúdicas y recreativas.

Bloque II: Organización de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Módulo IV: La Planificación de la Recreación.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.



Bloque I: La planificación.

Módulo V: La Venta y comercialización del servicio.

1. Objetivos.
2. Contenidos.
3. Actividades.

Bloque I: La Venta del servicio.

Bloque II: La comercialización del servicio.

Presentación del Material Didáctico

Actualmente, las condiciones de ingreso y permanencia en el mundo del trabajo se encuentran en un proceso de cambio constante y, en consecuencia, las necesidades de formación y actualización de los trabajadores también.

Por este motivo, el presente texto tiene el propósito de brindar actividades que favorezcan el desarrollo de habilidades y conocimientos hoy en día necesarios para el desempeño del rol.

El material está desarrollado respetando la estructura modular del Diseño Curricular, por tanto consta de cinco módulos

Módulo I: La Recreación y el Turismo.

Módulo II: La Recreación y sus dinámicas.

Módulo III: La Recreación en acción.

Módulo IV: La Planificación de la Recreación.

Módulo V: La Venta y comercialización del servicio.

Este material didáctico ofrece una serie de actividades destinadas a las/os estudiantes como apoyo para su formación profesional. Deberá articularse y complementarse con la propuesta del docente a cargo de cada curso. Se incluyen actividades individuales y grupales que pueden ser realizadas en el aula, el trabajo o el hogar.

Los módulos comienzan con una evaluación diagnóstica para indagar sobre las expectativas y conocimientos previos de los participantes.

Módulo 1

La Recreación y el Turismo

1. Objetivos.



Concluido el desarrollo del módulo se espera que los participantes estén capacitados para:

- Reconocer el marco conceptual del turismo, que sostiene las prácticas de juego y recreación en su trama histórica, social y cultural, posicionándose crítica y comprometidamente frente a este tema.

2. Contenidos.

Bloque I: La recreación y el turismo, una relación interdependiente.

Historia de la recreación en el turismo. Enfoques de la recreación. La animación socio-cultural. La recreación, un aporte indispensable hacia la renovación turística.

Bloque II: El juego como agente motivador en la recreación.

Conceptualización del juego. Teorías y enfoques sobre el juego: análisis histórico y social. Características y funciones del juego. El Juego y las diferentes edades. El juego como espacio de construcción de identidad, de encuentro, comunicación y socialización. Incidencia en la calidad y el proyecto de vida.

3. Actividades.

Evaluación diagnóstica

Conteste en forma individual y luego compartan con el resto del grupo:

1. ¿Cuál fue la motivación para inscribirse en este curso?

.....
.....
.....
.....

2. ¿Tienen alguna experiencia en el trabajo de RECREADOR? ¿Dónde? ¿Cuánto tiempo?

.....
.....
.....
.....

3 ¿Qué esperas aprender a lo largo de la cursada?

.....
.....



.....
.....

4. Nombren distintos TIPOS de establecimientos en los cuales podrían desempeñar el rol de RECREADOR.

.....
.....
.....

5. Expliquen la importancia del rol de RECREADOR dentro del establecimiento.

.....
.....
.....

6. Escriba por lo menos un establecimiento donde se brinde el servicio. Mencione, si es posible, la antigüedad del servicio. Porque cree usted que es importante dicho servicio para los turistas?

.....
.....
.....

Bloque I: La recreación y el turismo, una relación interdependiente.

Conteste en forma individual.

1. Busque por lo menos 3 (tres) conceptos de recreación, indique su autor o página web de donde fue extraída.

.....
.....
.....
.....
.....
.....



.....

.....

2. Para usted que es la recreación?

.....

.....

.....

3. Escriba un hecho en la historia de la recreación en el turismo, el cual usted crea que fue el más trascendental y justifique su respuesta.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

En un cuadro identifique los enfoques de la recreación y sus características.

	Enfoque 1	Enfoque 2	Enfoque 3
Palabras asociadas			
Características			



3. Escriba un ejemplo de cada uno de ellos. Comparta con sus compañeros.

.....

.....

.....

.....

4. Identifique por lo menos 5 (cinco) diferencias entre la animación sociocultural y la recreación.

Recreación	Animación Socio Cultural

5. Elija y escriba 3 (tres) aportes y beneficios de la recreación para el turismo y justifique personalmente una de ellas.

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

6. Fundamente “La recreación, un aporte indispensable hacia la renovación turística”.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bloque II: El juego como agente motivador en la recreación.

Conteste en forma individual.

1. Cada participante escribe el concepto de juego.- Se intercambian los conceptos y cada uno lee el concepto de otro compañero, el docente anota (de forma de que lo vean todos) palabras claves y en común a todos los conceptos, rescatando la percepción que tenemos acerca del mismo.

.....

.....

.....

.....

2. El docente propone diferentes conceptos de juego e identificamos a que enfoque de recreación corresponde cada concepto.-

.....

.....



- En la que se es consciente de vivir en el plano de la ficción, fuera de la esfera de lo real.
- Limitada en el tiempo y en el espacio.
- Global, totalizadora.
- Reglamentado en el sentido de que durante su transcurso se van estableciendo convenciones o reglas "in situ", en forma deliberada y rigurosamente aceptada.

1. Escriba 3 (tres) funciones del juego relacionadas a la comunicación y sociabilización de las personas.-

.....

.....

.....

.....

Conteste en forma grupal.

2. Cada grupo tendrá que elaborar una representación (de no más de 5 minutos) sobre el Juego y sus características en las diferentes edades, según la edad que le hayan asignado.-

Módulo 2

La Recreación y sus dinámicas.

1. Objetivos.
 1. Adquirir destrezas de técnicas de conducción de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.
 2. Comprender la necesidad de utilizar roles y funciones y de cumplirlos responsablemente en la conducción de grupos aplicadas a la actividad turística.
2. Contenidos.

Bloque I: Dinámicas de grupo.

Tipos de recreador/a. Características del mismo. Papel del recreador/a.- Diferentes tipos de públicos / turistas.-



Bloque II: Dinámicas de juegos y propuestas lúdicas.

Distintas técnicas de conducción. La expresión, el silencio, la ubicación, la conducción de los juegos y actividades y el ambiente. Formas de organización de las propuestas, en forma individual, en parejas, en grupo, masiva, relevos, circuitos. La seguridad.

3. Actividades.

Bloque I: Dinámicas de grupo.

Conteste en forma individual.

En ocasiones es necesario asumir el rol de **animadores**, es ir que toda responsabilidad sobre el desarrollo de la actividad recae sobre nuestra persona. Este puede ser el caso de una actividad con un grupo muy numeroso, en el primer encuentro de un grupo que aún no se conoce, una actividad corta, etc.

Seremos **conductores** cuando tengamos que llevar adelante una tarea compartiendo con el grupo sus necesidades, intereses, vivencias y expectativas. Nosotros dominamos más recursos recreativos o tenemos más conocimientos, pero eso no significa que seamos directivos, sino que dirijamos únicamente lo necesario.

Seremos **coordinadores** cuando la mayoría de las decisiones son tomadas por el grupo. Obviamente aportaremos nuestras experiencias, pero desde el mismo lugar que los demás. Otros integrantes coordinarían algunas actividades y nosotros seremos atentos observadores de todo lo que acontece para facilitar la evolución del grupo.

Seremos **recreólogos** cuando contemos con todos los recursos, el soporte teórico y el buen criterio para facilitar este tipo de experiencias grupales.

1. Una con flechas.

<p>Coordinador</p>		<p>Toda responsabilidad sobre el desarrollo de la actividad recae sobre nuestra</p>
---------------------------	--	---



		persona.
Animador		Tenemos que llevar adelante una tarea compartiendo con el grupo sus necesidades, intereses, vivencias y expectativas.
Conductor		La mayoría de las decisiones son tomadas por el grupo.

2. En función a las siguientes características que tiene que tener un RECREADOR.

Autogestión // Compromiso // Responsabilidad // Participación // Cooperación
Elija 2 (dos), las que crea más importantes y justifique su elección.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. En función a las siguientes características que tienen los turistas. Qué tipo de animación elegiría usted y porqué ?.

Bloque II: Dinámicas de juegos y propuestas lúdicas.



Conteste en forma individual.

1. En función a las siguientes figuras propuestas, conteste en forma afirmativa (verdadero) o negativa (falso).-

Es conveniente formar grupos en RONDA, cuando estos grupos son grandes en su tamaño.-

Es conveniente formar grupos en ELE, cuando estos grupos son pequeños en su tamaño.-

Es conveniente formar grupos en ELE, cuando estos grupos son medianos en su tamaño.-

2. Cuando comenzamos un juego y/o una actividad hay dos momentos importantes: LA MOTIVACIÓN Y LA PRESENTACION DEL JUEGO Y/O ACTIVIDAD. Qué diferencia hay entre ambas?.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



3. Para cada actividad existen distintos recursos para conformar grupos o equipos.

Conformación libre: cada uno decide con quien desea compartir la actividad. La agrupación es voluntaria.

Conformación por sociograma: es una técnica sociometría por medio de la cual se trata de respetar los intereses y afinidades.

Conformación por elección: se designan capitanes o líderes, quienes seleccionan por turno los integrantes de su equipo.

Agregue 2 (dos) formas y/o recursos para conformar grupos y explique brevemente su dinámica.-

4. Hay varias “diferencias” entre una explicación CLARA y una CONFUSA.-

Explicación	
Clara	Confusa
Sencilla	Complicada
Oraciones cortas	Oraciones largas
Palabras usuales	Palabras raras
Concreta	Abstractas
Paso por paso	Desordenada
Todas las palabras son importantes	Con palabras superfluas



Escriba la consigna de un juego (por ejemplo LA ESCONDIDA) en forma CLARA Y en forma CONFUSA.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

1. Hay diferentes formas de organización de las propuestas. En forma individual, en parejas, en grupo, masiva, relevos y circuitos, entre otros. Explique un juego que tenga alguna de ellas.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Seguridad en las actividades. Escriba una lista de 10 ítems a cumplir en dicho punto.-

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Módulo 3

La Recreación en acción.

1. Objetivos.

- Adquieran vivencias significativas en relación con el juego y a las actividades recreativas, a través de las cuales pongan en práctica y experimenten la eficiencia y aplicabilidad de los recursos propuestos.
- Adquirir nociones de organización y seguridad de modo que el grupo responda satisfactoriamente a las tareas propuestas.

2. Contenidos.

Bloque I: Propuestas lúdicas y recreativas.

Criterios de clasificación de juegos, clasificación de juegos.

Práctica, análisis y reflexión de: Juegos para conocernos y formar grupos, Juegos de búsqueda y persecución, Juegos sensoriales, Juegos cooperativos, Juegos inclusivos, Juegos de interior, Juegos en la naturaleza, Juegos tradicionales, Juegos



deportivos, Juegos realizados con material reutilizable, Juegos ambientales, Juegos en ronda.

Bloque II: Organización de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Concepto y características diferenciales; organización, conducción y momentos.

Juego: creatividad y expresión (representaciones, títeres, teatro de sombras, karaoke, radioteatros, bailes en ronda).

Juegos nocturnos, organización y medidas de seguridad en su implementación.

Bloque III: Propuestas en entornos naturales y culturales.

Excursiones a sitios de interés natural o cultural.

Actividades en la naturaleza, caminatas, cicloturismo, cabalgatas.

Organización, seguridad, marco legal en la provincia de Córdoba (ley 8801/99).

3. Actividades.

Bloque I: Propuestas lúdicas y recreativas.

Conteste en forma individual.

Clasificación de los juegos.

Tal como ocurre con las teorías, y con las definiciones acerca del juego, nos encontramos con que diversos autores enfocan el tema, planteando alternativas diferentes. Por este motivo, se debe conocer las propuestas, pero utilizar la que esté más relacionada a nuestra problemática.

Según los criterios, se podría ejemplificar a partir de la **dimensión social** (individuales, de grupo y de equipo), según la **energía desarrollada** (muy activos, activos, intensidad media y poca intensidad), según el **grado de participación** (cooperativos, competitivos y participativos), o entre otros, según la **cantidad de**



participantes (individuales, parejas, tríos, pequeños grupos o grandes grupos) o el **lugar** (interior, patio, campo, playa).

1. Escriba otros 2 (dos) criterios de clasificación.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2. Escriba 2 (dos) juegos y elegir uno o dos criterios para clasificarlos.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Dinámicas de los juegos.

JUEGOS	OBJETIVOS	DINAMICA
De Táctica y Estrategia (algunos autores los llaman de Lucha y Asalto) también se llaman de	Desarrollo de estrategias y tácticas utilizando los conocimientos del campo.	Por bandos (generalmente de a dos).



persecución y de asalto y de acecho.		
De Integración	Conformación de grupos Conocimiento del grupo.	Juegos mezcladores y de representación
De Búsqueda	Desarrollar el conocimiento del lugar (flora, fauna, orientación)	Búsqueda del tesoro. Juegos de recolección, de orientación, de búsqueda, cartográficos, entre otros.
De reconocimiento del lugar	Familiarizarse con el lugar, reconocer sus límites	
De Aplicación de técnicas Cabuyería Cocina rústica Orientación y navegación terrestre.- Caminatas entre otros. . .	Aplicar conocimientos y técnicas adquiridas	Talleres, Circuitos, juegos rotativos, entre otros.
Sensoriales	Estimular el uso de los sentidos. Sensibilizarse a las características del ambiente.	Juegos, dinámicas, caminatas, entre otros. Generalmente se priva un sentido.
Pasivos y de interior (también les llaman para días de lluvia)	Promover situaciones lúdicas de resolución intelectual aplicando conocimientos adquiridos. Representar situaciones	Juegos de salón, de mesa, representación, de expresión, en ronda, entre otros.



	<p>sociales cotidianas, históricas o futuras.</p>	
Nocturnos	<p>Familiarizarse con la noche. Superar el miedo. Adaptarse a las características del ambiente nocturno. Adquirir nuevas sensaciones y experiencias.</p>	<p>Juegos, dinámicas, caminatas, entre otros.</p>
Ambientales	<p>Tratan la problemática actual del ambiente. Conocer la problemática ambiental del lugar.- Promueven el cuidado y la preservación del ambiente.</p>	
Grandes Juegos en la Naturaleza	<p>Aplicación de técnicas en diferentes situaciones propuestas. Promover situaciones lúdicas con diferentes aspectos que pueden ser expresivos, técnicos entre otros.</p>	<p>Se prolongan en el espacio y en el tiempo. Duran de ½ día hasta la duración de la salida. Combinación de muchos juegos en uno (con un eje temático que los relaciona)</p>



3. Unir con flechas o con números los tipos de juegos, sus objetivos y sus dinámicas.-

Tipos de JUEGOS		OBJETIVOS	DINAMICA
Ambientales	1	Familiarizarse con la noche. Superar el miedo. Adaptarse a las características del ambiente nocturno	Juegos de recolección, orientación, cartográficos, entre otros.
Nocturnos	2	Combinación de muchos juegos en uno	Juegos, caminatas, entre otros.
Grandes Juegos en la Naturaleza	3	Tratan la problemática actual del ambiente	Juegos, dinámicas
De reconocimiento del lugar	4	Familiarizarse con el lugar, reconocer sus límites	Duran de ½ día hasta la duración de la salida

Bloque II: Organización de veladas, fogones y juegos nocturnos.

Conteste en forma individual.

1. Supongamos que el grupo en cuestión son familias con hijos adolescentes, que tipo de fogón o velada planificaría para ellos?. Justifique su respuesta.

Clasificación de los fogones y veladas.

Fogones Recreativos: el programa del fogón está relacionado con la realización de actividades recreativas.



Fogones Educativos: tienen como fin trabajar la temática relacionada a algún contenido.

Fogones Espontáneos: son aquellos que no se organizan de antemano. Surgen. . .

Y fogones reflexivos: en fogones especiales de despedida de un grupo o cuando se quiere tocar una temática en la cual la reflexión sea el eje principal.

2. Enumere 3 (tres) diferencias entre fogón y velada.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. Cuáles son los momentos de un fogón o una velada? Describa el primer momento denominado MOTIVACIÓN.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4. Escriba 5 (cinco) recomendaciones para realizar fuegos (en función a la seguridad).

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

5. Qué técnica se debe utilizar para apagar el fuego. . .

- () rociar, remover, rociar.
- () remojar, revolver, rociar
- () tirar agua, piedras y tierra.

6. Juegos nocturnos medidas de seguridad en su implementación.

Estas son algunas de las medidas de seguridad que se implementan al proponer un juego nocturno.-

- Atención a los peligros del terreno, escarpadas, quebradas, entre otros, que la oscuridad hace todavía muy temibles.

Agregue por lo menos 2 (dos) más.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Módulo 4

La Planificación de la Recreación.

1. Objetivos.

- Establecer criterios, para tomar decisiones y así concretar los procedimientos necesarios para llevar a cabo la planificación de las actividades recreativas.

2. Contenidos.



Bloque I: La planificación.

El grupo. El lugar. La elección de las actividades. La programación diaria y semanal.

3. Actividades.

Bloque I: La planificación.

Planificar es la acción consistente en **utilizar un conjunto de procedimientos** mediante los cuales se introduce una mayor **racionalidad y organización en un conjunto de actividades** y acciones articuladas entre sí que, previstas anticipadamente, tienen el propósito de alcanzar determinadas **metas y objetivos** mediante el uso eficiente de **medios y recursos escasos o limitados**.

Lo primero que tenemos que plantearnos es **para quién** vamos a planificar la actividad.

Los turistas conscientes o inconscientemente nos plantean su interés de realizar una actividad. De acuerdo al diagnóstico de los siguientes factores, planificaremos: Calidad (condición física, salud, edad, experiencia previa). Cantidad de personas que conforman el grupo. Homogeneidad o heterogeneidad del grupo. Gustos o preferencias. Condición social (económica y cultural).

El diagnóstico nos impone las condiciones para el diseño de la planificación y su organización.

La condición física estará en relación directa con la edad y con el tipo de vida, no siendo la edad un elemento excluyente para inferir la condición física ni sus limitaciones.

Conteste en parejas.

1. Hacer un diagnóstico detallado de un grupo hipotético teniendo en cuenta como mínimo los datos propuestos.

.....
.....
.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

3. La elección de las actividades depende DE MUCHOS FACTORES.-
Realice un listado de dichos factores.-

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



.....

.....

.....

.....

.....

4. La programación diaria y semanal.
 - **OPTIMIZAR EL PERÍODO VACACIONAL DEL HUESPED.-**
 - **SATISFACER SUS NECESIDADES.-**

Para tener en cuenta: en la programación de las actividades tenemos que tener en cuenta que las mismas vayan desde lo más sencillo (ya sea desde lo físico, intelectual o motivacional, dependiendo del grupo) y que aumente su complejidad en dichos aspectos.

Dicha curva, corresponde al rendimiento físico, intelectual y/o motivacional, dependiendo del grupo, y puede respetarse o tomarse como guía para la planificación diaria o “semanal” (muchas veces la “semana” dura más de 7 días y la curva se repite varias veces)

Consigna: Propongan una programación de 3 (tres), respetando la curva propuesta, teniendo en cuenta los puntos 1, 2 y 3.-

.....

.....

.....

.....

.....

Módulo 5

La Venta y comercialización del servicio.

1. Objetivos.



- Brindar al alumno herramientas de ventas, para que las pueda aplicar en un negocio particular, comprendiendo el alcance del proceso.

2. Contenidos.

Bloque I: La Venta del servicio.

Producto. Servicio. Servicio Turístico. Características específicas del Servicio Turístico.

Venta personal. La Comunicación. Perfil del Vendedor. Conocimiento del servicio ofrecido. Conocimiento del Cliente. Proceso de la Venta. Postventa.

Bloque II: La comercialización del servicio.

Plan de comercialización. Investigación de mercado. Segmentación. Diseño de la comercialización.

Producto (servicio). Precio. Promoción. Plaza.

1. Actividades.

Bloque I: La Venta del servicio.

Juan animaba las reuniones familiares y de amigos; tocaba la guitarra, hacía imitaciones, armaba juegos. Cuando lo despidieron de su trabajo no sabía qué hacer, estaba desorientado.

Su mejor amigo -Lucas- le dijo “Utiliza tus habilidades para ganar plata”.

“¿De qué me estás hablando?” dijo Juan.

“De tus habilidades para animar grupos y entretener a la gente; lo tuyo puede transformarse en un producto turístico que te genere ingresos”.

Lucas, me gustaría que me expliques bien esto del producto turístico porque no tengo idea.

¡Vamos entonces! -dijo Lucas- comencemos a conversarlo.

1. Explique que es producto, servicio turístico y que características específicas tiene el Servicio Turístico.

.....
.....



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Juan comprendió los conceptos vertidos por Lucas. Pensó que el tipo de servicio turístico -Animación y Recreación- que pretendía ofrecer requería de un equipo y buscó entre sus amistades. Se reunió con Abril y Ramiro a quienes les explicó el proyecto, y ambos aceptaron ponerse a trabajar en el mismo.

- 2. Conteste por sí o por no, y de un ejemplo acorde.
 - a) Un producto intangible no puede almacenarse.
 - b) El servicio turístico tiene una consistencia absoluta.
 - c) Un servicio turístico es cuando no existe ninguna participación de bienes materiales.

- 3. Indique las opciones correctas, con fundamento.

Ejemplos de servicios son;
__ Fábrica; __ Excursión; __ Restaurante; __ Pescado; __ Frigorífico;
__ Museo; __ Avistaje de ballenas.

Juan, Abril y Ramiro -en base a sus habilidades particulares- armaron algunos esquemas de Animación y Recreación. Hasta allí todo bien, pero....



¿A quiénes ofrecerían estos servicios turísticos? ¿Cómo los ofrecerían? ¿En qué condiciones? Muchas preguntas sin respuestas. Recurrieron entonces a Estela, experta vendedora de servicios para que los ayudara.

1. Explique el concepto de venta personal. Identifique las etapas del proceso de venta.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Bloque II: La comercialización del servicio.

Luego de varios encuentros con Estela, Juan, Abril y Ramiro ya están en condiciones de desarrollar el proceso personal de venta y postventa. Como de hecho forman un “emprendimiento” están en condiciones de elaborar un plan de comercialización y comenzar a posicionarse en el mercado de Animación y Recreación.

El Plan de comercialización (Marketing), consta de tres puntos básicos.-

- Investigación de mercado (¿Quiénes son, dónde están, y cuántos son números de Clientes?)
- Segmentación (dividir a los prospectos en grupos con necesidades similares).



- Diseño de la mezcla de comercialización.-

1. La Mezcla de comercialización o Mix de Marketing está compuesto por el producto (servicio), precio, promoción y plaza, podría desarrollar cada punto, haciendo de cuenta que usted participó de los encuentros con Estela, Juan, Abril y Ramiro y que quieren elaborar un plan de comercialización y comenzar a posicionarse en el mercado de Animación y Recreación.

2. Conteste por sí o por no, y dé un ejemplo acorde
so-ansi-language:ES'> __ Museo; __ Avistaje de ballenas.

Juan, Abril y Ramiro.en base a sus habilidades particulares- armaron algunos esquemas de Animación y Recreación. Hasta allí todo bien, pero....

¿A quiénes ofrecerían estos servicios turísticos? ¿Cómo los ofrecerían? ¿En qué condiciones? Muchas preguntas sin respuestas. Recurrieron entonces a Estela, experta vendedora de servicios para que los ayudara.

1. Explique el concepto de venta personal. Identifique las etapas del proceso de venta.

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....



Bloque II: La comercialización del servicio.

Luego de varios encuentros con Estela, Juan, Abril y Ramiro ya están en condiciones de desarrollar el proceso personal de venta y postventa. Como de hecho forman un “emprendimiento” están en condiciones de elaborar un plan de comercialización y comenzar a posicionarse en el mercado de Animación y Recreación.

El Plan de comercialización (Marketing), consta de tres puntos básicos.-

- Investigación de mercado (¿Quiénes son, dónde están, y cuántos son números de Clientes?)
- Segmentación (dividir a los prospectos en grupos con necesidades similares).
- Diseño de la mezcla de comercialización.-

1. La Mezcla de comercialización o Mix de Marketing está compuesto por el producto (servicio), precio, promoción y plaza, podría desarrollar cada punto, haciendo de cuenta que usted participó de los encuentros con Estela, Juan, Abril y Ramiro y que quieren elaborar un plan de comercialización y comenzar a posicionarse en el mercado de Animación y Recreación.

2. Conteste por sí o por no, y dé un ejemplo acorde

- a) Un servicio se vende por sus características.
- b) La pirámide de Maslow permite al Vendedor interpretar el comportamiento del Cliente.
- c) El Up Selling es vender al mismo Cliente servicios diferentes a los que nos compra.
- d) La regla de Pareto dice que el 20 % de las ventas corresponderá al 80 % de nuestros Clientes.
- e) En el Mix de Marketing la Plaza se refiere a hacer conocer el servicio.

Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:



6. Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones:

ENCUESTA DE SATISFACCION

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerde
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzado en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de
 Google Forms

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)



TAREA 4

ELABORACIÓN DEL CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES A APLICAR Y SUS CONTENIDOS

OBJETIVO DE LA TAREA

Cronograma de actividades y contenidos de los cursos a dictarse



Elaboración de Cronograma de actividades a aplicar y sus contenidos

- 2.1 Cronograma de actividades
- 2.2 Experiencia piloto de los cursos: aplicación

III - Formación y Fortalecimiento del Equipo del Equipo de Trabajo

- 3.1 Identificación, análisis y selección de capacitadores
- 3.2 Nómina de los capacitadores
- 3.3 Resumen datos personales y Curriculum Vitae de los capacitadores

IV - Sensibilización a capacitadores

- 4.1 Nómina de Potenciales Capacitadores
- 4.2 Jornada de sensibilización y Formación de Formadores
- 4.3 Timing de la Jornada

V - Sensibilización de los Referentes locales clave

- 5.1 Objetivo
- 5.2 Cobertura fotográfica de los encuentros realizados
- 5.3 Agenda de contactos sensibilización referentes
- 5.4 Conclusiones
- 5.5 Acuerdo territorial por Área Turística para la prueba piloto de los cursos

VI - Elaboración de la Campaña de difusión

- 6.1 Esquema de Promoción y Publicidad
- 6.2 Difusión Realizada

VII - Pautas generales para la Inscripción y selección de alumnos

- 7.1 Ficha curso piloto



7.2 Ficha de Inscripción

VIII - Anexo

Anexo 1



I - Introducción

El objetivo del segundo informe parcial es detallar los aspectos principales de las acciones desarrolladas a partir de la elaboración de los perfiles curriculares objeto de este proyecto presentados en el primer informe parcial.

Se acompaña con material resultante de las acciones realizadas, tanto las nominas de asistente como sus datos filiatorios y material fotográfico.

Se presentan las conclusiones y acuerdos logrados con el sector turismo y cada Sub- Sector en forma particular como así también los acuerdos territoriales para el dictado de los cursos.

En una segunda parte se presenta la campaña de difusión y prensa, con la que cuenta el proyecto, para lograr la convocatoria necesaria a los cursos pilotos. Dicha campaña es de relevancia ya que gracias a la convocatoria exitosa de participantes se podrá evaluar los diseños de los perfiles de manera más eficientemente.

En forma de anexo, se adjunta el perfil docente el cual fue tenido en cuenta para la selección de capacitadores.



Cronograma de actividades a aplicar y sus contenidos

Teniendo en cuenta la Tarea 4 del presente proyecto y tal cual lo previsto luego de cumplimentada la tarea 3, se elaboró un cronograma de actividades a aplicar, teniendo en cuenta los contenidos presentados en el Informe Parcial 1, las cuales incluyeron:

1. Análisis y definición de los perfiles de puestos a capacitar
2. Definición del Programa de Capacitación y Cronograma de Aplicación
3. Diseño de material para docentes y alumnos
 - 3.1 Elaboración del Análisis Funcional, Diseño de Normas de Competencias y Mapa Funcional
 - 3.2 Diseño de instrumento evaluador de desempeño docente y sus funciones
 - 3.3 Diseño de Documentos Curriculares

De los perfiles que se seleccionaron como prioritarios:

Para el Subsector Hotelero:

- Recepcionista
- Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1

Para el Subsector Gastronómico:

- Expendedor de Bebidas y Alimentos

Para el Subsector Organización de Eventos:

- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Para el Subsector Agentes de Viajes:

- Agente de Viajes Receptivo
- Tic's aplicadas al Turismo

Para el Subsector Público:

- Informante Turístico



- Animación y Recreación

Cronograma de actividades

ÁREA	LOCALIDAD	LUGAR DE DICTADO	CONTACTO	CURSO PILOTO	Hs.	FECHA DE INICIO
TRASLASIERRA y NOROESTE	MINA CLAVERO	Ceder Mina Clavero	Bv de la Democracia Pte R. Alfonsín 1848 Mina Clavero Dpto San Alberto cederminaclavero@gmail.com 03544-476263	Agente de viajes Receptivo	40hs	Marzo 2015
	CRUZ DEL EJE	Ceder Cruz del Eje	Pellegrino 253 Dpto Cruz del Eje cedercruzdeleje@yahoo.com.ar 03549-426722	Organización de Eventos y Festivales	70hs	Marzo 2015
<p>Director Regional Julio Madero</p> <p>03544 15576049</p>						
MIRAMAR	MIRAMAR	Ceder Miramar	Juan B Justo 138 ceder_miramar@yahoo.com.ar	Recepcionista	100hs	Marzo 2015



			03563-493933			
	MIRAMAR	Ceder Miramar	Juan B Justo 138 ceder_miramar@yahoo.com.ar 03563-493933	TIC'S aplicadas al turismo	40hs	Marzo 2015
PUNILLA	LA FALDA	COMUNIDAD REGIONAL	Av. España 233 03548 - 424823	Informante Turístico	100hs	Marzo 2015
	LA FALDA	COMUNIDAD REGIONAL	Av. España 233 03548 - 424823	Expendedor de Bebidas y Alimentos	40hs	Marzo 2015
	LA FALDA	COMUNIDAD REGIONAL	Av. España 233 03548 - 424823	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	70hs	Marzo 2015
Director Regional Fabricio Díaz 155646332	LA FALDA	COMUNIDAD REGIONAL	Av. España 233 03548 - 424823	Recepcionista	100hs	Marzo 2015
SIERRAS DEL SUR	RÍO CUARTO	Ceder Río Cuarto	Belgrano 1135 0358-4672938	TIC'S aplicadas al turismo	40Hs	Marzo 2015
	RÍO CUARTO	Ceder Río Cuarto	Belgrano 1135 0358-4672938	Agente de viajes Receptivo	40hs	Marzo 2015



Director Regional Esteban Gómez 0351 155095336	RÍO CUARTO	Ceder Río Cuarto	Belgrano 1135 0358-4672938	Inglés aplicado al turismo	100hs	Marzo 2015
	ACHIRAS	Municipalidad de Achiras Sarmiento 108 Coord. Ceder Río Cuarto	Gonzalo Ponce Director de turismo 0358-156008743	Expendedor de Bebidas y Alimentos	40hs	Marzo 2015
	ALPA CORRAL	Municipalidad de Alpa Corral Coord. Ceder Río Cuarto	Los Cedros s/n ;: 0358488-8008 muni_alpa_corral@yahoo.com.ar	Animación y Recreación	100hs	Marzo 2015
PARAVACHASCA Y CALAMUCHITA	RIO TERCERO	Ceder Río Tercero	San Agustín 755 - Bº Medialuna 03571-439231	Recepcionista	100hs	Marzo 2015
	SAN AGUSTIN	Coop San Agustin V Sársfield S/N Coord. Ceder Río Tercero	Intendente Iván Ortega 0351-155919051	Informante Turístico	100hs	Marzo 2015



Director Regional Ramón Graneros 0351 155095416	VILLA RUMIPAL	Cood. Ceder Almafuerite	DIR. DE TURISMO FACUNDO SUAREZ 03546-477791	Informante Turístico	100hs	Marzo 2015
	VILLA GENERAL BELGRANO	Coord. Ceder Almafuerite	DIR. DE TURISMO FERNAN BERTELLO 03546-15540445	Animación y Recreación	100hs	Marzo 2015
	ALTA GRACIA	Ceder Alta	Italia 406 cederaltagracia@yahoo.com.ar 03547-429288	Expendedor de Bebidas y alimentos	40hs	Marzo 2015
	EMBALSE	Cood. Ceder almafuerite	INTENDENTE FEDERICO ALESSANDRI 03571-15534920	Organización de Eventos y Festivales	70hs	Marzo 2015
SIERRAS CHICAS Y NORTE	RÍO CEBALLOS	Ceder Rio Ceballos	Eladio S. Fessia s/n cederrioceballos@yahoo.com.ar 03543 454971	TIC'S aplicadas al turismo	40Hs	Marzo 2015
	RÍO CEBALLOS	Ceder Rio Ceballos	Eladio S. Fessia s/n cederrioceballos@yahoo.com.ar 03543 454971	Agente de Viajes Receptivo	40hs	Marzo 2015
	RÍO	Ceder Rio	Eladio S. Fessia s/n	Animación	100h	Marzo



Director Regional Gustavo Brandan 0351 156017022	CEBALLOS	Ceballos	cederrioceballos@yahoo.com.ar 03543 454971	y Recreación	s	2015
	RÍO CEBALLOS	Ceder Rio Ceballos	Eladio S. Fessia s/n cederrioceballos@yahoo.com.ar 03543 454971	Inglés aplicado al turismo	100hs	Marzo 2015
CORDOBA CAPITAL	CÓRDOBA	ACAV	Obispo Salguero 169 1º Piso, Oficinas N° 1 y 2 .0351-4231643 / 424356	Inglés aplicado al turismo	100hs	Marzo 2015

- El contenido de los cursos ya fue elaborado con anterioridad y entregado en el Informe Parcial N° 1 presentado el 22/10/2014.
- El Capacitador de cada uno de los cursos se definió a partir de la jornada de Sensibilización y Formación de Formadores realizada el 10 y 11 de diciembre de 2014, teniendo en cuenta dos variables:
 - Que resida en el área turística a la cual está dirigido el curso.
 - Que su perfil profesional y aptitudinal sean los óptimos para el desempeño de sus funciones.



Experiencia Piloto de los Cursos: Aplicación

	Curso	Lugar	Julio	Junio	Mayo	Abril	Marzo
1	Recepcionista	MIRAMAR					
2	Recepcionista	LA FALDA					
3	Recepcionista	RIO TERCERO					
4	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	RIO CUARTO					
5	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	RIO CEBALLOS					
6	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	CÓRDOBA					
7	Expendedor de Bebidas y Alimentos	LA FALDA					
8	Expendedor de Bebidas y Alimentos	ACHIRAS					
9	Expendedor de Bebidas y Alimentos	ALTA GRACIA					
10	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	CRUZ DEL EJE					
11	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	EMBALSE					
12	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	LA FALDA					
13	Agente de Viajes Receptivo	MINA CLAVERO					
14	Agente de Viajes Receptivo	RIO CUARTO					
15	Agente de Viajes Receptivo	RIO CEBALLOS					
16	Tic's aplicadas al Turismo	MIRAMAR					
17	Tic's aplicadas al Turismo	RIO CUARTO					
18	Tic's aplicadas al Turismo	RIO CEBALLOS					



19	Informante Turístico	SAN AGUSTIN					
20	Informante Turístico	VILLA RUMIPAL					
21	Informante Turístico	LA FALDA					
22	Animación y Recreación	ALPA CORRAL					
23	Animación y Recreación	VILLA GENERAL BELGRANO					
24	Animación y Recreación	RIO CEBALLOS					

Los contenidos que se darán en días y hs. se realizará en el mes de marzo, con anterioridad al comienzo de los cursos donde cada docente aportará su planificación al presente proyecto y se coordinará para cada perfil una misma planificación con los aportes de los tres capacitadores del mismo.



TAREA 5

FORMACIÓN Y FORTALECIMIENTO DEL EQUIPO DE TRABAJO

OBJETIVO DE LA TAREA

Integrar un grupo de capacitadores, el cual cubra los requisitos establecidos por el perfil diseñado a tal fin, siendo una de las condiciones principales el asegurarse que cuenten con las capacidades y saberes necesarios para el dictado de los cursos que formarán parte del presente proyecto.

- Identificación, Análisis y Selección de capacitadores
- Sensibilización a Capacitadores
- Sensibilización de los Referentes locales claves



Para esta tarea se procedió a integrar un grupo de capacitadores, el cual cubra los requisitos establecidos por el perfil diseñado a tal fin, siendo una de las condiciones principales el asegurarse que cuenten con las capacidades y saberes necesarios para el dictado de los cursos que formarán parte del presente proyecto.

Para la siguiente tarea se pre seleccionaron 101 postulantes, que posteriormente fueron formados en los diseños curriculares (Fecha de la formación de formadores 10 y 11 de Diciembre 2014).

La presente tarea tuvo su inicio con la publicación en los medios de comunicación: Redes Sociales - Pagina Web, anunciando dicha convocatoria.

La misma estuvo dirigida al perfil general para el Sector Turismo (Técnicos en Turismo y/u Hotelería, Licenciados en Turismo, carreras afines, REPROCAS (Registro Provincial de Capacitadores de la Provincia de Córdoba), personal de la Planta permanente de los CEDERES (Centros de Desarrollo Regional).

Los interesados enviaron un mail con sus datos filiatorios y CV (Curriculum Vitae), posteriormente y habiendo cumplimentado con el expertis requerido se los convocó para una entrevista personal las que tuvieron lugar los días 07/11, 14/11, 21/11 del corriente, donde el entrevistado pudo desarrollar lo solicitado tal cual se solicita en el anexo 1.

Luego de este proceso, se seleccionaron los formadores de acuerdo al número de cursos pilotos que se determinen pertinentes realizar (una cantidad de 24 capacitadores para realizar 3 cursos por perfil desarrollado) teniendo en cuenta la elaboración de 8 perfiles a ser implementados en la tarea 9.

Se procederá a implementar el dictado de cursos de formación y actualización destinado a los formadores y evaluadores seleccionados, a fin de orientarlos respecto a la aplicación de la metodología de Formación por Capacidades y Saberes.



Para tal fin se convocó a una jornada de sensibilización los días 10 y 11 de Diciembre 2014.

Identificación, Análisis y Selección de capacitadores

Para la concreción de esta tarea se trabajó con los resultados arrojados por la Sensibilización / Formación de Formadores. La cual a su vez se trabajó sobre la base de datos con que cuenta la Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional, así como también con las bases de las Entidades de Estudios Universitarios, convocatoria en Redes Sociales, página web, a fin de cubrir las necesidades de dictado establecidas.

Nómina De Capacitadores:

	Capacitador	Temática a cubrir
1	Abalos, Nicolás	Informante Turístico
2	Ahumada, Lisandro	Animación y Recreación
3	Arroyo, Johana	Tic´s aplicadas al turismo
4	Caccivilliani, Gina	Organización de Fiestas y Festivales
5	Cometto, Eduardo	Agente de Viajes Receptivo
6	Dalmasso, Silvana	Organización de Fiestas y Festivales
7	Del Dotto, Sebastián	Recepcionista
8	Duran, Ma. del Valle	Recepcionista
9	Ferrero, María Leandra	Animación y Recreación
10	Ferreyra, Ma. Celia	Organización de Fiestas y Festivales
11	Gareis, Sofía	Agente de viaje Receptivo



12	Giotta, Patricia	Animación y Recreación
13	Magnasco, Horacio	Recepcionista - TIC'S Aplicadas al Turismo
14	Marin, Anabel	Animación y Recreación
15	Mesa, Juan Pablo	Informante Turístico
16	Pedano, Sofia	Agente de viajes Receptivo
17	Pedernera, Sebastian	Tic's Aplicadas al turismo
18	Rufino, Magali	Informante Turístico
19	Salvador, Ma. Belen	Organización de Fiestas y Festivales
20	Sedan Wyse, Constanza	Organización de Fiestas y Festivales
21	Stanich, Melina	Informante Turístico
22	Taborda, Gabriela	Recepcionista
23	Varela, Florencia	Agente de viajes Receptivo
24	Wasilcov, Tamara	Tic's aplicadas al turismo

Resumen de datos personales y curriculum vitae de los capacitadores pre-seleccionados

DATOS PERSONALES: 01

Apellido y Nombre: Abalos, Nicolás

Lugar de Nacimiento: Alta Gracia, Provincia de Córdoba, Argentina

Fecha de Nacimiento: 21 de Noviembre de 1977

Edad: 37 años

DNI: 26.179.458

Domicilio: Liniers 264

Estado civil: Soltero



Hijos: No

Teléfono: (0351) 153019736

Dirección de correo electrónico: nikoabalos@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico en turismo y hotelería

DATOS PERSONALES: 02

Apellido y Nombre: Ahumada, Lisandro

Lugar de Nacimiento: Cruz del Eje

Fecha de Nacimiento: 19/04/1978

Edad: 36 años

DNI: 26.597.821

Domicilio: Rafael Nuñez 121 - Cruz del Eje

Estado civil: casado

Hijos: 2

Teléfono: 03549-15638030 / 421656

Dirección de correo electrónico: ahumada.lisandro@gmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciado en Turismo

Universidad Blas Pascal – Centro Facilitador Tecnológico Cruz del Eje – Modalidad a término – Educación a distancia –

Ref. Prof. Mónica Cabrera – Centro Facilitador Tecnológico UBP Cruz del Eje – Avellaneda y Maipú - Cruz del Eje –

DATOS PERSONALES:03

Apellido y Nombre: Arroyo, Yohana

Fecha de nacimiento: 28/02/87

Nacionalidad: Argentina



Domicilio: Ambrosio Olmos 742, Córdoba

DNI: 32.875.065

Teléfono: (0351) 152626238/

e-mail: yoha_can@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en comunicación Social y Periodismo

Colegio Universitario de Periodismo (Obispo Trejo y Sanabria)..

Tesis: “Imposible estar desconectado: los usos de las redes sociales Facebook y Fotolog por parte de los adolescentes en Córdoba Capital”.

Título terciario: Periodista Profesional. Colegio Universitario de Periodismo (Obispo Trejo y Sanabria)

DATOS PERSONALES:04

Apellido y Nombre: Caccivilliani, Gina

Estado Civil: en pareja, sin hijos.

Nacionalidad: Argentina.

Fecha de Nacimiento: 05/08/1983.

Edad: 30 años.

Lugar de Nacimiento: Río Cuarto - Córdoba.

DNI.: 30.310.470.

Domicilio: Leandro Alem 78 - Río Cuarto - Córdoba.

Teléfono: 0358- 4660417; 0358 - 155094107 Part.

E-mail: gina-cacciavillani@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnica en Turismo

Instituto Tecnológico Leonardo Da Vinci. Título: Operador Turístico.

• Escuela Superior de Hotelería y Turismo Marcelo Montes Pacheco. Córdoba Capital. Materias Aprobadas: Lengua Extranjera II Portugués; Taller de Comunicación y Lenguaje; Investigación Turística; Estructura del Sistema Turístico; Contexto Socio Cultural del Turismo I; Contexto Socio Cultural del



Turismo II. Materias cursadas y aprobadas en dicha institución, que no han sido consideradas como equivalentes en el establecimiento donde se finalizará actualmente la misma carrera.

- Universidad Provincial de Córdoba. Actualmente cursando como alumno regular la carrera de Licenciatura en Turismo.

DATOS PERSONALES:05

Apellido y Nombre: Cometto, Eduardo

Lugar de Nacimiento: Serrano, Provincia de Córdoba, Argentina

Fecha de Nacimiento: 9 de Octubre de 1984 Edad: 28 años

Documento de Identidad DNI: 31.085.662

Estado civil: Soltero

Hijos: No

Dirección de correo electrónico:comettoeduardo@hotmail.com

Domicilio Calle: San Juan 586

Localidad: Río Cuarto

Provincia: Córdoba

Tel: 0358-4700760 - 0358-154188937

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico en Turismo Itec Leonardo Da Vinci.

Entidad Otorgante: Instituto “San Alberto y San Enrique” (Serrano C)

Secundario: Bachiller en Economía y Gestión de las Organizaciones

Itec Leonardo Da Vinci.

DATOS PERSONALES:06

Apellido y Nombre: Dalmaso, Silvana

Dirección: José Antonio de Sucre 25 – 3ro H – Córdoba – CP 5000

Teléfono Celular: 0351 - 156 823400



Fecha de nacimiento: 07/01/73

C.U.I.L.: 27-23.212.371-6

E-mail: profesoradalmasso@gmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en Turismo y Hotelería

Posgrado en “Ceremonial y Marketing en la Organización de Eventos” – Escuela de Ciencias de la Información – Universidad Nacional de Córdoba

Licenciada en Hotelería y Turismo – Universidad Nacional de Quilmes –

Técnica Superior en Turismo y Hotelería - Escuela Superior de Turismo y Hotelería

"Marcelo Montes Pacheco"- - Reg: 224.635

Profesora Nacional en Educación Física especializada en Montañismo - Instituto del Profesorado en Educación Física (I.P.E.F.) Córdoba – Reg.: 180.859

Maestra Nacional en Educación Física – Instituto del Profesorado en Educación Física (I.P.E.F.) Córdoba - Reg: 180.860

DATOS PERSONALES:07

Apellido y Nombre: Del Dotto, Sebastián

Fecha y Lugar de nacimiento:20/09/1988. Ciudad de Río Segundo

Tipo y N° de documento: D.N.I: 33670765

Cuil: 20-33670765-0

Estado civil: Soltero

Dirección: Catamarca 1544. Río Segundo.

Correo Electrónico: ensebastiandel@hotmail.com

Teléfonos:(0351) 152087302 (03572) 424450

Edad:24 años

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico y Guía Nacional de Turismo



Completo en Instituto "Mariano Moreno". Título: Técnico y Guía Nacional de Turismo.
Tesis Guía: Relevamiento sobre las Sierras Chicas en Córdoba y su Problemática Ambiental.

Tesis Técnico: La Identidad de los Pueblos basado en el Multiculturalismo y la Pluriconfesionalidad.

DATOS PERSONALES: 08

Apellido y Nombre: Duran, Ma. del Valle

Fecha de nacimiento: 20 de Febrero de 1977 (36 años)

D.N.I.: 25.780.327

Cel.: 0351-153193459

E-mail: maryta_vcp@hotmail.com

Dirección: San Luis 1968 d 4 B^a Lomas Sur – Villa Allende

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico Superior en Hotelería

Estudiante de Ingeniería en Sistemas de Información - UTN - Córdoba

DATOS PERSONALES: 09

Apellido y Nombre: Ferrero, María Leandra

Edad: 28 años

Fecha de nacimiento: 28 de Febrero de 1984

Lugar de nacimiento: Pilar, Santa Fé

Estado Civil: soltera sin hijos

Nacionalidad: Argentina

Dirección: Avellaneda 330 14 "A", Córdoba

Teléfono: (0351) 152686129 / 4284148

Email: fmaria_leandra@hotmail.com; marialeandra.ferrero@cba.gov.ar



RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en Turismo y Hotelería

Universidad Nacional de Quilmes, Bs. As.

Técnico y Guía Superior en Turismo”. Instituto Superior Mariano Moreno, Córdoba.

“Cocinero Profesional y Alta Cocina”. Instituto Gastronómico Argentino. Córdoba.

DATOS PERSONALES: 10

Apellido y Nombre: Ferreyra, María Celia

D.N.I.: 17.522.484

Fecha y lugar de nacimiento: 19 de mayo de 1966, Monte Leña.

Domicilio: Vélez Sarsfield 280 – Bell Ville – Cba.

T.E.: 03537 – 427472

CEL: 03537-15304709

E-mail: mariacelia_7@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico en planificación y organización de eventos

DATOS PERSONALES: 11

Apellido y Nombre: Gareis, Sofía

Nacionalidad: Argentina

DNI: 33.389.939

Fecha de nacimiento: 20/11/87

Estado Civil: Soltera – sin hijos

Dirección: Madre F. Rubatto 3334- Altos de Villa Cabrera- Córdoba capital

Cel: 0351-153203150

Tel: 0351-4822972

CUIL:27-33389939-1

Carnet de conducir al día.

Email: sofiagareis@gmail.com



RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico superior en Gestión de empresas de Turismo y Hotelería
Actualmente estudiante Lic. en Turismo

DATOS PERSONALES: 12

Apellido y Nombre: Giotta, Patricia
Morteros - Córdoba
Cel. de contacto: 3562 454352
Otro Tel. Contacto.3562 454409
E-mail: patricia_gioitta@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en MKT Empresarial
Lic. en MKT Empresarial general -Escuela de negocios Barcelona - España
Estudio Profesional de Asesor de MKT(Máster) Escuela de Negocis Barcelona -
España
Curso Profesional Liderazgo de grupos - Escuela de Negocis Barcelona- España

DATOS PERSONALES: 13

Apellido y Nombre: Magnasco, Horacio
Fecha de Nacimiento: 14 de Febrero de 1985.
Lugar de Nacimiento: Río Cuarto (Córdoba).
DNI: 31.479.469.
Domicilio Actual: Lima 1425, 1° D
Barrio: Gral Paz Córdoba
Localidad: Córdoba
Código Postal: 5000
Teléfono: 0351-152000452.
e-mail: horaciomagnasco@gmail.com



Estado Civil: Soltero

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciado en Turismo - Universidad Blas Pascal. Córdoba, Córdoba.

Master en Gestión Turística, especialización en Planificación y Turismo Sostenible.

Universidad de las Islas Baleares, Palma de Mallorca, España

DATOS PERSONALES: 14

Nombre: Mesa, Juan Pablo

Profesión: Agente de Viajes - Hotelero

Dirección: Av. Mitre 847 - Mina Clavero – Provincia de Córdoba

Documento N°: DNI 23.822.868

Fecha de nacimiento: 10 de marzo de 1974

Edad: 40 años

Legajo D.E.M.E.S: M - 13432

No de Teléfono: (03544) – 470390 // (03544) 15611933

E-mail: juampamesa@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico superior en turismo y Hotelería

Postgrado: Perfeccionamiento en desarrollo sustentable en Argentina. Centro de estudios avanzados, UNC.

Master Universitario en gestión de empresas turísticas (MTA) Universidad de las Islas Baleares. Mallorca. España

Especialista en Planificación y Desarrollo Turístico Sostenible. Universidad de las Islas Baleares. Mallorca- España

Diplomado en Turismo (España)

DATOS PERSONALES: 16

Apellido y Nombre: Pedano, Sofia

Fecha de Nacimiento: 16 de Abril de 1989.



Nacionalidad: Argentina.

Documento: D.N.I. 34.315.247

CUIL: 27 – 34315247 – 2

Domicilio: Calle 40 n° 2225, Colonia Caroya, Córdoba.

Teléfono: 03525-467082 / 03525-15480906

Correo Electrónico: sofia_pedano@yahoo.com.ar

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Estudio incompleto de la carrera de Abogacía, dictada en la Universidad Empresarial Siglo 21, CAU Jesús María, modalidad Distribuida.

Técnica y Guía Superior en Turismo, recibida en la Fundación Universitaria Mariano Moreno. Ciudad de Córdoba..

Perito Grafóloga, recibida en el Centro de Estudios Grafológicos de Córdoba, Reconocido por el Colegio Grafólogos de la Argentina.

DATOS PERSONALES: 17

Apellido y Nombre: Pedernera, Sebastián

Fecha de nacimiento: 10/01/1983

Lugar de Nacimiento: Córdoba, Córdoba

DNI: 29.966.737

Nº DE CUIT / CUIL: 20– 29966737 - 6

Estado civil: Soltero

Hijos/AS: 1 (una)

Domicilio: Obispo Castellanos N° 220, Córdoba (5006)

Teléfono: (0351) – 4581682 (0351) – 155155254

E-MAIL: redandwhitecorar@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico Superior en Gestión de empresas de Turismo y Transporte. Escuela Superior de Turismo y Hotelería Marcelo Montes Pacheco



Actualmente estudiando la Lic. de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Córdoba

DATOS PERSONALES: 18

Apellido y Nombre: Rufino, Magali

Fecha de nacimiento: 24 de Abril de 1986

Nacionalidad: Argentina

Estado civil: Soltera

DNI: 32.265.834

CUIL: 27-32265834-1

Domicilio: Avda. Antártida 2908 - Barrio Rosedal Anexo – Córdoba

Celular: 0351-153289741

Teléfono: 0351- 465-2541

Mail: magalirufino_7@hotmail.com, lsmrufino@gmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico en Relaciones Públicas - Escuela de Ciencias de la Información

Técnico Sup. En Gestión De Empresas De Turismo Y Transporte - Escuela Superior de Turismo y Hotelería “Marcelo Montes Pacheco”

DATOS PERSONALES:19

Apellido y Nombre: Salvador, María Belén

30 años 22/03/83

Estado civil: en pareja con una hija

Domicilio: Quillahuasi 543 - Alta Gracia

E-mail: mbelensalvador@yahoo.com.ar



Licencia para conducir - auto propio

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Lic. en Hotelería - Universidad abierta Interamericana

Maestría en Gestión y desarrollo de turismo en destinos turísticos

Tecnicatura en Administración hotelera. Fundación de Alto Estudios en Ciencias Comerciales.

DATOS PERSONALES: 20

Apellido y Nombre: Sedan Wyse, Constanza

Nacionalidad: Argentina

DNI: 34839475

Edad: 23 años

Fecha/Lugar de nacimiento: 03/11/1989 Córdoba Capital

Domicilio: Yavi 5413 Quebrada de las Rosas

Teléfonos: 0351 4850245 – 0351 156639588

Email: cocowyse@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en Turismo y Hotelería - Universidad Nacional de Quilmes.

Técnica en Comunicación y Turismo- Escuela de Ciencias de la Información.
Universidad Nacional de Córdoba.

Tecnicatura Superior en Gestión de Empresas de Servicios de Alojamiento. Esc.
Sup. Marcelo Montes Pacheco. (En curso)

DATOS PERSONALES:21

Apellido y Nombre: Stanich, Melina

Dirección: Duarte Quirós 910

Barrio: Centro

Ciudad: Córdoba



Código Postal: 5000

Teléfonos: (03548) 15406915

DNI: 36.030.280

Lugar y Fecha de Nacimiento: La Cumbre. 12 de Mayo de 1.991

Dirección de e-mail: melistanich@hotmail.com

Estado Civil: Soltera

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnico Superior en Turismo y Guía Nacional en Turismo egresada en el Instituto Superior Mariano Moreno

DATOS PERSONALES: 22

Apellido y Nombre: Taborda, Gabriela

e-mail: turismogtaborda@gmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Técnica en Turismo y Hotelería

DATOS PERSONALES :23

Apellido y Nombre: Varela, Florencia

Fecha de nacimiento: 07/02/1990.

CÓRDOBA, ARGENTINA

Dirección: MANUEL J. CASTILLA 4613, BARRIO POETA LUGONES

Teléfono: 4768266

Teléfono personal: 3517662572

E-MAIL: flor_079@hotmail.com



RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en Turismo - Universidad Blas Pascal.

Técnica en Turismo - Universidad Blas Pascal

DATOS PERSONALES: 24

Apellido y Nombre: Wasilcov, Tamara

DNI: 31.201.483

Soltera

Argentina

28 años 17 /11/ 1984

Dirección: Félix Frías 14 PB C Córdoba - Argentina

Teléfono: (0351) 153 – 910790

E-Mail: tamwasilcov@gmail.com

otawa_02@hotmail.com

RESUMEN CURRICULUM VITAE:

Licenciada en Gestión Turística

Curso de Pos Grado en Gestión Cultural. Facultad de Ciencias Económicas. UNC
(BECARIA)

Licenciada en Gestión Turística: Universidad: Empresarial Siglo 21.

Capacitada para la planificación y gestión de empresas turísticas, como para la construcción y ejecución de políticas públicas de turismo. Preparada para afrontar la gestión turística en un marco globalizado, en crecimiento y con una importante aplicación de nuevas estrategias y tecnologías para la captación de nuevos mercados emergentes.

Técnica en Gestión Turística: Universidad: Empresarial Siglo 21.



Sensibilización a Capacitadores

Con el objetivo de capacitar a los capacitadores, se realizó un encuentro dirigido a los capacitadores pre-seleccionados (100 APROX) a fin de presentarles el proyecto integral, así como también sus objetivos y estrategias de implementación.

A tal fin la convocatoria estuvo a cargo de la Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional y de la Agencia Córdoba Turismo, dicha Jornada tuvo lugar en la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional.

Se procedió a implementar el dictado de cursos de formación y actualización destinados a los formadores y evaluadores seleccionados, a fin de orientarlos respecto a la aplicación de la metodología de formación por capacidades y saberes, con un total de candidatos de 101 (ciento un) personas.

Al finalizar esta formación, se logró el compromiso y participación de aproximadamente 24 capacitadores, quienes habiendo cumplido las pautas de perfiles diseñados oportunamente, ocuparán los roles de formadores y evaluadores para el desarrollo del Programa en los cursos pilotos.

Es importante destacar que dada la convocatoria quedan formados en estos nuevos perfiles una masa crítica satisfactoria la que puede colaborar en el caso que alguno de los capacitadores seleccionados en primera instancia tenga dificultad a la hora de brindar capacitación en caso de enfermedad o cualquier otra circunstancia que le impida el la asistencia al mismo.







Nómina de Potenciales Capacitadores

Asistentes a la jornada de Formación de Formadores

	Apellido, Nombres	Localidad	Teléfono	E-mail
1	Abalos, Nicolas Javier	Calamuchita	(0351) 15301973	nikoabalos@hotmail.com
2	Ahumada, Lisandro	Cruz del Eje	03549 - 15638030	lisandro@gmail.com
3	Albarracín, Carolina	Córdoba - Capital	3517033129	albarracincarolinaj@hotmail.com
4	Airaldo, Gabriela	Santa Ma. de Punilla	(03541)- 481110/ 15611291	gabrielabettyairaldo@yahoo.com.ar, gabrielabettyairaldo@gmail.com
5	Anastasia, Federico	Córdoba Capital	Tel. 03514692741 Cel. 3513901808	ignacioanastasia@hotmail.com
6	Arias, Jorge Carlos	Mina Clavero	03544 15 467410	profe088@hotmail.com
7	Arroyo, Yohana Elizabeth	Córdoba Capital	(0351) 152626268	yoha_can@hotmail.com
8	Barbeito, Johana	Córdoba Capital	(0351) 153637385	johana.barbeito@hotmail.com
9	Barrientos, Silvia	Córdoba	03525-15642400	
10	Bertola, Ivana	Laboulaye - cba	0351 156833963	ibibertola@hotmail.com
11	Bequis Sanz, Natalia	Villa Allende	351 3715419	natur_sbs@hotmail.com naturisbe@gmail.com
12	Bianco,			



	Mariana			
13	Bogliotti, Marina	Córdoba Capital	351-3183182	marinabogliotti@gmail.com
14	Botteghelz, Mariel	Villa de las Rosas - San Javier	06544-15409997	
15	Brunetti, Natalia	Córdoba Capital	0351 153720734, (0351) 4523721/157586177	natibrunetti1@hotmail.com, natibrunetti11@hotmail.com
16	Bueno, Sabrina	Córdoba Capital	0351 153932112	sa-cab@hotmail.com
17	Buxdorf, Gisela	Córdoba capital	(0351) 155200467	gi_bux@hotmail.com
18	Cacciavillani Gina	Rio IV	0358 -155094107	gina-cacciavillani@hotmail.com
19	Camilluci, Ma Julia	Córdoba Capital	0351 155095393	mariajuliacamilluci@gmail.com
20	Casasnovas, Hernan	Mendiola za	(03543)645-139 / (0351)156-804456	hernan.casasnovas@gmail.com
21	Cerutti Nicolas	Rio Cuarto		nico_cerutti@hotmail.com.ar
22	Cekci Nahabetian, Aret Cesar	Córdoba - Capital	011 -1569615673	
23	Chacón Ana	Rio IV	154188037	anna_rio_cuarto@hotmail.com
24	Chavez, Lucila	Tandil (BS AS)	(0249) 154602199	rrpp.lucila@hotmail.com
25	Chaijale, Andres	Córdoba - Capital	(0351) - 155741516	
26	Chijanowski, Noelia	Córdoba Capital	(0351) 4895166 - 153528916	noelia_ch86@hotmail.com



27	Cometto Eduardo	Rio IV	(0358) 154188937	comettoeduardo@hotmail.com
28	Dalmaso, Silvina	Córdoba capital	(0351) 156823400	profesoradalmaso@gmail.com
29	Del Aeco, Noelia	Córdoba capital	(02392) 15624203	noedelarco@gmail.com
30	Deldotto, Enrique Sebastian	Rio Segundo	(0351) 152087302	ensebastiandel@hotmail.com
31	Duran Maria del Valle	Va. Allende - Cba	153193459	maryta_vcp@hotmail.com
32	Estefania, Daniel Alberto	Colonia Caroya	03525-15436718	
33	Faggioli, Belen	Villa Carlos Paz	(0353) 154 296 54/ 4970886	sfaggioliviajes@hotmail.com
34	Farah, Miguel Angel	Córdoba Capital		prof.farah@gmail.com
35	Ferrero Ma. Fernanda	Córdoba-Capital	152686129	fmaria_leandra@hotmail.com
36	Ferreyra, Ma Celia	Bell Ville	03537 - 15304709	mariacelia_7@hotmail.com
37	Garay, Adrian	Mendiola za	0351 155180676	adriangaray24@gmail.com, adriangaray@hotmail.com
38	Garcia, Analia	Córdoba - Capital		analiasolgarcia78@yahoo.com
39	Garcia, Ma. Elisa	Córdoba - Capital	(0351) - 4348780	
40	Gareis, Sofia	Córdoba capital	(0351) 153203150	sofiagareis@gmail.com
41	Gez Exequiel	Va. del Dique	(0358) 154195017	gezexequiel@hotmail.com



42	Gioitta, Patricia Elizabeth		03562 15454352	jesicagioitta_@hotmail.com
43	Godoy, Marcela	Colonia Caroya	(03525) 422989/15512543	lahuri_1963@yahoo.com.ar
44	Heidemann , Monica	Córdoba Capital	0351-4881915 / 0351- 155915023	moni_alemano@hotmail.co m
45	Hermida Fernanda	Rio IV	(0358) 154280965	fernanda_hermida608@hot mail.com
46	Herre Alvarez, Gonzalo	Córdoba Capital	0351 461-1351 / 0351 156987019	gonzalo_herrera1986@hot mail.com
47	Herrera, Dario	Córdoba - Capital	(0351) 153096040 / (0351) 4704872	darioluchino@hotmail.com/ darioluchino@gmail.com
48	Hissa, Miguel Sebastián	Jesús María	03525-15648183	turcohissa@gmail.com
49	Humeniuk, Cecilia	Córdoba - Capital	0351 - 4764232 / 0351 – 155464126	ceci.humeniuk@hotmail.co m
50	Klemann Taleb Valeria	Córdoba - Capital	153347928	cbaconsultorescba@hotmail .com
51	Lario, Marisa Alejandra	Córdoba Capital	0351-4854846 0351- 153345379	marisalaro@hotmail.com
52	Lopez Cecilia	Córdoba- Capital	156439223	cheguritalopez@hotmail.co m
53	Lopez, Nayla	Oliva	(03532) 15416740	naylilopez_12@hotmail.com
54	Lozano, Joaquin Cruz	Córdoba Capital	0351 153568274	quin_joa@hotmail.com
55	Lugo,	Córdoba	(0351)-157020454- 03482-	romiglugo@outlook.com



	Romina	- Capital	480242	
56	Magnasco, Horacio	Córdoba - Capital	152000452	horaciomagnasco@gmail.com
5758	Marin, Anabel	Córdoba - Capital	156860943	l.ca.marin@hotmail.com
59	Mazzeo, Andres Raul	Río Primero	03575-15403472	
60	Medina, Julieta M.	Córdoba Capital	0351 - 157545298	aoniquen_1@hotmail.com
61	Mercado, Veronica	Córdoba Capital	(03543) 486136/155648897	veronicamercado77@hotmail.com
62	Mesa, Juan Pablo	Córdoba-Capital	(0351) 152495027	juampamesa@hotmail.com
63	Miranda, Marcela	Córdoba-Capital	156628346	licmirandaneyra@gmail.com
64	Montoya, Walter Fernando	Salsacate	03542 - 15460024	fwm_09@hotmail.com
65	Mozzicafreddo, Melina	Laguna Larga	(03572)-481508/15540296	melinamo@hotmail.com
66	Nicolas, Abalos	Alta Gracia	0351-153019736	nikoabalos@hotmail.com
67	Pacheco, Isabel	Córdoba - Capital	35153493785	isapachecoturismo@gmail.com
68	Pedano, Sofia	Colonia Caroya	(03525) 15480906	sofia_pedano@yahoo.com.ar
69	Pedernera, Juan Sebastian			redandwhitecorar@hotmail.com
70	Peralta, Gabriela	La Para	(03575)491709/15410847	g_peralta17@hotmail.com



71	Peressotti, Vilma	Jesús María	(03525) 15527816 /401307	vperessotti@gmail.com
72	Pereyra, Mara	Rio Ceballos	03543 15631310	lamaradesiempre@hotmail.com
73	Perez Alvarez, Gustavo	Córdoba Capital	0351 - 1566206603	gustavoperez7@gmail.com
74	Peria, Juan Pablo	Villa Giardino	(03548) 491788/15590139	juanpabloperia@hotmail.com
75	Perez Heredia, Daniela	Córdoba - Capital	3512056902	danielaperez@msn.com
76	Piazza, Matias	Córdoba Capital	0351 153256268	elmatiz@hotmail.com
77	Pulvirenti, Sergio Humberto	La Cuenca - Villa Carlos Paz	03541-15625091	
78	Quiroga Erica	Córdoba-Capital	152031446	erica14gonzalez@hotmail.com
79	Ramirez, Julieta	Córdoba Capital	(0351) 155947617	julietalarovere@hotmail.com
80	Ramseyer, Cintia	La Cumbre	03548-15500369	
81	Rodriguez, Leonardo	Villa Dolores	03544-482468	
82	Roldan, Genoveva B.	Jesús María	03525 - 15410565	
83	Rufino, Magali	Córdoba capital	(0351) 153289741	magalirufino_7@hotmail.com
84	Ruiz, Belkis	Rio II		bel_mod87@hotmail.com
85	Salvador, Ma Belen	Alta Gracia	03547-15527209	mbelensalvador@yahoo.com.ar



86	Sanchez, Sebastian	Córdoba - Capital	0351 155464585	sebastian.asanchez@yahoo.com.ar
87	Sarrá, Martin	Córdoba capital	(0351) 156064535	tinchosarra15@hotmail.com
88	Scienza, Ester Marilina	Colonia Caroya	03525 – 15500209 0351 – 156341394	<u>marilinascienza@hotmail.com</u> marilinascienza@gmail.com
89	Sedran Wyse, Constanza	Córdoba capital	(0351)156639588	cocowyse@hotmail.com
90	Seppi Viñuales, Fatima	Córdoba Capital	(0351) 4284552/ 157464443	fatissepp@hotmail.com / fatissepp@gmail.com
91	Stanich, Melina	Córdoba capital	(03548) 15409515	melistanich@hotmail.com
92	Suárez Cabral, Gabriela	Córdoba - Capital	0351-156561855	gabypaljuy@hotmail.com
93	Taborda, Gabriela	Córdoba capital		turismogtaborda@gmail.com
94	Tapia, Mauro	Villa de soto	(03549) – 15636770	maurotapia4902@hotmail.com
95	Tavolini, Claudio M	Laguna Larga	(03572)480174/15507956	claudio_cordoba11@hotmail.com
96	Terragni Luisina			luisinaterragni@hotmail.com
97	Turletti, Pablo	Córdoba capital	0358 - 154371998	palitur87@hotmail.com / pablo.turletti@hotmail.com
98	Varela, Florencia	Córdoba Capital	0351 157662572	flor_079@hotmail.com
99	Venier, Hugo Ariel	Bell Ville	03537 - 15664626	arielvenier@hotmail.com



100	Wasilcov, Tam	Córdoba capital	(0351) 153910790	tamwasilcov@gmail.com
101	Zeug, Lorena	Capilla del Monte	(03548) 482072/ 15417203	lorezeug@hotmail.com

Jornada de Sensibilización y Formación de Formadores

Se llevó a cabo una jornada de formación con los pre-seleccionados

Nombre de la Jornada: Formación de Formadores para el Sector Turismo

Fecha: 10 y 11 de Diciembre del 2014

Lugar: Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional

Dirección: Juan B. Justo 3600 - Córdoba Capital

Horario: De 9:00 a 18:00 Hs.

Formadores:

- Gonzalez, Lara (Responsable - Perfil Informante Turístico)
- Mauvecin, Maximiliano (Responsable - Perfil Agente de Viajes Receptivo - Expendedor de Bebidas y Alimentos)
- Galán, Paula (Responsable - Perfil Recepcionista)
- Bellegarde, Ricardo (Responsable - Perfil Animación y Recreación / Tic´s Aplicadas al Turismo)
- Bellolio, Liliana (Responsable - Perfil Inglés aplicado al turismo Nivel 1)
- Menossi, Paola (Responsable - Perfil Organización de Eventos y Festivales)
- Castro, Julio (Responsable - Componente Metodológico)

Invitados Especiales:

- Grosso, Juan (Presidente Agencia de Prom. de Empleo y Formación Profesional)
- Santos, Gustavo (Presidente Agencia Córdoba Turismo)



- De Figueredo, Gustavo (RRII Agencia Córdoba Turismo)

La convocatoria a la presente fue a través de invitación por E-mail a los preseleccionados (los mismo ya han enviado sus curriculum y se les ha tomado entrevista) y se reforzó con llamadas telefónicas.

Timing de la Jornada

	Miércoles 10 de Diciembre del 2014		Jueves 11 de Diciembre del 2014	
	Salón Auditorio	Sala de Capacitación	Salón Auditorio	Sala de Capacitación
9:00	Acreditaciones y entrega de Material * (Buffet con Te Café, Jugo, Agua, Facturas)			
9:30	*Palabras de Bienvenida, Presidentes de las Agencias: Córdoba Turismo y Empleo *Presentación del Equipo de		Acreditaciones y entrega de Material * (Buffet con Te Café, Jugo, Agua, Facturas)	



	Formación y se comentará la modalidad que mantendrá la jornada			
10:00	División de los grupos a formar según el perfil al que se formada		Inicio de Formación en: Expendedor de Bebidas y Alimentos	Inicio de Formación en: Animación y Recreación
10:15	Inicio de Formación en: Agente de Viajes Receptivo	Inicio de Formación en: Inglés aplicado al turismo Nivel 1		
11:00				
11:30	Coffe Break		Coffe Break	
12:00	Formación en: Agente de Viajes Receptivo	Formación en: Inglés aplicado al turismo Nivel 1	Formación en: Expendedor de Bebidas y Alimentos	Formación en: Animación y Recreación
12:30				
13:00				
13:30	Receso		Receso	
14:00	Inicio de Formación en: Informante Turístico	Inicio de Formación en: Tic's Aplicadas al Turismo	Inicio de Formación en: Organización de Eventos y Festivales	Inicio de Formación en: Recepcionista
14:30				
15:00				



15:30	Coffe Break		Coffe Break	
16:00	Formación en: Informante Turístico	Formación en: Tic´s Aplicadas al Turismo	Formación en: Organización de Eventos y Festivales	Formación en: Recepcionista
16:30				
17:00				
17:30				
18:00	Cierre		Cierre de la Jornada	

Como resultado de esta jornada se logró a generar un espacio para la formación y actualización que arrojó a través de la evaluación con los presentes, aquellos que están en condiciones para desarrollar la última etapa de este proyecto, la implementación de los cursos pilotos de cada perfil. Dicha evaluación estuvo a cargo de cada formador y en conjunto con la coordinadora del proyecto y colaboradores quienes asignaron a los profesionales.

La nómina de capacitadores designados se encuentra en el presente Informe en el ítem Identificación, Análisis y Selección de capacitadores.



Sensibilización de los Referentes locales claves

Objetivo

Con el objeto de sensibilizar a los referentes locales claves, se realizaron encuentros destinados a la presentación del proyecto integral, el cual comprenderá el desarrollo de los objetivos y estrategias de implementación del tema central que motivó la realización de la presente asistencia técnica.

Asimismo se buscó arribar a la definición de acciones consensuadas, que aseguren generar dos elementos fundamentales a fin de asegurar el éxito del trabajo: el compromiso y participación de la comunidad local. De esta manera se logrará dejar instalada la capacidad en los recursos humanos operativos, gerenciales e institucionales, que harán de “Formación por capacidades y saberes” un proyecto autosustentable por sus mismos actores.

Se realizaron diferentes encuentros en los cuales se consultó y presentó el proyecto, ante el sector turismo, logrando el compromiso de participación. A tal fin la convocatoria estuvo a cargo de la Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional y la Agencia Córdoba Turismo.

El encuentro destacado fue la presentación de PROTUR, donde se lanzó la creación de una página web <http://protur.cba.gov.ar/> donde su misión principal es informar acerca de la oferta formativa, convocatoria a capacitadores y todo lo relacionado con la formación del sector.



5.2 - Cobertura Fotográfica de los encuentro realizados:



Sensibilización de Referentes Locales y del Sector - Intendente Miramar - Sr Adrian Walter / Colaboradora 1° Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo" - Sra Paola Menossi / Director Regional Traslasierras y Noroeste / Sr. Julio Madero / Prof. UPC - Sra. Rosanna Bino / Presidenta Centro Comercial Mina Clavero - Sra. Alejandra Leloutre / RRII Agencia Córdoba Turismo - Sr. Gustavo De Figueredo. Presentación del Proyecto en el Centro Cívico de Córdoba.



Referentes del Sector Turismo de la Ciudad de Río Cuarto / Director Regional para Sierras del Sur - Sr. Esteban Gomez / RRH Agencia Córdoba Turismo - Sr. Gustavo De Figueredo / Colaboradora 1° Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo" - Sra Paola Menossi / Presentación del Proyecto en el Centro Cívico de Río Cuarto

Representantes de la Comisión de Turismo de FEDECOM (Federación Comercial de Córdoba) Colaboradora 1° Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo" - Sra Paola Menossi.



Presentación del Proyecto a los responsables de las Comisión de Turismo de los Centro Comerciales de la Prov. de Córdoba.





Presentación del Proyecto a los representantes de Instituciones Empresarias y Gremiales del Sector en la Prov. de Córdoba. Instituciones Educativas de carreras afines.

Directores Regionales.

Centro Cívico de la Prov. de Córdoba.



Reunión mantenida con los representantes de la Comunidad Regional de Punilla / Coor Responsable de los Cederos en la Prov. - Sr. Roberto Mirella / Representantes de las localidades que integran la Comunidad Regional / Colaboradora 1° Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo" - Sra Paola Menossi.

Reunión con los Responsables de la Dirección de Turismo de la Ciudad de Córdoba, revelando las necesidades.



Liliana Bellolio integrante del Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo"



Reunión con los responsables del Sub Sector Eventos / Tatiana Hernandez Cood.
Córdoba Bureau / Andrea Ravich - Presidenta Córdoba Bureau / Silvia Ramallo -
Coord de la Carrera de Turismo en Univ. Siglo 21 / Colaboradora 1°



Proyecto: "Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo" - Sra Paola Menossi / Alejandro Lastra - Director Marketing Agencia Córdoba Turismo.



Agenda de contactos sensibilización referentes

	Apellido Y Nombre	Cargo / Institución	Tel	Email
1	Madero, Julio	Director Regional Traslasierra Y Noroeste - Agencia Córdoba Turismo	(03544) 15576049	juliomadero@hotmail.com
2	Walker, Adrian	Intendente Miramar	0351 15408470	infomiramarcba@gmail.com
3	Bino, Rosanna	Profesora Universidad Provincial De Córdoba	0351 156419782	rosannaebino@hotmail.com
4	Leloutre, Alejandra	Presidenta Centro Comercial Mina Clavero	03544 15564748	alejandraleloutre@hotmail.com
5	De Figueredo,	Director RRII Agencia	0351 155096383	cgdfigueredo@hotmail.com



	Gustavo	Córdoba Turismo		
6	Gómez, Esteban	Director Regional Sierras Del Sur, Agencia Córdoba Turismo	0358 154819804	estebaneg@hotmail.com.ar
7	Estévez, Rodolfo	Coordinador Comisión De Turismo - Fedecom	03548 15466401	rodolfo@atinua.com.ar
8	Martos, Rubén	Presidente FEDECOM	0351 154599948 4	fedecom@fedecom.org
9	Massheimer , Gabriel	Secretario General De Fedecom	0351 - 4531919	fedecom@fedecom.org
10	González, Néstor	Unión De Trabajadores Del Turismo,		nj.gonzalez@hotmail.com
11	Altamirano, Sergio	Hoteleros Y Gastronómicos De La República	0351 - 153097665	seraltamira@hotmail.com



		Argentina – Uthgra		
12	Martos, Rubén	Fedecom	0351 - 154599484	fedecom@fedecom.org.ar
13	Desbots, Fernando	Asociación Empresaria Hotelera	0351 - 4217011/12	asociacion@fehgracba.com. ar
14	Oddone, Cristina	Gastronómic a Córdoba Null		
15	Pirani, Rafael	Asociación Empresaria Hotelera Gastronómic a De Calamuchita	0351 - 156066630 / 03546- 461410	ahab@calamuchitanet.com. ar
16	Carreras, David	Asociación Hotelera Gastronómic	0351- 155084576	filialcba@ciudad.com.ar,
17	Gagliardi, Nelson	a De Río Cuarto	0358- 4620151 / 4625593	riocuarto@fehgra.org.ar
18	Abdemur,	Asociación	0351-	ashpunilla@gmail.com,



	Ricardo	Serrana De Hoteles Y Afines De La Falda	155154937 / 035484212 49	nuevofavorita229@yahoo.com.ar
19	Pastene, Luis	Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Afines Y De Servicios Turísticos De Carlos Paz	03541 - 15674732 / 03541 - 422439	ashoga@ashogacarlospaz.com.ar
20	Juan, Daniel	Asociación De Hoteles De Turismo De La República Argentina – Filial Córdoba	0351 - 15697600	daniel.juan@sheraton.com
21	Pfleger, Gustavo	Asociación Cordobesa De Agencias De Viajes	0351 - 4243562 / 4231643	administracion@acav.com.ar
22	Juncos, Andrea	Córdoba Convention	0351 - 152125272	andrea.juncos@mci-group.com



		& Visitor Bureau		
23	González, Germán	Cámara Cordobesa De Hostel	0351 - 155727070	camaracordobesadehostels@hotmail.com
24	Valebella, Pablo	Cámara De Turismo Cinegético	0351 - 153585602	pvalebella@ciudad.com.ar
25	Mandelli, Marcelo	Cámara De Locatarios De La Terminal De Ómnibus	0351 - 4212073 / 0351 - 156506825 (Enrique Moyano)	camaradelocatarios@arnetbiz.com.ar
26	Soria, Daniel Ramón	Ceder Almafuerde	03571-479051 03546-15402245	cederalmafuerde@yahoo.com.ar
27	Abiad, Gabriela Raquel	Ceder Alta Gracia	03547-429288 03547-15580972	cederaltagracia@yahoo.com.ar
28	Carlos Leonardo	Ceder Cruz Del Eje	03549-426722	cedercruzdeleje@yahoo.com.ar



	Liendo (Inst.)			
29	Manuel Horacio Reyna	Ceder Jesús María	03525- 429060	ceder5_jm@yahoo.com.ar / cederagencia@gmail.com
30	Luis Alberto Carra - Director	Ceder La Calera	03543- 468995	cederlacalera@yahoo.com.a r
31	Mariana Inés Arce	Ceder Mina Clavero	03544- 476263	enrularce@gmail.com
32	Griselda Inés Bergia	Ceder Miramar	03563- 493933	ceder_miramar@yahoo.com. ar
33	Emilia Rosa Gorgerino	Ceder Porteña	03564- 451048	ceder1@dataco34.com.ar
34	Sonia Alejandra Loza	Ceder Río Ceballos	03543 454971	cederriocaballos@yahoo.co m.ar
35	Esther Fanny Furlan-Resp	Ceder Río Cuarto	0358- 4672938	ceder_riocuarto@yahoo.com .ar
36	Víctor Hugo Vera (Operat)	Ceder Río Tercero	03571- 439231 tel fax	cederrio3@riotel.com.ar



37	Raul Ernesto Cabañero	Ceder Villa Allende	03543-439252	cedervillaallende@yahoo.com.ar
38	Antonio Eduardo Sanguedolce Dr.	Ceder Villa Carlos Paz	03541-438265	cedervillacarlospez@yahoo.com.ar
39	Raúl Ahumada	Ceder Villa Dolores	03544-426431	cedervilladolores@hotmail.com
40	Oscar Leonardo Amante	Ceder Villa Giardino	03548-491272	cederpunilla@yahoo.com.ar
41	Riguetti, Analia	Directora De Turismo - Municipalidad De Córdoba	0351 154341252	righettiturismoocba@gmail.com
42	Hernandez, Tatiana	Coor Bureau Córdoba	0351 153498980	coordinacion@cordobabureau.com.ar
43	Ravich, Andrea	Presidenta Bureau Córdoba	0351 156337095	presidencia@cordobabureau.com.ar
44	Ramallo, Silvia	Coord Carrera De	0351 153273769	Silvia.Ramallo@ues21.edu.ar



		Turismo Siglo 21		
45	Lastra, Alejandro	Marketing Agencia Córdoba Turismo	0351 155460680	lastra.alejandro@gmail.com

Conclusiones

Luego de los encuentros mantenidos con los referentes del sector se arribaron a las siguientes conclusiones:

Con el Sub Sector Hotelero:

En reuniones con el Sector Hotelero, en representaciones locales Unión de trabajadores del sector Turismo, Hoteleros y Gastronómicos de la República. , Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica de Calamuchita, Asociación Hotelera Gastronómica de RÍO CUARTO, Asociación Serrana de Hoteles y Afines de LA FALDA, Asociación Empresaria Hotelera Gastronómica Afines y Servicios Turísticos de CARLOS PAZ, Asociación de Hoteles de Turismo de la República Argentina – Filial Córdoba, CÁMARA CORDOBESA DE HOSTEL, se llega a la conclusión que, como prioridad se encuentra una debilidad en el area de Recepcion. También se acuerda con el sector hotelero, más arriba mencionado en representación, reforzar en el sector Hotelero el idioma: Inglés como principal necesidad ya que, la creciente demanda de personas extranjeras interesadas en visitar nuestra provincia continúa creciendo y, en los últimos años, se han promovido diferentes experiencias en relación a la capacitación



en idiomas a dictarse que permiten incorporar a la formación de los trabajadores para el correcto desempeño en el ejercicio del rol profesional en la actualidad.

Con el Sub Sector Gastronómico:

El sector tanto gastronómico como hotelero y, en diálogo con la gente que desempeña sus actividades en, puntualmente Estaciones de servicio de las localidades nos manifestaron la necesidad de capacitación ya que detectan debilidad en cuanto a la atención y trato como la variedad en el servicio que brinda hacia el cliente.

Con el Sub Sector Organización de Eventos:

Córdoba se caracteriza por su variado calendario anual de Fiestas y Festivales conocidas a nivel Provincial y Nacional por lo que, luego de reuniones mantenidas con el sector público y privado, y en particular con el Córdoba Convention & Visitor Bureau, notamos la necesidad de reforzar en la temática referida, para lograr mayor calidad y mejor organización en cuanto a fiestas y festivales ya existentes como emergentes en la provincia.

Con el Sub Sector Agentes de Viajes:

En reuniones mantenidas con ASOCIACIÓN CORDOBESA DE AGENCIAS DE VIAJES como así también con CÓRDOBA CONVENTION & VISITOR BUREAU y, planteando las debilidades que ellos relevaron llegamos a la conclusión de la necesidad de fortalecer en sector Receptivo en Agencias de viajes la afluencia de personas que elige Córdoba continúa creciendo y, en los últimos años, se han reflejado en las estadística por lo que necesitamos reforzar en los conocimientos de los trabajadores para el correcto desempeño de los servicios a brindar.

El ámbito del turismo está transformándose, con Internet como la mayor causa de la misma. Luego de plantear varios temas de cómo abordarlo y se llega a la conclusión de la necesidad de incursionar en dicha tendencia, para llegar al



usuario, la difusión y comercialización. Los proveedores de servicios turísticos se encuentran hoy ante un reto muy importante en el que necesitan re-pensar sus modelos para adaptarse a las nuevas tendencias del turismo y a las exigencias de los viajeros modernos tanto la parte pública como la privada, por lo que se llegó al consenso para el dictado de Tic's aplicadas al Turismo.

Con el Sub Sector Público:

Luego de plantear las principales necesidades entre el sector público y el privado se llega a la decisión de reforzar como prioridad en las localidades que prestan el servicio de informante turístico y, el servicio de animación y recreación en los hoteles, tiene como finalidad brindar información clara y precisa personal idóneo brindándole herramientas adecuadas para la más completa y correcta entrega de la información solicitada por el visitante que arriba al destino.

Siendo el Informante Turístico en el desempeño de su actividad el actor más importante dentro de la actividad, ya que es quien tiene el rol de recibir, informar y asesorar y orientar al turista como así también aquel que anima, recrea, atiende y entretiene en el establecimiento.

Busca desarrollar la importancia de atender con calidad al turista, elevar su capacidad de servicio, su idoneidad en áreas de actuación específica, y además, pueden incorporar formación complementaria.



Acuerdo territorial por Área Turística para la prueba piloto de los cursos :

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director Regional para el Área Turística de Sierras del Sur, el Sr. Esteban Gómez la posibilidad de dictar los cursos:
 - TIC'S aplicadas al turismo en la ciudad de Río Cuarto
 - Agente de viajes Receptivo en la ciudad de Río Cuarto
 - Inglés aplicado al turismo la ciudad de Río Cuarto
 - Expendedor de Bebidas y Alimentos la localidad de Achiras
 - Animación y Recreación en la localidad de Alpa Corral

En el caso de los cursos que deben dictar en Río Cuarto se acordó con la responsable del CEDER de Río Cuarto, la Sra. Fanny Furlan para que el dictado sea en su institución.

Lo propio se realizó con el Intendente de Achiras, Elio Poffo para realizar en las instalaciones de la Municipalidad.

Y se acordó con el Director de Turismo de Alpa Corral para realizar el curso en las instalaciones de la Municipalidad.

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director Regional para el Área Turística Traslasierras y Noroeste, el Sr. Julio Madero, la posibilidad de dictar los cursos:
 - Agente de viajes Receptivo en la localidad de Mina Clavero
 - Organización de Eventos y Festivales en la localidad de Cruz del Eje

En el caso del curso que debe dictarse en Mina Clavero se acordó con la responsable del CEDER de Mina Clavero, la Sra. Mariana Arse para que el dictado



sea en su institución.

En el caso del curso que debe dictarse en Cruz del Eje se acordó con la responsable Pedagógica del CEDER de Cruz del Eje, el Sr. Benito Ceferino Sedano para que el dictado sea en su institución.

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director de Turismo de Miramar, el Sr. Julio Escobar, la posibilidad de dictar los cursos:
 - Recepcionista y TIC´S aplicadas al turismo en la localidad de Miramar.

En el caso de los cursos que debe dictarse en Miramar se acordó con la responsable del CEDER de Miramar, la Sra. Griselda Bergio para que el dictado sea en su institución.

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director Regional para el Área Turística Punilla, el Sr. Fabricio Díaz, la posibilidad de dictar los cursos:
 - Informante Turístico en la localidad de La Falda
 - Expendedor de Bebidas y Alimentos en la localidad de La Falda
 - Organización de Eventos y Festivales en la localidad de La Falda
 - Recepcionista en la localidad de La Falda

En el caso de los cursos que deben dictarse en La Falda se acordó con la Presidente de la Comunidad Regional de Punilla, el Sr. Néstor Cuello para que el dictado sea en su institución.



- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director Regional para el Área Turística Paravachasca y Calamuchita, el Sr. Ramón Granero, la posibilidad de dictar los cursos:
 - Informante Turístico en la localidad de Villa Rumipal
 - Informante Turístico en la localidad de San Agustín
 - Recepcionista en la localidad de Río Tercero
 - Animación y Recreación en la localidad de Villa Gral. Belgrano
 - Expendedor de Bebidas y Alimentos en la localidad de Alta Gracia
 - Organización de Eventos y Festivales en la localidad de Embalse

En el caso del curso que debe dictarse en Villa Rumipal se acordó con el director de Turismo de Rumipal, el Sr. Facundo Suárez para que el dictado sea en la Biblioteca de Rumipal.

En el caso del curso que debe dictarse en San Agustín se acordó con el Intendente, el Sr. Iván Ortega para que el dictado sea en la Cooperativa de San Agustín.

En el caso del curso que debe dictarse en Río Tercero se acordó con el Responsable del CEDER, el Sr. Víctor Hugo Vera para que el dictado sea en su institución.

En el caso del curso que debe dictarse en Villa Gral. Belgrano se acordó con el Director de Turismo, el Sr. Fernando Bertello para que el dictado sea en la municipalidad de la localidad.

En el caso del curso que debe dictarse en Alta Gracia se acordó con la Responsable del CEDER, la Sra. Gabriela Abiad para que el dictado sea en su institución.



En el caso del curso que debe dictarse en Embalse se acordó con el Intendente de Embalse, el Sr. Federico Alessandri para que el dictado sea en la municipalidad de la localidad.

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con el Director Regional para el Área Turística Sierras Chicas y Norte, el Sr. Gustavo Brandan, la posibilidad de dictar los cursos:
 - TIC'S aplicadas al turismo
 - Agente de Viajes Receptivo
 - Animación y Recreación
 - Inglés aplicado al turismo

Todos para dictarse en la localidad de Río Ceballos, por tal motivo se acordó con la responsable del Ceder de Río Ceballos, la Sra. Sonia Alejandra Loza para que el dictado sea en su institución.

- Se arribó después de relevar las necesidades en cuanto a formación con la directora de Turismo de Córdoba, Sra. Analia Riguetti, la posibilidad de dictar el curso:
 - Inglés aplicado al turismo

Por tal motivo se acordó con el Presidente de ACAV (Asoc. de Agencias de Viajes) Sr. José González para que el curso se llevará a cabo en su sede.



TAREA 6

ELABORACIÓN DE LA CAMPAÑA DE DIFUSIÓN

OBJETIVO DE LA TAREA

La presente tarea tuvo como objetivo difundir la realización de todas las actividades de capacitación y formación que se llevarían a cabo.



Elaboración de la Campaña de Difusión

La presente tarea tiene como objetivo difundir la realización de todas las actividades de capacitación y formación que se llevarán a cabo a partir de Marzo del 2015.

Para ello, se elaboró un esquema de medios con los que habitualmente se trabaja desde la Agencia Córdoba Turismo para dar inicio a la Difusión de las actividades.

A continuación se detalla la nómina de acciones viables, de las cuales se seleccionarán las más efectivas, y su aplicación en cuanto a cantidad y frecuencia dependerá del presupuesto con el cual se disponga a tal fin.

6.1 Esquema de Promoción y Publicidad

	Concepto	2014		2015						
		Noviembre	Diciembre	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio
http://protur.cba.gov.ar/	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a Capacitadores • Apertura de Inscripciones • Cobertura de los curso • Cobertura entrega de Certificados 	x	x	x	x	x	x	x	x	x



Twitter Protur	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a Capacitadores • Apertura de Inscripciones • Cobertura de los curso • Cobertura entrega de Certificado 	x	x	x	x	x	x	x	x	x
Facebook Protur	<ul style="list-style-type: none"> • Convocatoria a Capacitadores • Apertura de Inscripciones • Cobertura de los curso • Cobertura entrega de Certificado 	x	x	x	x	x	x	x	x	x
http://www.cordobaturismo.gov.ar/	- Apertura de Inscripciones				x	x				
Twitter @turismocba @empleocba	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura de Inscripciones • Cobertura entrega de Certificado 				x	x				x
Parte de	<ul style="list-style-type: none"> • Apertura 				x	x				x



Prensa a Medios Provinciales	de Inscripciones									
http://www.destinocbaciudad.com.ar/	<ul style="list-style-type: none"> Cobertura a entrega de Certificado 				x	x				x
Envío de Mail a base de datos de Agencia Cba Turismo / Agencia de Promoción de Empleo	<ul style="list-style-type: none"> Apertura de Inscripciones 				x	x				
Folletos sobre los cursos para entregar al momento de las inscripciones	<ul style="list-style-type: none"> Para las Inscripciones a los cursos 				x	x				
Partes de Prensa / Cobertura de los cursos						x	x	x	x	x

La campaña de prensa tiene tres momentos importantes para la difusión que los hemos definido por los siguientes estadios del proyecto:



Formación para Formadores del Sector Turismo

En el marco de la actualización de perfiles profesionales del sector Turismo, la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional y la Agencia Córdoba Turismo con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones, llevarán a cabo en el Auditorio de la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional (Juan B. Justo 3600 - Córdoba) el 19 y 20 de Febrero del 2015 la capacitación para Formadores de los nuevos cursos de:

- Recepcionista
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1 y 2
- Expendedor de Bebidas y Alimentos
- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales
- Agente de Viajes Receptivo
- Operador Mayorista
- Tic's aplicadas al Turismo
- Informante Turístico
- Animación y Recreación

La convocatoria esta dirigida a profesionales del sector, egresados de las carreras de Turismo y Hotelería, Licenciados en Turismo, REPROCAS, personal de planta de los CEDERES, entre otro profesionales.

La formación tiene como fin, seleccionar de los profesionales más aptos para desarrollar los cursos pilotos que se llevarán a cabo desde el mes de marzo en las Áreas Turísticas de Córdoba.

Los interesados deberán enviar su CV al mail: sectorialturismocordoba@gmail.com



NOTICIAS

Formación para Formadores del Sector Turismo

En el marco de la actualización de perfiles profesionales del sector Turismo, la Agencia de Promoción de Empleo y Form

Capacitaciones en Buenas Prácticas de Manufactura para manipulación de Alimentos

- 1) Convocatoria a potenciales formadores con el objetivo de convocar 100 profesionales del sector turismo, para que asistan a la formación de formadores.
- 2) Convocatoria a estudiantes de las carreras relacionadas al turismo, trabajadores del sector, personal eventos de la industria del turismo, público en general, para que a partir de Marzo 2015 asista a los cursos de formación de los perfiles diseñados por el presente proyecto.
- 3) La difusión de las tareas desarrolladas mes a mes en los cursos, como así también la cobertura y publicación de la entrega de certificados.



6.2 - Difusión Realizada (Noviembre - Diciembre)

PROVINCIA DIVINA
www.cordobaturismo.gov.ar

PRO TUR
PROGRAMA PROVINCIAL DE CAPACITACIÓN EN TURISMO

ProTur Córdoba
Educación

+ Seguir Compartir

Biografía Información Fotos Me gusta Más

PERSONAS >

226 Me gusta

Atrae más fans a tu página y conecta más gente con tu negocio.
Promocionar página

Invita a tus amigos a que indiquen que les gusta Pr...

German Gastaldi Invitar

FOGA FO GA Invitar

Ver todos los amigos

Estado Foto/video Oferta, evento +

¿Qué estuviste haciendo?

ProTur Córdoba compartió un enlace.
Publicada por Pao Menossi [?] · hace 2 segundos

<http://protur.cba.gov.ar/formacion-para-formadores-del-sector-turismo/>

Formación para Formadores del Sector Turismo | PROTUR
protur.cba.gov.ar

En el marco de la actualización de perfiles profesionales del sector Turismo, la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional y la Agencia Córdoba Turismo con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones, llevarán a cabo en el Auditorio de la Agencia de...

Promocionar publicación



Inicio Notificaciones Mensajes # Descubre Buscar en Tv

PROVINCIA DIVINA

PROTUR
@ProturCba

TWEETS 70 SIGUIENDO 39 SEGUIDORES 69

Tendencias · Cambiar

- #AmigosSiempre
- 📌 Promocionado por Movistar Argentina
- #AnitaBichoCampeones
- Fran Tinelli
- Solita
- Chano
- Tan Bionica
- Piquin
- Showmatch
- Iker
- #TwOff

¿Qué está pasando?

PROTUR @ProturCba · ahora
Formación para formadores del sector Turismo protur.cba.gov.ar/formacion-para...
... @EmpleoCba @turismocba @LaSiglo21 @MMoreno_cba @ubpascal

14:28 · 16 de dic. de 2014 · Detalles

Responder a @EmpleoCba @turismocba @LaSiglo21 @MMoreno_cba @ubpascal

DiaaDía.com.ar ha retwitteado

Seba Roggero @SebaRoggero · 17 min
Oberto se sumó a la Confederación Argentina de Básquet diaadia.com.ar/deportes/obert... vía @diaadiacomar

Tang Argentina @TangArgentina · 12 de dic.
Tang rinde de verdad - Mezclamos más diversión en la mesa!

Tang Argentina



TAREA 7

PAUTAS GENERALES PARA LA INSCRIPCIÓN Y SELECCIÓN DE ALUMNOS

OBJETIVO DE LA TAREA

La inscripción de la población objetivo



Pautas generales para la Inscripción y selección de alumnos

Las Inscripciones se llevarán a cabo desde el 9 de Febrero al 6 de Marzo del 2015 en los diferentes CEDER (Centro de Desarrollo Regional) dependiente de la localidad donde se dicte el curso, en los días y horarios de atención de la entidad mencionada.

Los cupos serán limitados, y el número de participantes estará sujeto a la capacidad disponible según la infraestructura de cada una de las instalaciones asignadas, estimando una cantidad máxima de 30 personas.

El criterio de selección en caso de producirse un exceso en el número de inscritos estará dado de acuerdo a los perfiles detallados en la “tarea 1”.

Para la implementación de los cursos a dictar se utilizará el material diseñado en tareas anteriores y será impreso a fin de ser entregado a cada participante.

Las inscripciones, así como el control de asistencia y la entrega de los certificados, estará a cargo del CEDER local que coordine el curso de acuerdo a la localidad donde sea dictado.

Al finalizar cada uno de los cursos se hará entrega de los correspondientes certificados de participación, los cuales deberán confeccionarse de acuerdo a las pautas de marca establecidas por el Consejo Federal de Inversiones. Dichas pautas serán provistas a solicitud del experto con la anticipación que éste estime conveniente.



Ficha para el Curso Piloto

(para ser usada por el capacitador)

Nombre del Curso:

Lugar de Dictado del Curso:

Días y Horarios de Cursado:

Nombre del Capacitador:

	Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				
8				
9				
10				
11				
12				



13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				



FICHA INSCRIPCIÓN

Nombre de Actividad formativa:

Localidad:

Fecha: de de 2015

Nombre y apellidos.....Sexo:.....

DNI:.....Dirección.....C.P.....

Localidad.....Correo electrónico.....

Teléfono fijo:.....Teléfono móvil:.....Edad.....

Nivel de estudios finalizado.....

Motivación para realizar esta actividad formativa:.....

SITUACIÓN LABORAL:

Desempleado Trabajador cuenta ajena Trabajador en Turismo

Trabajador por cuenta

propia/autónomo

Otra situación laboral:.....

.....

DATOS EMPRESA. Nombre y razón

social:.....

Teléfono:..... Puesto que desempeña:.....

Firma:



VIII - ANEXO

ANEXO 1:

Perfil del Capacitador - Sector de Turismo, Hotelería y Gastronomía

Educación formal:

1. Graduado universitario, terciario o estudiante avanzado preferentemente proveniente de carreras técnicas relacionadas con el sector.
2. Podrá considerarse la postulación de aquellas personas que, sin certificación formal, cuenten con experiencia probada en la docencia de cada una de las áreas temáticas enunciadas.
- 3.

Habilidades:

- Administración eficaz del tiempo.
- Capacidad para trabajar en equipo y transferir conocimientos, actitudes y valores relacionados con la educación y el trabajo.
- Capacidad para el trabajo en el turismo y la hotelería conociendo y poniendo en práctica toda la Normativa emanadas de los organismos que las regulan la actividad.
- Capacidad para la transferencia de acciones para la aceptación de la diversidad.
- Capacidad de escucha, contención y argumentación.
- Capacidad para el análisis y la resolución de problemas.
- Operación de PC (Word, Excel).
- Experiencia en coordinación de equipos de más de veinte personas.
- Experiencia en actividades de capacitación y/o de coordinación de grupos.

Cualidades personales:

- Responsabilidad, sociabilidad, buen trato y buena comunicación, dominio propio, honestidad, integridad.
- Capacidad para establecer y mantener buenos vínculos personales.

Actividades Principales



1. Confeccionar el Formulario de Planeamiento Didáctico y Práctica Pedagógica con anterioridad al inicio del Trayecto Formativo
2. Firmar el Formulario de Presentación de Proyectos confeccionados por el Equipo Administrativo – Pedagógico del CEDER informándose de los horarios previstos, la condición presupuestaria que asume como Instructor de la Capacitación y el monto a percibir una vez finalizada la capacitación
3. Controlar la asistencia y el cumplimiento de los horarios de los participantes, por medio de un registro de asistencia semanal, que deberá firmar y remitir al Responsable del Centro de Desarrollo Regional (CEDER) encargado del trámite administrativo del trayecto formativo.
4. Desarrollar los contenidos correspondientes a los Talleres que implemente, con una metodología participativa y un proceso de evaluación formativo sumativo.
5. Proponer y poner en práctica actividades de nivelación e integración de los contenidos que faciliten el proceso de apropiación de los mismos por parte de los participantes.
6. Comunicarse sistemáticamente con el Responsable del CEDER, participar de los encuentros que este convoque y proveerle de la información pertinente.



TAREA 8

IMPLEMENTACIÓN DE CAPACITACIÓN

OBJETIVO DE LA TAREA

Implementar el Cronograma de Capacitación.



Continuando con el proceso del **“Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico”** en la provincia de Córdoba, el cual comenzó en el mes de Julio del 2014 y que por motivos de fuerza mayor tuvo que contar con una prórroga, es que de acuerdo a los plazos establecidos en el proyecto motivo de este programa, nos encontramos en el Tercer Informe de avances.

Este tercer informe cuenta con una de las partes principales y objeto de este programa, ya que después del proceso de elaboración de materiales (Entregados en el Informe 1 y 2) se ha llevado a cabo la implementación de los cursos pilotos de capacitación a fin de evaluar la pertinencia de los mismos, con el fin de que en este proceso de retroalimentación dotar a los mismos de las experiencias tanto de los asistentes, como de los capacitadores y entre los capacitadores de un mismo curso. Logrando de este modo una sinergia positiva de puesta en valor de los materiales para poder hacer las correcciones, adecuando el material para la posterior impresión final de los mismos.



IMPLEMENTACIÓN DE LAS CAPACITACIONES

(Cursos Pilotos)



Se procedió a implementar las acciones acordadas con cada municipio, de acuerdo al cronograma elaborado a tal fin.

El material elaborado de cada perfil contó con la implementación de 3 cursos pilotos en diferentes puntos de la provincia dentro de los valles turísticos.

Para el informe referido a la presente tarea 8, se incluye dentro de la información, la nómina de participantes en cada curso de capacitación, con datos de filiación, identidad, teléfono, e-mail, como así también registro fotográfico de las actividades, reseña y conclusiones de cada curso.



CRONOGRAMA DE CAPACITACION

	Curso	Lugar	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre
1	Recepcionista	MIRAMAR					
2	Recepcionista	TANTI					
3	Recepcionista	ACHIRAS					
4	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	CORDOBA					
5	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	CORDOBA					
6	Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1	CÓRDOBA					
7	Expendedor de Bebidas y Alimentos	CAPILLA DEL MONTE					
8	Expendedor de Bebidas y Alimentos	ALMAFUERTE					
9	Expendedor de Bebidas y	ALTA GRACIA					



	Alimentos						
10	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	CARLOS PAZ					
11	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	EMBALSE					
12	Organizador de Fiestas y Festivales Regionales	VILLA DE LAS ROSAS					
13	Agente de Viajes Receptivo	VILLA DOLORES					
14	Agente de Viajes Receptivo	RIO CUARTO					
15	Agente de Viajes Receptivo	RIO CEBALLOS					
16	Tic´s aplicadas al Turismo	MIRAMAR					
17	Tic´s aplicadas al Turismo	RIO CUARTO					
18	Tic´s	RIO					



	aplicadas al Turismo	CEBALLOS					
19	Informante Turístico	MIRAMAR					
20	Informante Turístico	VILLA RUMIPAL					
21	Informante Turístico	LA FALDA					
22	Animación y Recreación	CORDOBA					
23	Animación y Recreación	VILLA GENERAL BELGRANO					
24	Animación y Recreación	RIO CEBALLOS					



CURSOS PILOTOS: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

Perfil TIC'S aplicadas al **TURISMO**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO y FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA



Curso: TIC´S APLICADAS AL TURISMO

Sede: MIRAMAR

Sitio: Ceder Miramar (Juan B Justo 138)

Días y Horarios de Cursado: Lunes de 14 a 18 Hs.

Docente: Lic. Blanch, Celia Ema

Contacto: ceder_miramar@yahoo.com.ar / 03563-493933





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Amaya Gabriela Alejandra	23252301	03563-493182	gabyamaya32@hotmail.com. ar
Bayomza Eliana	32647119	035675- 15487389	bayomza@hotmail.com
Bono Marcela Paola	31831944	03563- 15402795	marcebono_28@hotmail.com
Bravo Rocío Del Valle	34684986	03563-494156	
Castellino Gisela Soledad	36928871	3563- 15403528	
Castellino Ovidio Esteban	8107981	03563- 15563690	complejolayema@hotmail.co m
Chiotasso Celia Del Valle	37628135	03563- 15412914	
Contrera Maricel Deolinda	24844532	03563-413006	
Domínguez María Natalia	27174867	03563- 15410288	natydominguez02@gmail.co m
Dopazo Diamela	37107291	03563- 15412080	diametd_12@hotmail.com
Gelsumino Adriana Soledad	24959156	03563-494670	asg_cel@hotmail.com
Herrera Ricardo Omar	13567793	03563- 15494393	herreraricardoomar@gmail.c om
López Nuria Itati	28392668	03563- 15494921	buenosmomentos_miramar @hotmail.com
Mansilla Haydee Jorgelina	13257608	03563- 15411514	haydee2341959@gmail.com
Mercado Sonia Del	18535941	03563-	sonia_m_77@hotmail.com



Carmen		15400266	
Morales Claudia Marcela	20322844	03563- 15401256	claudia_morales68@hotmail.com
Oberto Florencia	37628124	03563- 15409004	obertoflo63@gmail.com
Piumetti Natalia Soledad	29349582	03563- 15410562	andrea.peironel@hotmail.com
Romero Lorena Alejandra	32970862	03563- 15402938	lore--romero@hotmail.com
Rubiolo Gabriela	38882723	03564- 15566901	gabi-r95@hotmail.com



Reseña Actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

En cuanto a las actividades realizadas en el curso piloto de Tic's aplicadas al Turismo en la localidad de Miramar, fue de importancia la predisposición de los asistentes por participar y el entusiasmo por desarrollar nuevas herramientas para mejorar su prestación de servicios en el sector. Una heterogeneidad de edades y mitos o miedos sobre esta nueva manera de comunicarse, hizo que el curso se desarrollara con gran dinamismo.

Por la necesidad detectada sobre el armado de información para volcar en las herramientas, sobre la oferta de productos y servicios a clientes, se trabajó en paralelo al contenido disponible, sobre comunicación comercial, armado de mensaje, misión, segmentación de cliente por lo que se considera como sugerencia ampliar estos conceptos a la currícula del curso.

Como conclusión se destaca que los participantes del programa de capacitación, lo hicieron con compromiso, esfuerzo y entusiasmo. Cada encuentro fue un espacio donde los saberes compartidos se enriquecieron y lograron cubrir las expectativas.



Curso: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

Sede: RÍO CUARTO

Sitio: Secretaria de Turismo - Río Cuarto

Días y Horarios de Cursado: Lunes de 13:30 a 17:30

Docente: Lic. Horacio Magnasco

Contacto: proturcba@gmail.com / 0358 155623750





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Acosta Beatriz Miriam	12659936	0358- 154303265	mbacosta@hotmail.com
Bonacci Georgina	28173774	0358- 156001031	geoginabonacci@hotmail.it
Bruna Claudia Susana	18058681	0358- 154260144	c.bruna11@gmail.com
Buelink Patricia	22491573	0358- 154837073	patobuelink@hotmail.com
Busto Cynthia	39405078	0358- 154184662	cynthiabusto_96@hotmail.com
Celli María Belen	37490632	0358- 154111632	beli14_9@hotmail.com
Mercau Natalia	30029560	0358- 154242333	natolm_83@hotmail.com
Miranda Mayco	38730692	0358- 154836011	maycom4a1@gmail.com
Muñoz Lorena	29347588	0358- 154832209	lorecom@gmail.com
Pedemonte Jennifer Denise	34371601	0358- 154123695	jenniferfotos@hotmail.com.ar
Rivas Mailén Agustina	40204382	0358- 154166661	ruth-66@hotmail.com
Romero Marcia Arabela	33695240	0383- 154321120	marchu_lapuerta@hotmail.com
Rosso Alicia	13955542	0358- 154902751	markalipso@gmail.com
Santa Cruz Sandra	14624485	0358- 154120466	turismo@riocuarto.gov.ar



Soria Julia Irene	16650685	0358- 154836011	irene_soria1@hotmail.com
Torres Gisela Noemi	31894109	0358- 155133259	giselatorres@live.com.ar



Reseña actividades llevadas a cabo - conclusiones:

El curso piloto comenzó con la presentación de la currícula del mismo y un diagnóstico de conocimientos a los alumnos. Luego en los siguientes encuentros se desarrollaron conceptos de TIC'S, se analizaron cifras del comercio electrónico y se comenzó con la red social Facebook.

Durante las siguientes etapas, se profundizó sobre el manejo las redes sociales como Facebook, Twitter y LinkedIn; además se trabajó sobre casos prácticos.

En general se usó el formato de clase magistral dado que no todos los participantes contaban con acceso a dispositivos móviles, netbooks, notebooks o PC.

A partir de los avances en los conocimientos de los asistentes, estos pudieron ejercitar y reforzar contenidos mediante actividades extras ofrecidas para realizar en sus domicilios.

Es necesario contar con salas equipadas con computadoras o con acceso libre a wifi, para hacer dinámico este tipo de capacitaciones.



Curso: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

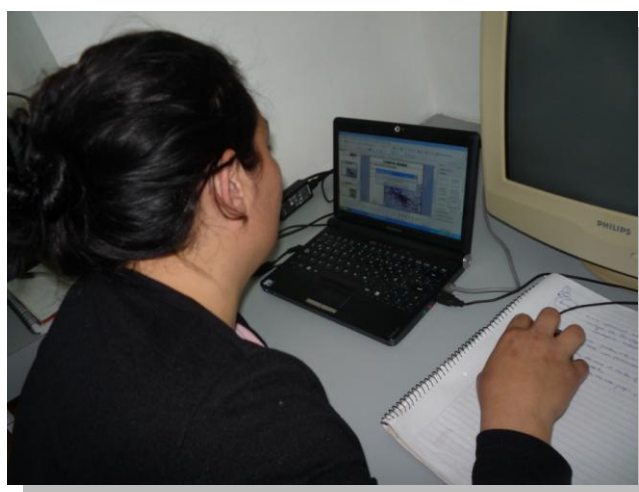
Sede: RÍO CEBALLOS

Sitio: Ex- Hotel 18 de Marzo (Av. San Martín 4246)

Días y Horarios de Cursado: Jueves de 15 a 19Hs.

Docente: Juan Pablo Mesa

Contacto: Ceder Río Ceballos / Eladio S. Fessia s/n
cederrioceballos@yahoo.com.ar / 03543 454971





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Lucarelli Nancy Adriana	14478543	3543455063	nancylucarelli@hotmail.com
Actis Piazza Melisa	33776011	354315543900	mel_actispiazza28@hotmail.com
Chávez Fernanda Paola	26178234	354315300246	chavezz_fernanda@hotmail.com
Pérez Federico	23009403	4670935	fede_perez26@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - conclusiones:

En primera instancia se presentó el curso y se realizó un diagnóstico con los asistentes acerca de la utilización de redes, cuáles usaban y con qué fin. Se concluyó en que la mayoría antes de comenzar el cursado usaba las herramientas de redes para un fin meramente social.

Al ser la red social más conocida por los estudiantes primeramente se abordó Facebook de la mano del concepto de Tic's.

Se desarrolló Twitter y LinkedIn y se analizó el público destinado para cada red social, el uso e implementación correcto.

Se trabajó por medio de presentaciones de PowerPoint y análisis en clase junto con trabajos prácticos.

Concluyendo, se vio un cambio en la forma de percibir las redes y la incorporación de aquellas que no eran utilizadas, como de dispositivos electrónicos que les facilitarán el flujo de información.



CURSOS PILOTOS: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Perfil AGENTE de VIAJES RECEPTIVO

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO
FORMACIÓN PROFESIONAL
GOBIERNO DE CÓRDOBA

CFI
CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA



Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: VILLA DOLORES

Sitio: Ceder Villa Dolores

Días y Horarios de Cursado: Martes y Jueves de 14 a 17 Hs.

Docente: Lic. Pamela Alaniz

Contacto: pamelaalaniz@hotmail.com / 03544 - 15512359





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Altamirano Analia	27633464	3544 15561656	
Altamirano Octavio	29456277		octavio456277@gmail.com
Andrada Janina	38338911	3544 629214	janina.andrada@hotmail.com
Carretero Maricel	22072591	3544 15468838	
Elsa Zoppi	13228398	3544 614684	elsazoppi@hotmail.com
Gallardo Gisela	32979773	3544 15406649	gisela.gallardo@hotmail.com
Granade Martina	30401260	3544 15516814	martinagranade@hotmail.com
Jesica Barrabes	39825658	3544 424230	yesi_barrabes@outlook.com
Lujan Elizabeth	37125579	3544 15590594	eliilujan1@gmail.com
Molina José	37875994	3544 516655	jose_molina_jmeventos@hotmail.com
Murua Micaela	37616470	3544 15436201	mica_cmos@hotmail.com
Olmedo Renzo	36917682	3544 15583518	renzo.matiasolmedo@gmail.com
Oviedo Florencia	34234463		mflorenciaoviedo@gmail.com
Pacheco Nahir	40574596	3544 626922	nahir.pacheco@hotmail.com
Recalde Julieta	33371818	3544 15560232	julietarecalde89@hotmail.com
Romero Lucas	39170937	3544 597585	lucasezeromero@hotmail.com
Sánchez Karen	40248703	3544 15617176	
Senesi Mercedes	14821611	3544 422607	mersenesi@hotmail.com
Suarez Celeste	38279214	3544 15636936	cele368@hotmail.com
Tarditti Alicia	27543056	3513436780	ali217833@gmail.com
Valero Beatriz	20082398	3544 15625219	beavalero46@gmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - conclusiones

El curso de agente receptivo se desarrolló en primera instancia con definiciones de turismo, rol de la comunidad receptiva, legislación, política turística actual, perspectiva y proyecciones turísticas. Todo estos temas se proyectaron en dos PowerPoint, abordando en qué función cumple la comunidad receptiva, quienes componen la actividad turísticas, saber cuál es el marco legal y cuáles son las políticas turísticas actuales, así como la proyección y la importancia de la actividad. Luego se trabajo con los recursos turísticos, recursos naturales y culturales, basados en la región donde fue dictado para luego realizar el armado de paquetes y excursiones como agentes de viajes receptivos, detectando en este trabajo practico, si bien la mayoría de los asistentes eran locales no conocían la región, no pudiendo identificar atractivos ya que tenían desconocimiento de ríos, cerros, museos, alojamientos, etc.

Se abordo a tal fin un trabajo de para recolecciones de información a través de todo tipo de guías, revistas, internet, folletería y demás recursos que pudieran brindar información turística. Una vez relevado los recursos se instó a segmentarlos según la demanda. Para que los asistentes como futuros agentes pudieran incorporar con conocimientos pertinentes al ofrecer los paquetes turísticos de acuerdo al perfil de turista.

Se relevaron diferentes tipos de circuitos de recreación y diferentes establecimientos de alojamientos y se ejecutó la realización de transfer IN / OUT.

En ese oportunidad se pudo acreditar de que todos ya estaban en conocimiento de la zona, que podían leer un mapa, indicar como llegar y conocer diferentes



atractivos, entonces se comenzó a trabajar con el perfil del agente de viajes, con la eficacia, el trato, la predisposición, el servicio, la amabilidad, etc.

Se abordó el tema Calidad (una jornada completa, con un PowerPoint de Gonzalo Casanova Ferro, director nacional de calidad) en el cual muestra los diferentes programas de la certificación de calidad y la calidad como satisfacción al turista.

Se trataron también los conceptos de Turismo Sustentable y Responsable.

Luego se trabajó específicamente en agencias de viajes, que es una agencia, legislación , agencias mayoristas, minoristas, EVT , AV, AP según legislación, componentes de una agencia de viajes, y organigrama, rol del agenciero, asesoramiento, venta de productos intangibles, estrategias de marketing para la venta de productos intangibles, y así se llegó al asesoramiento del turista en lo que respecta a la documentación, migraciones, visas a diferentes países , controles sanitarios, diferentes requisitos de ingreso a países (por ejemplo India, EEUU, Canadá, etc.), autorización a menores, etc. Equipaje, cantidad de kilos permitidos, excedidos, pérdida de equipaje.

La última clase la mayoría concluyó en que adquirieron concientización turística, la mayoría creía vivir en un lugar que no era turístico, y hoy saben que si lo es, la importancia económica de la actividad como calidad de vida para la comunidad.

Todos coincidieron en la importancia del turismo en el valle de traslasierras y se despertó un gran interés en comenzar a conocer los recursos turísticos y la potencialidad (hasta ahora desconocidos).



Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: RÍO CUARTO

Sitio: Hotel Menossi (Av. España 41)

Días y Horarios de Cursado: Lunes de 18:30 a 22:30

Docente: Lic. Horacio Magnasco

Contacto: proturcba@gmail.com / 0358 155623750





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Bruna Claudia Susana	18058681	0358-154260144	c.bruna11@gmail.com
Buelink Patricia	22491573	0358-154837073	patobuelink@hotmail.com
Mercau Natalia	30029560	0358-154242333	natolm_83@hotmail.com
Miranda Mayco	38730692	0358-154836011	maycom4a1@gmail.com
Muñoz Lorena	29347588	0358-154832209	loreccm@gmail.com
Petenatti Elizabeth	35472946	0358-156009472	lizyito_213@hotmail.com
Romero Marcia Arabela	33695240	0383-154321120	marchu_lapuerta@hotmail.com
Rosso Alicia	13955542	0358-154902751	markalipso@gmail.com
Soria Julia Irene	16650685	0358-154836011	irene_soria1@hotmail.com
Torres Gisela Noemi	31894109	0358-155133259	giselatorres@live.com.ar
Velázquez Silvina Mariela	34273809	0358-154178940	silvinavelazquez09@gmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

El curso inicialmente fue abordado desde una introducción al turismo. Luego se hizo referencia el marco legal referido al turismo receptivo, incluyendo la Iram Sector.

Las herramientas tecnológicas utilizadas como PowerPoint, en el marco legal fueron exitosas.

Lo más importante fue armar el proceso de los traslados de entrada y salida, con asistencia durante la estadía. Con fines de transmitir cómo ejecutarlo siguiendo los lineamientos de calidad.

Se planificó para el trabajo en clase un formato de taller armando todo el proceso.

En conclusión se pudo observar que las clases de marco legal fueron algo abrumadoras ya que el contenido así lo requiere pero a pesar de esto se logró de manera exitosa formar un grupo colaborador y predispuesto.

A partir del trabajo en formato de taller, se vio como progresivamente fue mejorando la dinámica.



Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: RÍO CEBALLOS

Sitio: Ex- Hotel 18 de Marzo (Av. San Martín 4246)

Días y Horarios de Cursado: Viernes de 15 a 19Hs.

Docente: Sofía Pedano

Contacto: Ceder Río Ceballos / Eladio S. Fessia s/n
cederriocballos@yahoo.com.ar / 03543 454971





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Olmedo Marta	14893440	03543-15621310	martita25olmedo@hotmail.com
Ríos Susana Giselle	32802818	0351-152461477	pupy16606@hotmail.com
Tanon Matías Javier	30843025	0351-153645266	matias.j.t@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

El mismo inició con una presentación introductoria de los conceptos básicos e indispensables sobre el turismo, para evaluar el grado de capacitación de cada uno de los asistentes y general del grupo, con el nombre "Clase introductoria de Turismo Receptivo".

La segunda y tercer clase, se presentaron 2 PowerPoint, uno con el "Módulo Transversal de Turismo" y otro con la presentación del Lic. Federico Esper: "La importancia de la actividad turística a nivel mundial". Además, se solicitó que cada uno de los asistentes se informará acerca de las leyes 25997 y 18829, con sus respectivas modificaciones.

Fue fundamental promover desde la retroalimentación capacitador - asistente para el pensamiento crítico en el abordaje de las leyes y su respectivo análisis y de esta manera se logró encuadrar un marco legal al concepto de turismo receptivo.

El resto de las clases se trabajó con un PowerPoint basado en el Manual Para Emprendedores Turísticos, editado por la Secretaría de Turismo de la Nación, el cual se fue adaptando a la situación particular de Río Ceballos.

Se continuó con la idea del armado de una EMPRESA DE VIAJES RECEPTIVO, a partir de los conceptos impartidos sobre el rubro turístico, contemplando el marco legal que debemos respetar, y de esta manera fue posible trabajar con casos prácticos, haciendo más dinámicas y amenas las clases, de esa forma se evaluó a los alumnos.

Como tareas práctica se imaginó (a través del cambio de roles) el recibimiento de distintos tipos de grupos de turistas (egresados - estudiantes de los distintos niveles educativos - jubilados - extranjeros - familias - entre otros). Los asistentes debieron



armar la estadía más adecuada según cada grupo, teniendo en cuenta su realidad local, es decir, qué tipo de alojamiento, de actividades desarrollar, de comidas ; qué documentación solicitar, y cómo ir resolviendo los posibles inconvenientes que se presentan en un viaje.

Los asistentes se vieron motivados y obtuvieron muchos conocimientos los cuales les son y serán de gran utilidad para desenvolverse en sus actividades, ya que la mayoría en este caso son trabajadores o aspiran trabajar en el sector turístico.



CURSOS PILOTOS: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Perfil **ANIMACIÓN y RECREACIÓN**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y+ empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA



Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: RÍO CEBALLOS

Sitio: Ex- Hotel 18 de Marzo (Av. San Martín 4246)

Días y Horarios de Cursado: Viernes de 15 a 19Hs.

Docente: Ricardo Bellegarde

Contacto: Ceder Río Ceballos / Eladio S. Fessia s/n
cederrioceballos@yahoo.com.ar / 03543 454971





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Domínguez Fiamma Evangelina	36610547	354415544974	dominguezfiamma@gmail.com
Lombi Antonella	38501406	3584287540	antonella.lombi@gmail.com
Domínguez Uría Gabriela Daiana	37616538	153862142	susyuria@hotmail.com
Redondo Marina Redondo	28708312	3515909460	mariredondo@yahoo.com.ar



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

Participaron personas relacionadas a la Educación Física, informantes turísticos, guías de turismo, y personas que buscan una salida laboral que estén relacionadas al turismo. Se percibió al curso muy atractivo e interesante para las personas que lo realizan, las cuales en principio buscan juegos para poder hacer actividades en diferentes ámbitos.

El curso equilibró lo teórico (dado en mayor profundidad en la primera parte del mismo) con lo práctico, en el 90% del curso está presente.

Se dictaron desde técnicas de presentación, juegos en la naturaleza hasta la inserción de actividades culturales donde la personas se puede recrear, encontrarse con sí misma y con su entorno familiar. Donde puede descubrir parte de la historia del lugar en el cual ha decidido pasar su estadía de vacaciones.

El curso invitó a reflexionar sobre los servicios propuestos y repensar, recreando las propuestas. Sabiendo que las actividades son importantes, pero que más importante es que la propuesta sea acorde a las personas que la realizan, donde las vacaciones es un momento muy importante para las personas. Es un momento donde la familia se encuentra, y se retira de la cotidianidad para buscar un lugar y un espacio que durante el año no se tiene.

Los participantes comenzaron el curso con un interés particular (la recreación como sinónimo de diversión) y lo terminan con otras expectativas. Con una visión más amplia de la recreación, con un enfoque de la recreación dirigido a la persona integral y no con una parte de ella.



Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: VILLA GENERAL BELGRANO

Sitio: Hotel Panacea

Días y Horarios de Cursado: Jueves de 17 a 20 Hs.

Docente: Tamara Wasilcov

Contacto: Dirección De Turismo - Fernando Bertello - 03546-15540445





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Callari Martin	35059020	03546-15482673	martinc_1990@hotmail.com
Callari, Diego	22795971	03546-15431046	diego@champaquiadventure.com
García Garay Pablo	30210149	03546-15430539	garciagaraypablo@gmail.com

Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

El curso desarrollado en la localidad de Villa General Belgrano comenzó con un diagnóstico a los asistentes a modo de evaluar sus conocimientos previos en materia de conceptos del Turismo, conocimiento de las áreas turísticas de la zona, propuestas de actividades recreativas a realizar en el Valle de Calamuchita.

Las clases contaron con un tramo teórico y la puesta en práctica de los conocimientos transmitidos.



Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: CÓRDOBA

Sitio: Cámara de Turismo de Córdoba - 9 de Julio 37, Primer Piso

Días y Horarios de Cursado: Miércoles de 14:30 a 18 Hs.

Docente: Ricardo Bellegarde

Contacto: Tel. 0351 - 1556859246





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Castro, Pablo	30.121.644	351- 3466470	prof.pablocastro@yahoo.com.ar
Cayo, Claudia	24.703.807	351- 5919268	jandy53@hotmail.com
Conti, Luciana	33.602.948	3537- 658410	lucianabconti@hotmail.com
Jaimes Gatti Tania	34.189.651	351- 6721588	taty_jaimes@hotmail.com
Mantese, Estefanía	32.803.706	351- 3649093	estefa_mantese@hotmail.com
Malbrán, María José	38.987.780	351- 2020240	eucla_07@hotmail.com
Loza, Pamela	33.602.897	3537- 517847	pameloza_08@hotmail.com
Gómez, Natalia	38.409.530	351- 5734996	tp_natii@hotmail.com
Coronel, Noelia Soledad	32.203.798	351- 6846074	noe_coro@hotmail.com
Gallardo, Daniel	29.165.618	351-	daniel_ld99@hotmail.com
Sabater, Gustavo	31.843.346	351-526104	gustavosabater@hotmail.com
Fernández, Esteban	29.602.582	351-306- 6626	fernandez.estebanariel@gmail.com
Lencina, Julieta	36.784.147	299-557- 0906	julieta.lencina@hotmail.com
Sabe, celeste	32.344.477	3541-53- 9170	celeste.sabe@gmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

Participaron del curso piloto estudiantes y profesores de educación física, guías de turismo, personas a cargo del área de recreación en hostel y hoteles como el HOLIDAY INN y el Sheraton Hotel de la ciudad de Córdoba.

En principio se pudo observar que los asistentes buscan recursos y juegos para poder hacer actividades en diferentes ámbitos, pero luego con el paso de las clases y la incorporación de conocimiento pudieron arribar a la conclusión de que conocer a los huéspedes que eligen sus vacaciones en dichos establecimientos es más importante.

Dicho aspecto hace mención a entender sus necesidades y sus intereses para poder planificar las actividades en forma acorde, hacer la actividad más personal y brindar esto en un marco de seguridad.

La propuesta de capacitación estuvo enfocada a la FAMILIA.

Algunos alumnos en función a experiencias previas comentaron del despojo de los padres de sus hijos cuando se enteran que el alojamiento les ofrece el servicio, viendo en el servicio la posibilidad de que sus hijos disfruten de las vacaciones y de ellos de tener, por lo menos un momento sin ellos.

El curso equilibra lo teórico, con lo práctico y lo vivencial. Aprendiendo a partir de las vivencias y de las sensaciones. Se mostraron desde técnicas de presentación, juegos en la naturaleza hasta la inserción de actividades culturales donde las personas se pueden recrear, encontrarse con sí misma y con su entorno familiar. Donde puede descubrir parte de la historia del lugar en el cual ha decidido pasar su estadía de vacaciones.

Algunas críticas recibidas están relacionadas a que el MATERIAL DIDACTICO tiene que ser más completo, es decir MARCO TEORICO y actividades juntas en un



documento. La posibilidad de videos con las actividades realizadas o actividades con las mismas dinámicas para poder tenerlas para recordar a posterior.

El curso invitó a reflexionar sobre los servicios propuestos y repensar, recreando las propuestas. Sabiendo que las actividades son importantes, pero que más importante es que la propuesta sea acorde a las personas que la realizan, sabiendo que las vacaciones es un momento MUY IMPORTANTE para las personas. Es un momento donde la familia se encuentra, donde uno se retira de la cotidianidad para buscar un lugar y un espacio que durante el año NO LO TIENE.-



CURSOS PILOTOS: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Perfil **EXPENDEDOR** de **BEBIDAS** y **ALIMENTOS**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y+ empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA



Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: CAPILLA DEL MONTE

Sitio: Hotel Petit Sierras (Pueyrredon 622 esq. Salta)

Días y Horarios de Cursado: Martes de 15 a 19 Hs.

Docente: Pérez Heredia Daniela del Carmen

Contacto: Lorena Zeug / Cel .3548 - 15417203







Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Aguirre Franco	37336970	0341 701035	francobj94@gmail.com
Aguirre Juan Pablo	34475165	03548 1582386	juampii.165@gmail.com
Alarcón Gonzalo Conrado	36002111	03548 631584	gonzaloconradoalarcon@hotmail.com
Díaz Roberto Sebastián	27316469	3548 15407043	
González Kevin Lautaro Alexander	40298210	03548 15506699	otiscdm@gmail.com
López Natalia Verónica	38339242	03548 15635765	nattylaturra_242@hotmail.com
Lousa Jazmín	38950993	03548 15416554	gaallecai@gmail.com
Montolla Nicolás Ezequiel	37373723	03548 15603268	nicomontypro@gmail.com
Sarmiento Lucas Nicolás	30535983	03548 15634358	lucaslagarza@gmail.com
Segurado Macarena	38394068	03548 15510367	sc.makkoo@outlook.com
Sosa Brian Fernando	38043559	03548 15573202	brianfsosa@gmail.com
González Lorena Cristina	21654340	03548 155431670	lore_gonz@yahoo.com.ar
Ortiz Facundo Manuel	36358637	03548 15630326	facu_mp@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

El primer día de clases los alumnos se presentaron y se observó que en la mayoría de los casos su ocupación es en restaurantes tanto en la cocina como en el comedor, a continuación se les entregó a los asistentes una consigna y se les propuso que plasmen en columnas lo que sabían, lo que se quería aprender y lo que finalmente sus expectativas de trabajo.

Como tópico inicial fue abordada la historia del restaurante, los tipos de restaurantes, las leyes y las personas que trabajan en establecimientos gastronómicos.

Luego se trabajó con la organización jerárquica y buenas prácticas de manufactura, alimentos tóxicos y los contaminados. sus consecuencias, la importancia de la higiene y la seguridad.

Se continuo con los elementos y materiales de trabajo, los asistentes aprendieron a fajinar platos, cubiertos y copas.

Fueron repasados los conceptos de mise en place, de cocina y de comedor, y se abordaron temas como el aseo diario y programado, reconociendo también cada uno de los elementos y materiales que se utilizan en el restaurant, la importancia de limpiar los petit menage.

Dentro de las siguientes tres clases se ejecutó la proyección de tres videos referidos al trabajo en equipo, los cuales fueron analizados y los estudiantes expresaron su respectiva opinión y realizaron un trabajo.



Se ejecutó la parte teórica en el marco de un ejercicio para evaluar las condiciones higiénicas del mismo y fueron proyectados videos acerca del montaje de las mesas.

Como ejercicios se dictaron menús y los alumnos practicaron poner la mesa, según el menú concertado o a la carta. Lo anterior fue evaluado en un examen, en él se hizo una actividad de repaso.

Se vio también el servicio y la atención al cliente y el servicio al cliente y los diferentes tipos.

A los participantes se los vio motivados y entusiasmados, con voluntad para aprender y para realizar las actividades. Varios mostraron interrogantes acerca de nuevos cursos en la respectiva localidad.



Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: ALMAFUERTE

Sitio: Centro de Comercio Industria Turismo y Servicios de Almafuerite

Días y Horarios de Cursado: Lunes y Jueves de 14 a 17Hs.

Docente: Ana Chacón

Contacto: Valeria Pettiti / valeripettiti@hotmail.com / 03571-473007 Dirección de Turismo



Asistentes:



Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Basualdo, Verónica	27,752,808	15,548,910	veronica.basualdo@outlook.com
Bobo, Mauro	26,528,916	15,558,987	herculesmo@hotmail.com
Boccolini, Patricia	36,776,304	15,608,241	patobocc_91@hotmail.com
Boleso, Vanina	40,752,530	15,604,219	vanni_013@hotmail.com
De la Vega, Jorge	38,250,813	15,413,782	
De la Vega, Lorena	29,961,927	15,610,265	
De la Vega, Noelia	35,239,725	15,610,265	
Dichiara, Marianela	36,480,164	15,639,797	mardh_13_91@hotmail.com
Escobar, María Soledad	26,203,269		solezzi@outlook.es
Ferreira, Rosa	14,220,811	470113	
Flores, Nicolás	38,019,409	15,327,385	nicolasflores703@gmail.com
Gasparini, Milena	39,072,942	415011	milegaspa995@gmail.com
Giachetta, Osvaldo	24,196,079	15,515,832	
Martinez, Miriam	35,832,258	15.61.7864	elu_martinez@hotmail.com
Negro, Claudia	22,770,717	15,310,473	noquieroanadie@gmail.com
Orellano, Rocio	38,751,448		
Polano, Pablo	33,202,019	15,597,433	pablodpolano@hotmail.com
Pucheta, Flavia	38,179,598	15,591,096	flaviadaniela@yahoo.com.ar
Pucheta, Luciana	38,987,988		lucianapucheta@yahoo.com
Riveros, Delia	31,990,488	15,527,813	deliarivero@hotmail.com
Rodríguez, Nicolás	38,019,448		snicoro@hotmail.com



Rodríguez, Paula	39,736,786	15,520,451	paulaarodriguez123@gmail.com
Rodríguez, Romina	37,427,740		rominaraf_@hotmail.com.ar
Sánchez, Mariana	31,267,714	15,552,830	marianasanchez@gmail.com
Serda, Ana	34,501,876	15,547,934	avs233@hotmail.com
Viuth, Mariano	31,149,937	15,548,212	marianosebastianviuth@hotmail.com

Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

El curso comenzó con la presentación general de los módulos a dictar: Organizar el espacio de trabajo preparando y acondicionando los recursos materiales, Atender al cliente en tiempo y forma aplicando reglas de cortesía, Vender los alimentos y bebidas considerando las necesidades de los clientes.

Se trabajó a partir de los mismos en un diagnóstico en el cual primeramente cada asistente se presentó y posteriormente comentó que entendía por los conceptos abordados.

Se realizó una puesta en común con las apreciaciones acerca de la atención al cliente en el rubro gastronómico en la región del valle de Calamuchita.

Las clases contaron con puestas magistrales y trabajos prácticos.

Los asistentes se mostraron motivados y con un gran interés se continuó su formación.



Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: ALTA GRACIA

Sitio: Centro de Comercio (Belisario Roldán 32)

Días y Horarios de Cursado: Martes y Jueves de 14 a 17 Hs.

Docente: Nadia Lacina

Contacto: Carolina Sierra / 0351 -152254989 /
csierra@centrodecomercioag.com.ar





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
OBREGON, FLAVIA	31.547.7 87	03547- 15575576	flavia.obregon@yahoo.com.ar
CASTRO FOX, MARIA VIRGINIA	39.734.5 51	425435	vircastrofox@hotmail.com
GUZMAN, RAUL	24.627.2 45	0351- 156753236	tutticalzonicordoba@gmail.com
AMUCHASTEGUI LAURA	32.080.3 49	03547- 15506963	lau_132@hotmail.com
FARFAN, GISELA ANDREA	31.087.0 54	03547- 15477006	//
PROCUPEZ, MELISA	35.470.7 63	03547- 15468471	meliaprocupez@gmail.com
OSORIO, FEDERICO	33.702.5 47	03547- 15669874	fede_fefis@hotmail.com
CARPIO, TAMARA DE LOS ANGELES	32.976.8 60	03547- 15651219	tayluly@hotmail.com
VECCHIO, MARIA VIRGINIA	31.843.1 15	03547- 15642400	sho_la_vir@hotmail.com
DON, GABRIELA	17.115.1 85	03547- 15463581	guccidon@hotmail.com
SANZ, FACUNDO	40.671.9 59	03547- 15520186	facundosanz@hotmail.com
CERUTTI, IGNACIO NICOLAS	39.734.4 39	03547- 157577544	//
HEREDIA, NICOLAS ALBERTO	39.543.2 33	426168	heredianicolas96@gmail.com
CAPRA, MERCEDES	37.165.3 12	03547- 15629796	mechi466@hotmail.com



SERRADEL, PAULA	37.630.8 55	03547- 15524878	tutticalzonicordoba@gmail.com
GIL, MAYRA ELIANA	35.085.5 17	03547- 15477865	tutticalzonicordoba@gmail.com
PEDERNERA, YAMILA ROXANA	38.839.0 46	03547- 1569461	tutticalzonicordoba@gmail.com
NIETO, MARIANA DEL CARMEN	26.350.3 00	423921	tutticalzonicordoba@gmail.com
CABRERA, MARIA CELESTE	29.476.9 17	03547- 157691751	tutticalzonicordoba@gmail.com



Reseña de las actividades llevadas a cabo - conclusiones

"El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico ofreció en Alta Gracia la capacitación para el perfil "Expendedor de Alimentos y Bebidas", con dos encuentros semanales, los martes y jueves, de 14 a 17 horas, en las cómodas instalaciones del Centro de Comercio, Industria y Turismo de Alta Gracia y sus sierras, sito en Belisario Roldán 33 de la ciudad del Tajar. El contenido curricular mínimo fue el común para todos las localidades en las que se dictó este perfil profesional, pero los temas se fueron abordando en orden diferente, ya que por el diagnóstico realizado el primer día de encuentro con el grupo, se consideró más apropiado reforzar desde un principio la temática de la calidad de los servicios turísticos.

El grupo fue más bien homogéneo en dos partes, ya que participaron personas que están desempeñando tareas en locales donde se expenden alimentos y bebidas, y jóvenes estudiantes de la carrera de Turismo de la Escuela Superior de Turismo José Fernando Ferrari de Alta Gracia.

Los encuentros se desarrollaron en base a los principios de la educación popular, considerando a los participantes con sus saberes previos, en un intercambio enriquecedor, con la guía de la currícula diseñada, y según las características y necesidades detectadas. Las clases fueron activas, de permanente diálogo entre la capacitadora y los miembros del grupo, poniendo énfasis en los bagajes de conocimientos que traían los alumnos, para que se compartan y pongan en común. Se invitó también a expertos en temáticas específicas como "higiene y seguridad" y "gestión de calidad", como así también un docente químico, con profundo conocimiento de "enología", ante la inquietud de los mismos miembros del grupo, interesados en conocer más sobre los vinos.

En los encuentros, hemos proyectado videos, hemos realizado juegos didácticos, como el "señala las diferencias" entre servicios de poca calidad y de excelencia, "role playing"



o dramatizaciones representando situaciones de trabajo, trabajos por equipos, en grupo e individuales, y trabajos orales y escritos. Se ha puesto énfasis en el recurso didáctico de las diapositivas considerando las nuevas aptitudes que presentaban los jóvenes, quienes se manejan mejor con el lenguaje audiovisual antes que el escrito. Es interesante cómo los participantes fueron analizando cada tema tratado durante las clases y relacionándolo con sus prácticas habituales, evaluando si éstas se adecuan o no a las recomendaciones que se ofrecen en este Programa de Formación y proponiéndole ponerlas en práctica de la mejor manera en el futuro. Se destaca la voluntad empresarial local de invitar a los empleados a realizar esta capacitación que se ofrece gratuitamente y por lo cual muchos de los participantes son compañeros de trabajo en locales donde se expenden alimentos y bebidas. Respecto de los jóvenes estudiantes de la carrera de Turismo, es destacable la actitud de sacar buen provecho de este programa, sumando así a los conocimientos que están adquiriendo a nivel académico en su formación profesional, saberes relacionados con la práctica de los servicios turísticos, y su gran vocación por el aprendizaje y la convicción de que se debe aprovechar esta etapa de formación para adquirir habilidades en diversos campos, para en el futuro poder elegir la profesión a la que se dedicarán. Una mención especial merece el personal y la conducción del Centro de Comercio, por ceder sus confortables y bien ubicadas instalaciones, con los medios tecnológicos a nuestra disposición y la cortesía de haber ofrecido durante todo el curso un coffee-break cada jornada.



CURSOS PILOTOS: INFORMANTE TURÍSTICO

Perfil **INFORMANTE TURÍSTICO**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y+ empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA

Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: MIRAMAR

Sitio: Ceder Miramar (Juan B Justo 138)



Días y Horarios de Cursado: Viernes de 18:30 a 22:30 Hs. y Sábados de 14 a 18 Hs.

Docente: Lic. Gabriela Peralta

Contacto: ceder_miramar@yahoo.com.ar / 03563-493933





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Bonvin Jorge Alberto	11950694	03492-15684289	jorgealberto_b1956@yahoo.com.ar
Cerutti Marina Edith	20078913	03563-15408603	marinacer_68@yahoo.com.ar
Fonti Daniel José	14383684	0351-157561691	danieljfonti@yahoo.com.ar
Gelsumino Adriana Soledad	24959156	03563-15494670	asg_cel@hotmail.com
Maidana Micaela	39324559	03563-15400425	
Mansilla Haydee Jorgelina	13257608	03563-15411514	haydee2341959@hotmail.com
Mazzola Maximiliano	39378771	03563-15669031	
Pons Nicolle	36928856	03563-15410057	nicol_92pons@hotmail.com
Rodas Pablo Carlos	21410409	03564-15675780	pablo_rodas@hotmail.com
Villavicencio Jorge	14063067	03563-152035478	jrillavicencio@gmail.com
Cuello Cecilia	17600155	03563-15407676	cecilia65@gmail.com
Chaves Ivana Roxana	27388919	03563-15401136	ivana_laflaqui@hotmail.com
López Marianella	37321728	03563-15404438	male_km658@hotmail.com



Reseña de las actividades llevadas a cabo - conclusiones:

Durante la primer clase se realizó la presentación del docente y los participantes indagando sobre las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus conocimientos previos y expectativas.

Se desarrollaron los conceptos vertidos en el Material. Por lo mismo, las actividades fueron centradas en conocer la Región de Ansenuza, por el hecho de vivir, trabajar y pertenecer a la misma y considerando que cualquier actor social, desde la función que desempeñe, en algún momento desempeña el rol de Informante Turístico.

Los días sábados se destinaron a recorrer los destinos, relevando los mismos, y documentando después los tipos de atractivos y en lo posible, la Planta Turística.

La actividad permitió generar vínculos y afianzar nexos entre Operadores Turísticos, autoridades y participantes.

Aún teniendo residencia en un lugar turístico como Miramar de Ansenuza, los asistentes no conocían algunos emprendimientos y atractivos del lugar.

En virtud de lo anterior, se destacó y visualizó potenciales productos turísticos para incluir a la oferta del destino, ampliando la misma y generando visibilidad de los mismos. Incluyendo nuevos actores sociales y operadores.

Se llegó a la conclusión que si no se conocen las localidades vecinas al destino, y sus atractivos difícilmente se pueda desarrollar el rol de Informante Turístico en una Región que busca insertarse y afianzarse en la oferta turística de la provincia de Córdoba.



Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: LA FALDA

Sitio: Hotel EDEN (Avenida Buenos Aires 293)

Días y Horarios de Cursado: Lunes, Miércoles y Viernes de 14 a 17 Hs.

Docente: Gabriela Beatriz Airaldo

Contacto: (03548) 423007 / 422005 info@turismolafalda.gob.ar







Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
ALEPUZ SERGIO ANDRÉS	30663938	0351- 152424593	alpeluzsergioandres@gmail.com
MARTIN HÉCTOR GASTÓN ABRAMO	27.673.453	03548- 566114	martin.abramo@gmail.com
ÁLVAREZ CARLOS DANIEL	13814492	03548-423258	alvarez_busto@hotmail.com
ANDREATTA ANDREA CAROLINA	24607862	03548-425872	andreandreatta@hotmail.com
BATAGLIERO KARINA ANDREA	22563192	3548600922	karinabatagliero@hotmail.com
BEDINO MAGADALENA	29303941	0351- 155486968	magdabedino@hotmail.com
BRAUDT INGRID	30663939	354815502222	ingrid.arq07@gmail.com
BUSTOS MONICA SUSANA	14577072	06548-423258	alvarez_busto@hotmail.com
CAPDEVILA MARCOS	35636521	354815562684	marcos.capdevilla@hotmail.com
DE PETRA GILBERTO	14246096	03548- 15615642	depetrag@yahoo.com
DOROÑUC MICAELA			
ESTIGARRIBIA LUISA	4295624	03548-504930	luisaestigarribia@hotmail.com
FALAFRINI HERNAN			
FERNÁNDEZ CRISTIAN	24670069	03548- 15402838	www.christian30@hotmail.com.ar
FIDANZA	37439901	03548-	florfidanza_5@hotmail.com



FLORENCIA		15590170	
FONTENLA ANGÉLICA	429801	0348-562510	luisaestigarribia@hotmail.com
FROSSASCO SUSANA	13823436	03548-425533	susydelcampo@hotmail.com
GÓMEZ MERCEDES RITA	13381210	03548-491452	mechi572014@gmail.com
GRIBAUDO FLORENCIA	38279885	03548- 15630023	florgribaudo@hotmail.com.ar
HALUSZKA CIBELS	35474283	03548-423849	cibels-14@hotmail.com
JORNET DIEGO	20784849	0351- 156092679	dijorn@hotmail.com
JOSÉ FELIPE SCIALFA	21454496	3548-594632	
MANSANI ARIEL	25902899	03548-5406462	guiasar@hotmail.com
MARTIN HÉCTOR GASTÓN	27673453	03548-452452	martinguix@yahoo.com.ar
MUÑOZ VERÓNICA	30605767	03548- 15582298	v_n_m8@hotmail.com
NEIRA PATRICIA	14059142	3548427019	danielgaetano@arnet.com.ar
NUÑEZ CLAUDIA MARCELA	21562408	03548-5414582	clau-marce-21@hotmail.com
OSINAGA MAGALÍ BELEN	30663933	03548-5533671	magaliosinaga@yahoo.com.ar
PANERO LUIS MARIA	13814474	03548-470413	luismpanero@gmail.com
PEREZ NATALIA	20098967	03548-5406198	nataliaperez777@outlook.com
QUIRNO MARÍA LUISA	5594832	03548-421457	quirno2000@gmail.com



RESTAGNO MAXIMILIANO	34977107	03548-421169	maxi_clo@hotmail.com
RIVADERO DIEGO SAMUEL	38019263	03548-470752	rivadero_diego94@hotmail.com
ROMERA GABRIEL	22663366	03548-588210	visula.multimedia@hotmail.com
TULIÁN FLORENCIA	35474281	03548- 15576810	flopy-t07@hotmail.com
VASALLO SILVIA	12588698	03548-421169	neblina_05yahoo.com.ar
VELARDE ROMINA	36131915	03548-422705	umaromina@hotmail.com.ar
VILLALBA MARIA ELENA	25534621	03548- 156311916	mariaelena276@gmail.com
VILLALBA SILVIA ANALIA	27471641	03548-423935	silviaportugues@gmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

Comenzó el curso de Informante Turístico, con un grupo muy interesante de personas, en la ciudad de la Falda utilizando para esto las instalaciones del Edén Hotel.

El grupo de personas fue muy heterogéneo, ya que entre ellos había profesores, nutricionistas, mucamas, taxistas, gestores sociales, artesanos , personas que iban desde los 20 años hasta los 88 años.

Todas estas características expuestas anteriormente resultaron ser un gran desafío por lo que se debió adaptar a las distintas realidades de conocimiento del grupo para lograr estar a la altura de las circunstancias y cumplir con las expectativas.

Se llevaron a cabo, clases muy participativas en donde se abordaron los temas correspondientes al programa y donde se recorrieron todas las regiones turísticas y sus áreas, los conceptos generales del turismo, la importancia de la comunicación, sus elementos, se realizaron trabajos prácticos en donde se solicitó a los alumnos elegir una localidad y describirla armando una ficha técnica de todo los recursos e información de la misma logrando excelentes trabajos.

Se concretó una salida práctica en donde se pusieron a prueba todos los conocimientos adquiridos y se recorrió La cumbre, Estancia El Rosario, El Peñón del Águila y Dique San Jerónimo, se colaboró entre todos los asistentes para poder concretar esa salida, con mucho interés y verdadero compromiso.

Como conclusión se logró en el grupo de personas los siguientes ítems

- Expresar con claridad lo que se siente, piensa o necesita, teniendo en cuenta al interlocutor.
- Capacidad para idear algo nuevo. Relacionar lo conocido de manera innovadora, lo que permite cuestionar hábitos, abandonar inercias y abordar la realidad de forma novedosa.



- Analizar experiencias e información, sacando conclusiones propias sobre la realidad.
- Capacidad para desarrollar estrategias y herramientas que permitan manejar los conflictos de forma creativa y flexible, identificando en ellos oportunidades de cambio y crecimiento personal y social.
- Actuar de manera proactiva para hacer que las -cosas sucedan



Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: VILLA RUMIPAL

Sitio: S.U.M. Municipal Almirante Brown 250 - Municipalidad de Villa Rumipal

Días y Horarios de Cursado: Lunes 13:30 a 17:30 y los Viernes de 14 a 18 Hs.

Docente: Juan Sebastián Pedernera

Contacto: Dirección de turismo: Tel.: +54 03546 498272 /
turismo@villarumipal.com





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Aguirre, María Virginia	36984861	(03546) 15455793	vickyaguirre_94@hotmail.com
Arce, Juan Ignacio	32768717	(0351) 152095799	juanarce@gmail.com
Caceres, María Alejandra			
Contreras, Kevin	36366673	(03546) 15408346	kevin_contreras@myldsmail.net
Florentin, Lorena	35239833	(03546) 15439623	lorenaterras_048@hotmail.com
Gallardo, Antonella			
Guzmán, Daniela	23253783	(03546) 15525732	mischiquitoslos7@outlook.com
Ilvek, Jorge Horacio	12338355	(03546) 15410172	jorgehilvek@yahoo.com.ar
Kranewitter, Andrea	23681640	(03546) 15450920	andrea.kranewitter@gmail.com
López, Pamela	36575363	(03571) 15636802	pame_lopez06@outlook.com
Paz, Marta Eva			
Pita Brizuela, Victoria			
Peralta, Alberto Aldo	10952119	(03546) 476099	albertoaperalta@hotmail.com



Pradon, Noemi Aydee	12943649	(03546) 476851	noemipradon2hotmail.com
Reynoso, Martina	39544502	(03546) 15457038	martireynoso10@hotmail.com
Romero, Andrea Ivana		(03584) 15402711	labrujidefederal@hotmail.com
Verge, Julieta Agostina	39105397	(03546) 15456227	july_verge_11@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

Se realizó una presentación en donde se dialogó y se comenzó a debatir acerca la definición del turismo, sus fortalezas y debilidades, se les preguntó a los asistentes las expectativas acerca del curso, a partir de ello se ejecutó un diagnóstico.

Se hizo una introducción al trabajo de un INFORMANTE TURÍSTICO; luego se desarrollaron productos turísticos de Córdoba junto a las localidades turísticas apoyándose en diversos recursos como investigaciones propias de los asistentes, mapas, videos y búsqueda en internet.

Se les realizó un pequeño test para poder relacionar productos turísticos con una localidad. Por último se propuso elaborar un relevamiento turístico con el fin de dejar un registro y una ayuda a la comunidad.

Los asistentes demostraron absoluto compromiso y predisposición en el curso.



CURSOS PILOTOS: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Perfil **INGLÉS** Aplicado al Turismo - **NIVEL 1**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y+ empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA



Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Sede: CÓRDOBA

Sitio: Sede ACAV Obispo Salguero 169 1º Piso, Oficinas N° 1 y 2

Días y Horarios de Cursado: Martes y Jueves de 18 a 21 Hs.

Docente: Einis Davila Eljadue

Contacto: 0351-4231643 / 424356 / eventos@acav.com.ar





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
ALBARRACIN GABRIELA	17385687	3517595882	gabriela@griffin.tur.ar
MOYANO ANDREA FABIANA	22374389	155299500	andrea@maguitur.net
AGUIAR RODRIGO	36355604	5.44E+16	raguiar92@hotmail.com
ASTUDILLO IVANA	26103007	5.44E+16	iviastudillo@yahoo.com.ar
BOURBOTTE ELSA LORENA	23412611	4512577	elsa_bour@hotmail.com
BRITO ANALIA	35388889		brito.analiaf@gmail.com
CEJAS WALTER EUGENIO	18217323	3543485476	wecejas@yahoo.com.ar
DE LOURDES TOLEDO NATALIA	30332421	3.51E+16	natyazul737@hotmail.com
DESTEFANIS MARINA	28980661	351 153893685	imaryd_81@hotmail.com
GAETAN ANDREA	25834507	4265225	andrea@alexandriaviajes.com
LANTIERI VERONICA	27361021	3515493636	vlantieri@gmail.com
LAURA GLAVE	23724188	156954176	laura@rollingtravel.com
LENCINA JULIETA	36784147	5.43E+16	julieta.lencina@hotmail.com
LOPEZ ROMINA	30101386	3544649398	rotfe26@hotmail.com



NIEVAS JULIETA CAROLINA	35182790	3.51E+16	caronieves99@gmail.com
OYOLA ROMINA VANESA	36480089	3571535183	romioyola_22@hotmail.com
PAREDES MARIO ALBERTO	32683939	3.51E+16	maritus86@hotmail.com
PAREDES VALERIA	27654361	3.55E+16	valeparedes@live.com.ar
PERESINI MARIANO	2754656		peresini.mariano@gmail.com
LESCANO PATRICIA	23440792		lescanopatry@gmail.com
PORCEL FLORENCIA	36745862		<u>porcelflores</u> @gmail.com
QUIROGA GONZALEZ MARIA GUADALUPE	37616430	157604411	<u>guadalupe.quiroga</u> @hotmail.com
ROSSI, MIGUEL			
SEGURA, ROMINA			
LUJAN, MAXIMILIANO			
PEREZ, ROMINA ANABEL			



Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Sede: CÓRDOBA

Sitio: Sede ACAV Obispo Salguero 169 1º Piso, Oficinas N° 1 y 2

Días y Horarios de Cursado: Lunes y Miércoles de 18 a 21 Hs.

Docente: Ana Victoria Sagripanti

Contacto: 0351-4231643 / 424356 / eventos@acav.com.a





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Martin María Beatriz	1429110 4	156361804	propuestasturismo@arnet.com.ar
Castillo Laura Noelia	2575621 5	4258228	fschwerkolt@ola.com.ar
Guardia Celina	2683694 0	152279638	cguardia@dopazoyravenna.tur.ar
De Miguel Johana	3268234 6	3512158892	yohana_018@hotmail.com
Jorgelina Ríos	2376382 2	152420302	jorgelina@asg-consultora.com.ar
Livio Matarazzi	1753283 8	156800310	livio@lomejor.tur.ar
Rossini Luisa Del Valle	1041752 3	5699999	lrossini@bmv.com.ar
Mclero Natalia		153001652	mcleronatalia@hotmail.com
Muñoz Miguel	1384649 3	03546 497433	miguel@elvallecito.com
Pilar Sánchez	3141402 0	156436193	
Ragona Paula	2754656 2	153410139	lcastillo@ola.com.ar
Rocio Torres			rotorres151@gmail.com
Silvia Gomes	1381976 0	156728200	
Viviane De Araujo Silva		3516653660	VIARAUJOS@HOTMAIL.COM



Taborda, Alejandra			
Cejas Medina, Matías E.			
Noriega, Pamela			
Gómez, Silvia			

Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Sede: CÓRDOBA

Sitio: Sede Cámara de turismo de Córdoba

Días y Horarios de Cursado: Lunes y Miércoles de 18 a 21

Docente: Einis Davila Eljadue

Contacto: 9 de Julio 37, 5000 Córdoba - Teléfono:0351 425-8550





Asistentes:

Apellido Y Nombre	DNI	Tel	Email
Pérez Sabrina	3646726 0	15255125 5	sapy_13@hotmail.com
Zapata Aime	3642119 9	15379230 8	aimezapata@hotmail.com
Rivelli Luciana	3683409 5	15374967 9	luriville@gmail.com
Leonardo González	2621119 9	15305243 5	leon1277@hotmail.com
Natacha Asen	2279580 7	15592670 2	assennatacha@hotmail.com
Fernando Albarracin	2222076 8	15590190 0	info@griffinviajes.com.ar
Funes Lastra María Alejandra	1436600 8	15510664 2	afunes@bmv.com.ar
Arraya Camila	3505474 8		operaciones4@dt- mayorista.com



Lisondo Valeria	3228197 4	0351 5690877	
Carolina Funes Robledo	2438554 8	15611558 3	carolfunesrobledo@hotmail.com
Insaurralde Pablo	3065845 0		
Daniel Cañete	2754293 5	15558559 9	danielcba27@gmail.com
Elisa Gabriela Luján	3125523 3	15600366 6	eligab7@hotmail.com

Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

En el marco de la capacitación “Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico”, la experiencia abordada en los cursos Pilotos de Inglés aplicados al turismo, llevada a cabo en la localidad de Córdoba tuvo como principal eje capacitar al sector en una herramienta clave para el Turismo como es el Idioma.

Por tal motivo y dada la demanda de formación latente en idioma es que se realizaron tres curso pilotos en la misma localidad.

La capacitación comenzó con una test diagnostico para evaluar el nivel de conocimiento del idioma en los asistentes.

En el transcurrir de las clases los asistentes adquirieron en clases teórica - practicas los conocimientos básicos para comunicarse en el marco de una secretaria de turismo.



CURSOS PILOTOS: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Perfil **ORGANIZADOR** de **FIESTAS** y **FESTIVALES REGIONALES**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y+ empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO | AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO Y FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CORDOBA | CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES | GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA



Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: EMBALSE

Sitio: Bar Confeitería el Capri, Calle Pistarini N ° 107

Días y Horarios de Cursado: Viernes de 15 a 19Hs.

Docente: Lic. Claudia Anabel Marin

Contacto: Carla Vittone -3571-487535/15530787





Asistentes:

Acevedo Anahi	30421314	3571493589	aeacevedo488@hotmail.com
Zicarelli Belen	35314114	3546422175	belen.zicarelli@gmail.com
Acosta Nilda	14114896	3571537881	poetiza_7@hotmail.com
Amuchastegui Juana	39326632	3546410603	juaniamuchastegui@gmail.com
Bettini Nicolás	36986353	3546400860	niko.bettini2014@gmail.com
Capacci Carolina.A.	34489317	3571320293	Caro_rosarina@live.com.ar
Carrique Laura Edith	26053798	3571562153	lauracarrique@yahoo.com
Cediva Deolinda	31479666	3571591991	deo_k85@hotmail.com
Cressa Valeria	31218139	3517598393	Vale_cressa@hotmail.com
Flores Eric	32986620	3571604759	cba_cbacba@hotmail.com
García Vanesa	27592296	3571601126	garcia_vanesam@hotmail.com
Georgina Martínez	34130051	3515481940	Georgina56@live.com.ar
López Gonzalo	35671755	3546401177	gonzalolopez91@hotmail.com
López María	29603446	3546510826	juaniamoschategui@gmail.com
Maldonado Aldana	39472600	3571327924	aldymaldonado235@gmail.com
Morales Maximiliano	34690775	3571513334	Chacfasdynamica523@outlook.com
Quinteros Muriel	39734960	3546418229	muryquinte_96@hotmail.com
Raccaro Stella	16575169	3546439463	stellaraccaro@hotmail.com
Ramírez Leonardo	32646884	3571598986	leonardo.ramirez01@hotmail.com
Ríos Analia	27642575	3546418704	analiaporlatarde@hotmail.com
Suarez Daiana	35642818	3546500384	daichucs@hotmail.com
Vélez Marina	35226692	3517071293	Cris_vnv@hotmail.com
Vélez Vanesa	29728986	3512447858	Cris_vnv@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

En el marco de la capacitación “Organizador de Ferias y Festivales Regionales”, llevada a cabo en la localidad de Embalse, 23 alumnos procedentes de Villa General Belgrano, La Cumbrecita, Yacanto, San Javier, Villa Rumipal, Ciudad de Córdoba, entre otros, participaron activamente del programa de formación.

Los asistentes al programa de capacitación, pertenecían al sector gastronómico, hotelero y turístico encontrándose en una buena situación de educación formal, si bien la mayoría tenía estudios terciarios, sólo una minoría realizó capacitaciones asociadas a la organización general de eventos.

La disposición a la capacitación fue excelente, tanto en la recepción de la información, el feed back en la comunicación, la interacción ante el desarrollo de trabajos prácticos y el interés por preguntar.

El diseño curricular de cada encuentro fue elaborado teniendo en cuenta los contenidos del material de estudio integrando temáticas educativas actuales con las exigidas en el ámbito empresarial del sector.

La misma se desarrolló en módulos complementarios e integradores que posibilita a los/las destinatarios adquirir capacidades específicas, consolidando una formación coherente con principios de calidad, de seguridad, toma de decisiones, iniciativa, adaptación a los cambios permanentes y trabajo en equipo eficiente.

Metodología

Las actividades de trabajo fueron grupales y de confrontación de ideas, como así también las formas y estrategias utilizadas para resolver las situaciones propuestas por parte los asistentes en cuanto a sus actividades en el ámbito de su trabajo.



La vinculación teoría práctica se desarrolló mediante clases demostrativas y apoyo audiovisual (presentación PowerPoint, videos, planillas, casos reales, trabajos prácticos, etc.).

Organización operativa de la capacitación

- Convocatoria al curso: Muy buena.
- Respecto al recibo, la atención, disposición y trato para con el capacitador fue excelente.
- El lugar donde se efectúa la capacitación fue adecuado.



Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: VILLA DE LAS ROSAS

Sitio: Salón de La Posta de Informes Turísticos - Salón Cultural en frente de Plaza principal

Días y Horarios de Cursado: Lunes, Miércoles y Viernes 14 a 17 Hs.

Docente: Lic. Pamela Alaniz

Contacto: pamelaalaniz@hotmail.com / 03544 - 15512359





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Molina José	37875994	3544516655	jose_molina-jmeventos@hotmail.com
Altamirano Analía	27637464	3544561656	
Tarditti Alica	27543056	3513436780	jose_molina-jmeventos@hotmail.com
Carretero Maricel	22072591	3544468838	Marita_vale@hotmail.com
Pacheco Nahir	40574596	3544626922	renzo.matiasolmedo@gmail.com
Zoppi Elsa	13228398	3544 15614684	nahir.pacheco@hotmail.com
Pizarro Elba	17912816	3544622359	shalejet40@yahoo.com.ar
Valero Beatriz	20082398	3544625219	cele368@hotmail.com
Moreira Mónica	13191690	3544569590	
Olmedo Renzo	36917682	3544 15583518	beavalero.46@hotmail.com
Suarez Celeste	38279214	3544 15636936	elsazoppi@hotmail.com
Julieta Recalde	33371818	3544 560232	julietarecalde89@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

En relación con el curso de organización de fiestas y festividades el curso se desarrolló de acuerdo a lo planificado para los módulos del curso, se implementó la proyección de PowerPoint en cada unidad del módulo.

En primer lugar se realizó una definición de organización de eventos , clasificaciones según alcance, naturaleza , públicos o privados. Luego la planificación en diferentes etapas desde la organización a la realización con ejemplos de eventos de diferentes dimensiones. Desde casamientos a congresos.

Se abordaron temas como ceremonial, protocolo y orden de precedencia. Además se agregó un módulo de relaciones públicas e imagen y presupuestos y costos.

La devolución por parte de los asistentes fue una notable conciencia de la inmensidad de la organización de eventos, de todo aquello que abarca y la amplia salida laboral que posee.



Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: VILLA CARLOS PAZ

Sitio: Asociación Hotelera Gastronómica de Villa Carlos Paz

Días y Horarios de Cursado: Lunes y Jueves de 8 a 10 Hs.

Docente: Gabriela Taborda

Contacto: Angie - 03541 422439



Asistentes:



Alegre	Sandra	2074537 7	3416496088	beraca14@hotmail.com
Arce	Silvina Mariana	1861465 9	35481543164 3	chocoslaten@outlook.com
Brandt	Zulma Juana	1404170 4	3541642323	sulmabrandt@gmail.com
Cretari	Claudio Adrian	1610374 6	35411555915 0	luzmarinauzal@yahoo.com
Domínguez Uría	Gabriela Daiana	3761653 8	153862142	gaby_nadena@hotmail.com
Farías	Alexis	3612020 2	35411566336 5	insuerance@hotmail.es
Farkas	Nadine Ailen	3498029 9	35411555602 6	nadinefarkas@gmail.com
Fernández	Sofía	3954499 6	35411563956 0	sofy9_16@hotmail.com
Funes	Magdalena	3444571 82	35411563637 1	magafus@hotmail.com
Garrido Rodas	Geraldine	3968913 2	3516482160	ggarridorodas@gmail.com
Gaute	Micaela Soledad	4100224 2	3512478277	miqqigaute@hotmail.com
Glassman	Carina	2708899 9	3541650615	carina.glassman@gmail.com
González	Julieta	3949930 1	35411536051	ju_0805@live.com
Hernández	Gabriela	2681423 5	3513052133	gabycandellero@gmail.com
Maldonado	Cindy Alexia	3942323	3541648305	cindii_739@hotmail.com



		5		
Marcuzzi	Vanina	3359905 1	3513470929	day_vanna_09@hotmail.com
Nakagama	Eri	9468785 6	35115684838 2	chelaminina@hotmail.com
Pérez	María Cristina	3330328 1	3513727664	cris_pety@hotmail.com
Piqueras	Germán Nicolás	3942328 8	35411537296 0	xeneizes_96@hotmail.com
Pivatto	Carlos Alberto	1755511 3	3541680450	carlospivatto@hotmail.com
Pollo	Guillermo Horacio	1624636 4	35411562266 0	guillermohoraciopollo@gmail.com
Pulitta	María Guadalupe	2925136 0	3513140813	odmguadalupepulitta@gmail.com
Rodríguez	Jimena Carhue	3320083 3	3512095550	jime_carhue@outlook.com
Rojas	Mariela	2546921 4	430544	mariro20@yahoo.com.ar
Rossa	Raúl Armando	1603466 1	35115384207 1	raulrossa@live.com.ar
Sittoni	Leandro Pablo	4010784 9	3515160881	leansittoni@gmail.com
Soria	Andrea Beatriz	2988734 4	3541686838	andi.1904@hotmail.com
Sosa	Micaela	3973709 6	3541405713	micasosa07@gmail.com
Toniolo	María Eugenia	2940135 6	3516203109	tonioloeuge@hotmail.com
Trejo Jiménez	Nadia	3552221	35411552831	nadi_0809@hotmail.com



		9	9	
Urciuolo	Mikaela	4010965		mikaelaurciuolo@hotmail.co
Villafañe	Soledad	4	4583544	m
Valverdi	Gabriela	2382730	3541563280	gvv_57@hotmail.com



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

El curso comenzó con una presentación de la capacitadora, la presentación de los alumnos: Nombre, edad, actividad actual, experiencia en el rubro, expectativas.

Lugar de residencia y fiesta / festival que se desarrolla en la localidad o zona.

Presentación del Programa; Objetivos a cumplir; Habilidades a desarrollar;

Diagnóstico para conocer el nivel del grupo; Conceptos y diferencias sobre Ferias, Fiestas y Festivales. Interacción con alumnos ejemplificando con casos locales y experiencias de cada uno.; Mapa de Fiestas, Festivales de Argentina

Conto con la posibilidad de asistir a King David Hotel a la disertación sobre “Claves para conseguir patrocinadores para tu evento - Sponsoreo y Diferenciación” organizado por Córdoba Convention & Visitor Bureau junto a la Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional. Disertante: Andrea Ravich – Joint Group.

Se analizó los Retos a Desafiar por el Organizador de Eventos y algunas pautas de cómo lograr cada uno; Análisis de la Norma IRAM SECTUR 42900:2009; Análisis de Gestión de los RRHH en la Organización de Fiestas y Festivales – Organigrama.

Realizaron una investigación sobre la fiesta / feria / festival de tu localidad o zona cercana; Fecha de realización y organización; Conformación del Comité Organizador (CO)(Organigrama). Cómo eligen al CO; Sponsors: Difusión / Alcance

El grupo fue heterogéneo con personas de más de 40 años y otro grupo más numeroso de veinteañeros que cursan alguna carrera afín al Turismo. Muy entusiastas y participativos todos.

Participaron asistentes de las localidades de Punilla: Villa Carlos Paz, Casquín, San Antonio de Arredondo, Maju Sumaj.



CURSOS PILOTOS: RECEPCIONISTA

Perfil **RECEPCIONISTA**

PROGRAMA DE FORMACIÓN
POR **CAPACIDADES Y SABERES**
EN EL SECTOR TURÍSTICO

f t y empleocba

AGENCIA CORDOBA TURISMO

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL EMPLEO FORMACIÓN PROFESIONAL GOBIERNO DE CÓRDOBA

CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES

GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CÓRDOBA



Curso: RECEPCIONISTA

Sede: MIRAMAR

Sitio: Ceder Miramar (Juan B Justo 138)

Días y Horarios de Cursado: Viernes de 14 a 18 Hs. y Sábados de 8 a 12 Hs.

Docente: Gabriela Peralta

Contacto: ceder_miramar@yahoo.com.ar / 03563-493933





Asistentes:

ALBERTENGO Jesica Anahí	37322009	03563- 15408417	jesicaalbertengo@hotmail.com
ALMADA Silvia Yolanda	20978936	03563- 15411837	
ARMESTO Macarena	36120901	03563- 15430115	maki_3692@hotmail.com
BERSANO Julieta	36111097	03563- 15408996	juliiberssano@gmail.com
BRAVO Rocio	34684986	03563- 15494156	
CERESA GIRONI Estefanía	26085190	03563- 15402211	clararosa30@live.com.ar
CÓRDOBA Gisel Ayelén	38110597	03564- 15574019	gisel.cordoba@hotmail.com
DOMINGUEZ Mónica Alejandra	17600162	03563- 15408878	
GOMEZ Yessica Eliana	39025389	03564- 15562593	
GOYENECHEA Jorgelina	37125696	03563- 15409918	goye_15@hotmail.com
LAGLAIVE Ayelén	36928894	03563- 15403937	cielocream@gmail.com
LEHTINEN Natalia Soledad	35081874	03563- 15414034	
MUNIGHINI Florencia	35081889	03563- 15491796	flormunighini@hotmail.com
OBERTO Florencia	37628124	03563- 15409004	obertoflo63@gmail.com
ORONÁ María	38002045	03563-	jennifer_francisco_f@gmail.



Jennifer		15407606	com
PONS Nicolle	36928856	03563- 15410057	nicol_92pons@hotmail.com
QUERAL Soraya Araceli	37628102	03563- 15412244	sory_94_5@hotmail.com
SCHLEMMER Natalia Verónica	27224992	03563- 15493731	
SCIENZA Carla	36111095	03563- 15408498	carla_92_7@hotmail.com
SEGOVIA Diana Alejandra	36388550	03563- 15494669	
SILVA Alejandra Macarena	38310398	03563- 15401234	macasilva84@gmail.com
TEILER Cintia Soledad	28104674	03564- 15647415	cintia_s_t@live.com.ar

Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones:

Las clases iniciaron en la sede del CEDER de Miramar de Ansenusa.

Se realizó la presentación del docente y los participantes indagando sobre las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus conocimientos previos y expectativas.

Se desarrollaron los conceptos de los módulos, con la realización de actividades prácticas y proyección de videos alegóricos.

Se visitaron establecimientos hoteleros del destino a fin de conocer sus estructura, tipología, servicios, etc.; teniendo en cuenta los conocimientos adquiridos.

De acuerdo a los conceptos vertidos se llegó a las siguientes conclusiones:



No se encontró en muchos de los establecimientos hoteleros, organigrama de funciones como el que se ha propuesto, ya que diversas responsabilidades se fusionan en una o dos personas, principalmente en los propietarios (en su mayoría familia) o quien desempeña el rol de recepcionista.

El sistema de registro que llevan los hoteles de la región es de tipo manual, ya que se sienten cómodos y seguros con el mismo. No obstante, se consideró que la vorágine de la actividad les demandará sofisticar el registro de las operaciones. Se trabajó en las ventajas y desventajas de uno y otro con videos.

Algunos de los establecimientos hoteleros expresan la demanda de turistas de nivel medio –alto, por lo que están trabajando en la incorporación de nuevos servicios al turista.

Otros están comenzando a definir su perfil del turista y en base al mismo y a las experiencias adquiridas, están desarrollando normativas y dándolo a conocer en diversos soportes y formas a sus huéspedes.

Se analizaron las diversas estrategias de los operadores turísticos cuando reciben a sus huéspedes, servicios que ofrecen, historia de la empresa, perfil del turista, normativas, etc.

A través de la exposición de diversas situaciones se llegó a la conclusión que cualquier persona, desde la función que desempeña es vital a la hora de recibir al turista, ya que “No hay segunda oportunidad para causar una buena impresión”.



Curso: RECEPCIONISTA

Sede: TANTI

Sitio: Complejo El Alto Ruta 28 y Av. San Martín

Días y Horarios de Cursado: Lunes, Miércoles y Viernes de 14 a 17Hs.

Docente: María del Valle Durán

Contacto: Dirección de Turismo Salta y Ruta 28 - Tel: 49-8294





Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Acevedo, Carina Elizabeth	3543667 1	03541- 15622045	acevedocarielizabeth@gmail.com
Aguirre, Silvia Mariela	2289373 4	03541- 15238462	
Boulchouk, Alexa Eliana	3448184 3	03541- 15386838	
Britos, Narella Rosa	3982623 3	03541- 15674370	caros_26@hotmail.com
Colman, Yamile	3954550 5	03541- 15523864	
Correa, Yessica	3567289 1	03541- 15210555	narebritos@gmail.com
Domínguez, Juan Manuel	3399943 5	03541- 15235591	juanserrana88@gmail.com
Ferrara, Matías	3872615 0	03541- 15525092	yessycba@gmail.com
Ferreyra Guadalupe	4024794 2	0351-15619720	juanserrana88@gmail.com
Galán, Sofía	3588237 8	03541- 15382904	matiasferrara18@hotmail.com
García, Lourdes	2947331 4	03541- 15622541	guadadinaso@hotmail.com
Ghio Patricia	1214777 2	03541- 15575687	sofiagalan_at@hotmail.com
Gimeno, María Luz	1629363 4	0351- 152177961	mylullaby1982@hotmail.com
Goicochea Elisa		03541-	marialuzgt@hotmail.com



		15629260	
Jaime, Martín Joel	3881887 5	03541- 15634449	matinjaime575@yahoo.com.ar
López, María José	2541524 0	03541- 15646916	marylopez2476@hotmail.com
Marcolini, Antonella	4132274 9	03541- 15596410	<u>marylopez2476@hotmail.com</u>
Moreno, Mariquena	3588240 6	03541- 15527524	makee93@yahoo.es
Murga, Mayo Carmen	9312711 5	03541- 15679153	<u>fer.maria20@yahoo.com.ar</u>
Ríos, Berta Zulema	2629634 6	03541- 15233026	<u>coloyueb@hotmail.com</u>
Romero, María Laura	2965653 6	03541- 15216245	<u>tumusicateen@gmail.com</u>
Vexenat, Miriam (Lichi)	1601084 5	0351- 152906766	



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

El primer tema se desarrolló por medio de dictado de contenidos, explicación verbal del mismo, y finalmente realización de un trabajo práctico, para la participación de modo vivencial de los conocimientos transmitidos y su asimilación.

Los alumnos debatieron en grupo y fueron plasmados en pizarra. Estos trabajos prácticos fueron entregados valorando el trabajo en grupo y el interés de cada uno de ellos.

Se realizó un examen diagnóstico a carpeta cerrada de todos los temas vistos, donde la calificación fue en porcentaje para afianzar temas que aún no estaban consolidados en el grupo.

Se visitó al Hotel Las Lajas y se tuvo la oportunidad de dialogar con un recepcionista con años de experiencia, donde la misión fue relevar el sistema informático en uso del establecimiento. Estas actividades fueron muy motivadoras para el grupo

El temario estuvo integrado por:

Establecimientos donde puede trabajar el/la Recepcionista

Rol de el/la Recepcionista: Importancia

Perfil de el/la Recepcionista: Características y atributos

Organigrama funcional de un Hotel

Relaciones entre las áreas

Características favorables y desfavorables en los recepcionistas

Organigrama: Departamento de Recepción

Funciones del recepcionista en su puesto de trabajo

Trabajo Práctico (TP)

Relaciones del recepcionista externamente



Funciones del Recepcionista: realización de Check in: Datos de ficha de pasajeros, datos en el libro de pasajeros o policial. Durante la estadía del pasajero. Manejo de cuentas. Check out.

Codificación: Tipos de camas. Tipos de habitaciones. Tipos de tarifas.

Codificación: según la ubicación de las habitaciones

Planes de alojamiento

Tipos de Hoteles

Diálogo recepcionista huésped

Sistema de reservas: anatomía de una reserva, datos de una reserva, tipos de reservas, objetivos que debe satisfacer el sistema de reservas.

Libro de quejas: inspección, manejo de las quejas, cómo reaccionar ante las quejas.

Referencias e indicaciones: cómo leer un mapa, cómo ubicar una calle, cómo dar referencias.

Todo lo que debe tener en cuenta y saber el recepcionista para brindar una información completa al huésped

Sistemas informáticos para hotelería: tipos, beneficios.

Pantallas: reservas, registros, listing room, facturación.

Cambio de turno y libro de novedades.

Cuadro de relación entre las áreas (en profundidad) Recepción con las distintas áreas y viceversa.

Diferencia del Libro de registro y ficha de registro de pasajeros

TP

Examen diagnóstico completo de los temas vistos hasta el momento. Finalizado, charla acerca de dudas.

Apertura de cuentas

Reservas: cotejo de datos.

Asignación de habitaciones.

TP completo: registrar una reserva de grupo, organización para su llegada, listing pax, check in del grupo y asignación de habitaciones, consumos de servicios, check out. Servicio de eventos y su posible facturación.



Finalización y aclaración de dudas del Trabajo Práctico. Debate en grupos. Entrega.

Administración: fondo fijo, tarjeta de débito y crédito, cuenta bancaria.

TP

Resolución de problemas. TP

Diferencia entre los datos de una reserva y la ficha de registración de huésped.

Normas de cortesía. Importancia.

TP de procedimiento de atención al huésped

Glosario

Canales de comercialización de un hotel

Misión y funciones del jefe de recepción

Misión y funciones del recepcionista

TP

Planificación de actividades del día según recursos disponibles.

Resolución de problema. Áreas intervinientes.

Cambios de turno.

Información que debe ir en el libro de novedades

TP

Cuestionario para la visita al Hotel.

Visita al HOTEL "LAS LAJAS 4*" de Villa Carlos Paz

Breve reseña histórica del hotel. Manera de trabajar en la práctica real, cuestionario para el recepcionista de turno, sistema que se usa (manual o informático), procedimientos de trabajo a la llegada del huésped, problemas más comunes, etc.

Recorrida por los tipos de habitaciones, bar, salón de fiestas y eventos, piscina climatizada, solárium y piscina externa.



Curso: RECEPCIONISTA

Sede: Achiras

Sitio: Casa de la Cultura Sarmiento 108

Días y Horarios de Cursado: Lunes y Viernes 13:00 a 15:30Hs.

Docente: Rocío Zappegno

Contacto: Gonzalo Ponce 0358 - 154281033



Asistentes:

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
-------------------	-----	-----	-------



Arias Natera, María Macarena	30771262		
Baldomir, Cecilia Romina	35765750		
Burri, Pamela Anahi	33446340		
Chacoma, Lidia Mónica	22769518		
Coria Legman, Sabrina Atonella	30885243		
Cruseño, Ivana Vanesa	32705557		
Cuello, Cristina			
De Vecchio, Fernanda	24223348		
Escudero, Claudia Gabriela	35106107		
Ferrero, Naire de las Mercedes	31405478		
Gatica, Rita Soledad	32933077		
Lagos, Daniela	28388604		
Mattioli, Felicitas Graciela	10130640		
Mora, Miriam	16079198		
Morardo, Nicolás	31405459		
Kweck, Gloria Ivana	27674026		
Reich, Elena Norma			
Reich, Norma Margarita	6062703		
Renihart, Lorena Soledad	28579669		
Correa, Joel			



Reseña actividades llevadas a cabo - Conclusiones

Módulo 1: Concepto, rol, funciones y características de un recepcionista, lugares en donde puede encontrarse un recepcionista, diferencias entre los recepcionistas de distintos turnos en alojamiento, organigrama de un hotel y tips para tratar con los clientes (formas en las que el recepcionista debe dirigirse ante el público).

Módulo 2: Funcionamiento interno de recepción, materiales que se utilizan, procesos que se llevan a cabo, sistemas de gestión que se utilizan (manual e informático), sistemas y procesos de reservas, información necesaria para realizar la reserva e información a brindar al huésped.

Características de check in y check out, conocimientos del lenguaje técnico hotelero y su significado.

Ley hotelera, teniendo en cuenta la clasificación de tipos de alojamientos y la clasificación por estrellas.

Módulo 3: Departamento de venta, tipos de ventas, registración de las ventas.

La comunicación, características en los diversos medios de comunicación (correos electrónicos, orales), tipos de comunicación (ascendente, descendente, horizontal).

Huéspedes, que es un huésped, tipos de huéspedes.

Módulo 4: Actividad económica, tipo de actividad económica (primario, secundario, terciario), función de las empresas con respecto a la actividad económica. Formas de pago, procesos contables, diferenciación entre ingresos y egresos, conocimiento de ganancias, fondo fijo, significado de caja chica y fondo fijo, caja chica fondo variable, cierre administrativo.

Módulo 5: Normas de cortesía, reglas de cortesía, ejemplos de cortesía, expresiones lingüísticas.



¿Qué es un reglamento?, identificación de los distintos tipos de clientes (difícil, impaciente, amigable, tímido, minucioso, impulsivo, sabelotodo).

Cada uno de los módulos fue evaluado a través de trabajos práctico escritos y en algunos casos con representación oral.

Todas las clases se llevaron a cabo distintas actividades prácticas y ejemplificaciones orales con respecto a los temas abordados.

Los alumnos han mostrado a través del cursado interés por diversos temas y entusiastas.

La totalidad del grupo fue de 20 personas, muy pocas se dedican a la actividad turística, pero cada uno de los temas abordados fueron llevado a la práctica en las diversas áreas comerciales.



TAREA 9

JORNADAS DE ASESORAMIENTO EN INSERCIÓN LABORAL

OBJETIVO DE LA TAREA

Asesorar a los asistentes de los cursos en la preparación de su CV, entrevista y métodos de búsqueda laboral.



Jornadas de asesoramiento en Inserción laboral

Estudios vinculados a la calidad de servicios en los centros turísticos destacan que los recursos humanos constituyen el principal elemento para el desarrollo del sector turístico y el desarrollo sostenible de los destinos turísticos. Por tal motivo capacitar a los asistentes de este programa sobre técnicas de armado de Curriculum Vitae, formas de entrevistas personales, canales de oferta laboral resultó de vital importancia. Las mismas fueron destinadas a prestar apoyo de orientación y asesoramiento vinculada a la inserción y el mercado laboral.

Para el cumplimiento de esta tarea se llevó a cabo en el cierre de cada Curso Piloto una jornada basada en el siguiente material:

<http://empleo.cba.gov.ar/publicaciones/guia-laboral/>

Los temas abordados fueron:

- Proyecto ocupacional
- Mercado laboral
- Herramientas para darse a conocer
- CV y carta de presentación
- Proceso de Selección
- Entrevista Laboral

El dictado estuvo a cargo del área de intermediación laboral de la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional.

Se incluye la nómina de participantes de cada jornada brindada, con datos de filiación, identidad, teléfono, e-mail.



Asistentes:

Curso: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

Sede: MIRAMAR

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Amaya Gabriela Alejandra	23252301	03563-493182	gabyamaya32@hotmail.com. ar
Bayomza Eliana	32647119	035675- 15487389	bayomza@hotmail.com
Bono Marcela Paola	31831944	03563- 15402795	marcebono_28@hotmail.com
Bravo Rocío Del Valle	34684986	03563-494156	
Castellino Gisela Soledad	36928871	3563- 15403528	
Castellino Ovidio Esteban	8107981	03563- 15563690	complejolayema@hotmail.co m
Chiotasso Celia Del Valle	37628135	03563- 15412914	
Contrera Maricel Deolinda	24844532	03563-413006	
Domínguez María Natalia	27174867	03563- 15410288	natydominguez02@gmail.co m
Dopazo Diamela	37107291	03563- 15412080	diametd_12@hotmail.com
Gelsumino Adriana Soledad	24959156	03563-494670	asg_cel@hotmail.com
Herrera Ricardo Omar	13567793	03563- 15494393	herreraricardoomar@gmail.c om
López Nuria Itati	28392668	03563- 15494921	buenosmomentos_miramar @hotmail.com



Mansilla Haydee Jorgelina	13257608	03563- 15411514	haydee2341959@gmail.com
Mercado Sonia Del Carmen	18535941	03563- 15400266	sonia_m_77@hotmail.com
Morales Claudia Marcela	20322844	03563- 15401256	claudia_morales68@hotmail.com
Oberto Florencia	37628124	03563- 15409004	obertoflo63@gmail.com
Piumetti Natalia Soledad	29349582	03563- 15410562	andrea.peironel@hotmail.com
Romero Lorena Alejandra	32970862	03563- 15402938	lore--romero@hotmail.com
Rubiolo Gabriela	38882723	03564- 15566901	gabi-r95@hotmail.com

Curso: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

Sede: RÍO CUARTO

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Acosta Beatriz Miriam	12659936	0358- 154303265	mbacosta@hotmail.com
Bonacci Georgina	28173774	0358- 156001031	geoginabonacci@hotmail.it
Bruna Claudia Susana	18058681	0358- 154260144	c.bruna11@gmail.com
Buelink Patricia	22491573	0358- 154837073	patobuelink@hotmail.com
Busto Cynthia	39405078	0358- 154184662	cynthiabusto_96@hotmail.com



Celli María Belen	37490632	0358- 154111632	beli14_9@hotmail.com
Mercau Natalia	30029560	0358- 154242333	natolm_83@hotmail.com
Miranda Mayco	38730692	0358- 154836011	maycom4a1@gmail.com
Muñoz Lorena	29347588	0358- 154832209	lorecom@gmail.com
Pedemonte Jennifer Denise	34371601	0358- 154123695	jenniferfotos@hotmail.com.ar
Rivas Mailén Agustina	40204382	0358- 154166661	ruth-66@hotmail.com
Romero Marcia Arabela	33695240	0383- 154321120	marchu_lapuerta@hotmail.com
Rosso Alicia	13955542	0358- 154902751	markalipso@gmail.com
Santa Cruz Sandra	14624485	0358- 154120466	turismo@riocuarto.gov.ar
Soria Julia Irene	16650685	0358- 154836011	irene_soria1@hotmail.com
Torres Gisela Noemi	31894109	0358- 155133259	giselatorres@live.com.ar

Curso: TIC'S APLICADAS AL TURISMO

Sede: RÍO CEBALLOS

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Lucarelli Nancy Adriana	14478543	3543455063	<u>nancylucarelli@hotmail.com</u>



Actis Piazza Melisa	33776011	354315543900	mel_actispiazza28@hotmail.com
Chávez Fernanda Paola	26178234	354315300246	chavez fernanda@hotmail.com
Pérez Federico	23009403	4670935	fede_perez26@hotmail.com

Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: VILLA DOLORES

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Altamirano Analia	27633464	3544 15561656	
Altamirano Octavio	29456277		octavio456277@gmail.com
Andrada Janina	38338911	3544 629214	janina.andrada@hotmail.com
Carretero Maricel	22072591	3544 15468838	
Elsa Zoppi	13228398	3544 614684	elsazoppi@hotmail.com
Gallardo Gisela	32979773	3544 15406649	gisela.gallardo@hotmail.com
Granade Martina	30401260	3544 15516814	martinagranade@hotmail.com
Jesica Barrabes	39825658	3544 424230	yesi_barrabes@outlook.com
Lujan Elizabeth	37125579	3544 15590594	eliilujan1@gmail.com
Molina José	37875994	3544 516655	jose_molina_jmeventos@hotmail.com
Murua Micaela	37616470	3544 15436201	mica_cmos@hotmail.com
Olmedo Renzo	36917682	3544 15583518	renzo.matiasolmedo@gmail.com
Oviedo Florencia	34234463		mflorenciaoviedo@gmail.com
Pacheco Nahir	40574596	3544 626922	nahir.pacheco@hotmail.com
Recalde Julieta	33371818	3544 15560232	julietarecalde89@hotmail.com



Romero Lucas	39170937	3544 597585	lucasezeromero@hotmail.com
Sánchez Karen	40248703	3544 15617176	
Senesi Mercedes	14821611	3544 422607	mersenesi@hotmail.com
Suarez Celeste	38279214	3544 15636936	cele368@hotmail.com
Tarditti Alicia	27543056	3513436780	ali217833@gmail.com
Valero Beatriz	20082398	3544 15625219	beavalero46@gmail.com

Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: RÍO CUARTO

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Bruna Claudia Susana	18058681	0358-154260144	c.bruna11@gmail.com
Buelink Patricia	22491573	0358-154837073	patobuelink@hotmail.com
Mercau Natalia	30029560	0358-154242333	natolm_83@hotmail.com
Miranda Mayco	38730692	0358-154836011	maycom4a1@gmail.com
Muñoz Lorena	29347588	0358-154832209	lorecom@gmail.com
Petenatti Elizabeth	35472946	0358-156009472	lizyito_213@hotmail.com
Romero Marcia Arabela	33695240	0383-154321120	marchu_lapuerta@hotmail.com
Rosso Alicia	13955542	0358-154902751	markalipso@gmail.com
Soria Julia Irene	16650685	0358-154836011	irene_soria1@hotmail.com
Torres Gisela Noemi	31894109	0358-155133259	giselatorres@live.com.ar
Velázquez Silvina Mariela	34273809	0358-154178940	silvinavelazquez09@gmail.com



Curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Sede: RÍO CEBALLOS

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Olmedo Marta	14893440	03543-15621310	martita25olmedo@hotmail.com
Ríos Susana Giselle	32802818	0351-152461477	pupy16606@hotmail.com
Tanon Matías Javier	30843025	0351-153645266	matias.j.t@hotmail.com

Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: RÍO CEBALLOS

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Domínguez Fiamma Evangelina	36610547	354415544974	dominguezfiamma@gmail.com
Lombi Antonella	38501406	3584287540	antonella.lombi@gmail.com
Domínguez Uria Gabriela Daiana	37616538	153862142	susyuria@hotmail.com
Redondo Marina Redondo	28708312	3515909460	mariredondo@yahoo.com.ar

Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: VILLA GENERAL BELGRANO

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Callari Martin	3505902	03546-	martinc_1990@hotmail.c



	0	15482673	om
Callari, Diego	2279597 1	03546- 15431046	diego@champaquiadventure.com
García Garay Pablo	3021014 9	03546- 15430539	garciagaraypablo@gmail.com

Curso: ANIMACIÓN Y RECREACIÓN

Sede: CÓRDOBA

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Castro, Pablo	30.121.644	351- 3466470	prof.pablocastro@yahoo.com.ar
Cayo, Claudia	24.703.807	351- 5919268	jandy53@hotmail.com
Conti, Luciana	33.602.948	3537- 658410	lucianabconti@hotmail.com
Jaimes Gatti Tania	34.189.651	351- 6721588	taty_jaimes@hotmail.com
Mantese, Estefanía	32.803.706	351- 3649093	estefa_mantese@hotmail.com
Malbrán, María José	38.987.780	351- 2020240	eucla_07@hotmail.com
Loza, Pamela	33.602.897	3537- 517847	pameloza_08@hotmail.com
Gómez, Natalia	38.409.530	351- 5734996	tp_natii@hotmail.com
Coronel, Noelia Soledad	32.203.798	351- 6846074	noe_coro@hotmail.com
Gallardo, Daniel	29.165.618	351-	daniel_ld99@hotmail.com



Sabater, Gustavo	31.843.346	351-526104	gustavosabater@hotmail.com
Fernández, Esteban	29.602.582	351-306-6626	fernandez.estebanariel@gmail.com
Lencina, Julieta	36.784.147	299-557-0906	julieta.lencina@hotmail.com
Sabe, celeste	32.344.477	3541-53-9170	celeste.sabe@gmail.com

Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: CAPILLA DEL MONTE

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Aguirre Franco	37336970	0341 701035	francobj94@gmail.com
Aguirre Juan Pablo	34475165	03548 1582386	juampii.165@gmail.com
Alarcón Gonzalo Conrado	36002111	03548 631584	gonzaloconradoalarcon@hotmail.com
Díaz Roberto Sebastián	27316469	3548 15407043	
González Kevin Lautaro Alexander	40298210	03548 15506699	otiscdm@gmail.com
López Natalia Verónica	38339242	03548 15635765	nattylaturra_242@hotmail.com
Losa Jazmín	38950993	03548 15416554	gaallecai@gmail.com
Montolla Nicolás Ezequiel	37373723	03548 15603268	nicomontypro@gmail.com
Sarmiento Lucas Nicolás	30535983	03548 15634358	lucaslagarza@gmail.com
Segurado Macarena	38394068	03548 15510367	sc.makkoo@outlook.com
Sosa Brian	38043559	03548 15573202	brianfsosa@gmail.com



Fernando			
González Lorena	21654340	03548 155431670	
Cristina			lore_gonz@yahoo.com.ar
Ortiz Facundo	36358637	03548 15630326	
Manuel			facu_mp@hotmail.com

Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: ALMAFUERTE

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Basualdo, Verónica	27,752,808	15,548,910	veronica.basualdo@outlook.com
Bobo, Mauro	26,528,916	15,558,987	herculesmo@hotmail.com
Boccolini, Patricia	36,776,304	15,608,241	patobocc_91@hotmail.com
Boleso, Vanina	40,752,530	15,604,219	vanni_013@hotmail.com
De la Vega, Jorge	38,250,813	15,413,782	
De la Vega, Lorena	29,961,927	15,610,265	
De la Vega, Noelia	35,239,725	15,610,265	
Dichiara, Marianela	36,480,164	15,639,797	mardh_13_91@hotmail.com
Escobar, María Soledad	26,203,269		solezzi@outlook.es
Ferreira, Rosa	14,220,811	470113	
Flores, Nicolás	38,019,409	15,327,385	nicolasflores703@gmail.com
Gasparini, Milena	39,072,942	415011	milegaspa995@gmail.com
Giachetta, Osvaldo	24,196,079	15,515,832	
Martínez, Miriam	35,832,258	15.61.7864	elu_martinez@hotmail.com
Negro, Claudia	22,770,717	15,310,473	noquieroanadie@gmail.com



			m
Orellano, Rocío	38,751,448		
Polano, Pablo	33,202,019	15,597,433	pablodpolano@hotmail.com
Pucheta, Flavia	38,179,598	15,591,096	flaviadaniela@yahoo.com.ar
Pucheta, Luciana	38,987,988		lucianapucheta@yahoo.com
Riveros, Delia	31,990,488	15,527,813	deliarivero@hotmail.com
Rodríguez, Nicolás	38,019,448		snicoro@hotmail.com
Rodríguez, Paula	39,736,786	15,520,451	paulaarodriguez123@gmail.com
Rodríguez, Romina	37,427,740		rominaraf_@hotmail.com.ar
Sánchez, Mariana	31,267,714	15,552,830	marianasanchez@gmail.com
Serda, Ana	34,501,876	15,547,934	avs233@hotmail.com
Viuth, Mariano	31,149,937	15,548,212	marianosebastianviuth@hotmail.com

Curso: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Sede: ALTA GRACIA

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Obregon, flavia	31.547.787	03547-15575576	flavia.obregon@yahoo.com.ar
Castro fox, María Virginia	39.734.551	425435	vircastrofox@hotmail.com
Guzmán, Raúl	24.627.245	0351-156753236	tutticalzonicordoba@gmail.com



Amuchastegui Laura	32.080.3 49	03547- 15506963	lau_132@hotmail.com
Farfán, Gisela Andrea	31.087.0 54	03547- 15477006	//
Procupez, melisa	35.470.7 63	03547- 15468471	meliaprocupez@gmail.com
Osorio, Federico	33.702.5 47	03547- 15669874	fede_fefis@hotmail.com
Carpio, Tamara de los ángeles	32.976.8 60	03547- 15651219	tayluly@hotmail.com
Vecchio, María Virginia	31.843.1 15	03547- 15642400	sho_la_vir@hotmail.com
Don, Gabriela	17.115.1 85	03547- 15463581	guccidon@hotmail.com
Sanz, facundo	40.671.9 59	03547- 15520186	facundosanz@hotmail.com
Cerutti, Ignacio Nicolás	39.734.4 39	03547- 157577544	//
Heredia, Nicolás Alberto	39.543.2 33	426168	heredianicolas96@gmail.com
Capra, mercedes	37.165.3 12	03547- 15629796	mechi466@hotmail.com
Serradel, Paula	37.630.8 55	03547- 15524878	tutticalzonicordoba@gmail.com
Gil, Mayra Eliana	35.085.5 17	03547- 15477865	tutticalzonicordoba@gmail.com
Pedernera, Yamila Roxana	38.839.0 46	03547-1569461	tutticalzonicordoba@gmail.com
Nieto, mariana del Carmen	26.350.3 00	423921	tutticalzonicordoba@gmail.com



Cabrera, María celeste	29.476.9 17	03547- 157691751	tutticalzonicordoba@gmail. com
------------------------	----------------	---------------------	-----------------------------------

Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: MIRAMAR

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Bonvin Jorge Alberto	11950694	03492-15684289	jorgealberto_b1956@yahoo.com.ar
Cerutti Marina Edith	20078913	03563-15408603	marinacer_68@yahoo.com.ar
Fonti Daniel José	14383684	0351-157561691	danieljfonti@yahoo.com.ar
Gelsumino Adriana Soledad	24959156	03563-15494670	asg_cel@hotmail.com
Maidana Micaela	39324559	03563-15400425	
Mansilla Haydee Jorgelina	13257608	03563-15411514	haydee2341959@hotmail.com
Mazzola Maximiliano	39378771	03563-15669031	
Pons Nicolle	36928856	03563-15410057	nicol_92pons@hotmail.com
Rodas Pablo Carlos	21410409	03564-15675780	pablo_rodas@hotmail.com
Villavicencio Jorge	14063067	03563-152035478	jrillavicencio@gmail.com
Cuello Cecilia	17600155	03563-15407676	cecilia65@gmail.com
Chaves Ivana Roxana	27388919	03563-15401136	ivana_laflaqui@hotmail.com
López Marianella	37321728	03563-15404438	male_km658@hotmail.com



Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: LA FALDA

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
ALEPUZ SERGIO ANDRÉS	30663938	0351- 152424593	alpeluzsergioandres@gmail.com
MARTIN HÉCTOR GASTÓN ABRAMO	27.673.453	03548- 566114	martin.abramo@gmail.com
ÁLVAREZ CARLOS DANIEL	13814492	03548-423258	alvarez_busto@hotmail.com
ANDREATA ANDREA CAROLINA	24607862	03548-425872	andreandreatta@hotmail.com
BATAGLIERO KARINA ANDREA	22563192	3548600922	karinabatagliero@hotmail.com
BEDINO MAGADALENA	29303941	0351- 155486968	magdabedino@hotmail.com
BRAUDT INGRID	30663939	354815502222	ingrid.arq07@gmail.com
BUSTOS MONICA SUSANA	14577072	06548-423258	alvarez_busto@hotmail.com
CAPDEVILA MARCOS	35636521	354815562684	marcos.capdevilla@hotmail.com
DE PETRA GILBERTO	14246096	03548- 15615642	depetrag@yahoo.com
DOROÑUC MICAELA			
ESTIGARRIBIA LUISA	4295624	03548-504930	luisaestigarribia@hotmail.com
FALAFRINI HERNAN FERNÁNDEZ	24670069	03548-	www.christian30@hotmail.com



CRISTIAN		15402838	m.ar
FIDANZA FLORENCIA	37439901	03548- 15590170	florfidanza_5@hotmail.com
FONTENLA ANGÉLICA	429801	0348-562510	luisaestigarribia@hotmail.com
FROSSASCO SUSANA	13823436	03548-425533	susydelcampo@hotmail.com
GÓMEZ MERCEDES RITA	13381210	03548-491452	mechi572014@gmail.com
GRIBAUDO FLORENCIA	38279885	03548- 15630023	florgribaudo@hotmail.com.ar
HALUSZKA CIBELS	35474283	03548-423849	cibels-14@hotmail.com
JORNET DIEGO	20784849	0351- 156092679	dijorn@hotmail.com
JOSÉ FELIPE SCIALFA	21454496	3548-594632	
MANSANI ARIEL	25902899	03548-5406462	guiasar@hotmail.com
MARTIN HÉCTOR GASTÓN	27673453	03548-452452	martinguix@yahoo.com.ar
MUÑOZ VERÓNICA	30605767	03548- 15582298	v_n_m8@hotmail.com
NEIRA PATRICIA	14059142	3548427019	danielgaetano@arnet.com.ar
NUÑEZ CLAUDIA MARCELA	21562408	03548-5414582	clau-marce-21@hotmail.com
OSINAGA MAGALÍ BELEN	30663933	03548-5533671	magaliosinaga@yahoo.com.ar
PANERO LUIS MARIA	13814474	03548-470413	luismpanero@gmail.com
PEREZ NATALIA	20098967	03548-5406198	nataliaperez777@outlook.com



QUIRNO MARÍA LUISA	5594832	03548-421457	quirno2000@gmail.com
RESTAGNO MAXIMILIANO	34977107	03548-421169	maxi_clo@hotmail.com
RIVADERO DIEGO SAMUEL	38019263	03548-470752	rivadero_diego94@hotmail.com
ROMERA GABRIEL	22663366	03548-588210	visula.multimedia@hotmail.com
TULIÁN FLORENCIA	35474281	03548- 15576810	flopy-t07@hotmail.com
VASALLO SILVIA	12588698	03548-421169	neblina_05yahoo.com.ar
VELARDE ROMINA	36131915	03548-422705	umaromina@hotmail.com.ar
VILLALBA MARIA ELENA	25534621	03548- 156311916	mariaelena276@gmail.com
VILLALBA SILVIA ANALIA	27471641	03548-423935	silviaportugues@gmail.com

Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Sede: VILLA RUMIPAL

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Aguirre, María Virginia	36984861	(03546) 15455793	vickyaguirre_94@hotmail.com
Arce, Juan Ignacio	32768717	(0351) 152095799	juanarce@gmail.com
Cáceres, María Alejandra			
Contreras, Kevin	36366673	(03546) 15408346	kevin_contreras@myldsmail.net



Florentin, Lorena	35239833	(03546) 15439623	lorenaterras_048@hotmail.com
Gallardo, Antonella			
Guzmán, Daniela	23253783	(03546) 15525732	mischiquitoslos7@outlook.com
Ilvek, Jorge Horacio	12338355	(03546) 15410172	jorgehilvek@yahoo.com.ar
Kranewitter, Andrea	23681640	(03546) 15450920	andrea.kranewitter@gmail.com
López, Pamela	36575363	(03571) 15636802	pame_lopez06@outlook.com
Paz, Marta Eva			
Pita Brizuela, Victoria			
Peralta, Alberto Aldo	10952119	(03546) 476099	albertoaperalta@hotmail.com
Pradon, Noemi Aydee	12943649	(03546) 476851	noemipradon2hotmail.com
Reynoso, Martina	39544502	(03546) 15457038	martireynoso10@hotmail.com
Romero, Andrea Ivana		(03584) 15402711	labrujidefederal@hotmail.com
Verge, Julieta Agostina	39105397	(03546) 15456227	july_verge_11@hotmail.com

Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Sede: CÓRDOBA

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
ALBARRACIN GABRIELA	1738568 7	3517595882	gabriela@griffin.tur.ar
MOYANO ANDREA	2237438	155299500	andrea@maguitur.net



FABIANA	9		
AGUIAR RODRIGO	4	5.44E+16	raguiar92@hotmail.com
ASTUDILLO IVANA	7	5.44E+16	iviastudillo@yahoo.com.ar
BOURBOTTE ELSA LORENA	1	4512577	elsa_bour@hotmail.com
BRITO ANALIA	9		brito.analiaf@gmail.com
CEJAS WALTER EUGENIO	3	3543485476	wecejass@yahoo.com.ar
DE LOURDES TOLEDO NATALIA	1	3.51E+16	natyazul737@hotmail.com
DESTEFANIS MARINA	1	153893685	imaryd_81@hotmail.com
GAETAN ANDREA	7	4265225	andrea@alexandriaviajes.com
LANTIERI VERONICA	1	3515493636	vlantieri@gmail.com
LAURA GLAVE	8	156954176	laura@rollingtravel.com
LENCINA JULIETA	7	5.43E+16	julieta.lencina@hotmail.com
LOPEZ ROMINA	6	3544649398	rotfe26@hotmail.com
NIEVAS JULIETA CAROLINA	0	3.51E+16	caronieves99@gmail.com
OYOLA ROMINA VANESA	9	3571535183	romioyola_22@hotmail.com



PAREDES MARIO ALBERTO	3268393 9	3.51E+16	maritus86@hotmail.com
PAREDES VALERIA	2765436 1	3.55E+16	valeparedes@live.com.ar
PERESINI MARIANO	2754656		peresini.mariano@gmail.com
LESCANO PATRICIA	2344079 2		lescanopatry@gmail.com
PORCEL FLORENCIA	3674586 2		porcelflores@live.com.ar
QUIROGA GONZALEZ MARIA GUADALUPE	3761643 0	157604411	guadalupe.quiroga@hotmail.com
ROSSI, MIGUEL			
SEGURA, ROMINA			
LUJAN, MAXIMILIANO			
PEREZ, ROMINA ANABEL			

Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1

Sede: CÓRDOBA

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Martin María Beatriz	1429110 4	156361804	propuestasturismo@arnet.com.ar
Castillo Laura Noelia	2575621 5	4258228	fschwerkolt@ola.com.ar
Guardia Celina	2683694	152279638	cguardia@dopazoyravenna.tur.



	0		ar
De Miguel Johana	3268234 6	3512158892	yohana_018@hotmail.com
Jorgelina Ríos	2376382 2	152420302	jorgelina@asg-consultora.com.ar
Livio Matarazzi	1753283 8	156800310	livio@lomejor.tur.ar
Rossini Luisa Del Valle	1041752 3	5699999	lrossini@bmv.com.ar
Mclero Natalia		153001652	mcleronatalia@hotmail.com
Muñoz Miguel	1384649 3	03546 497433	miguel@elvallecito.com
Pilar Sánchez	3141402 0	156436193	
Ragona Paula	2754656 2	153410139	lcastillo@ola.com.ar
Rocio Torres			rotorres151@gmail.com
Silvia Gomes	1381976 0	156728200	
Viviane De Araujo Silva		3516653660	VIARAUJOS@HOTMAIL.COM
Taborda, Alejandra			
Cejas Medina, Matías E.			
Noriega, Pamela			
Gómez, Silvia			

Curso: INGLÉS APLICADO AL TURISMO NIVEL 1



Sede: CÓRDOBA

Apellido Y Nombre	DNI	Tel	Email
Pérez Sabrina	3646726 0	15255125 5	sapy_13@hotmail.com
Zapata Aime	3642119 9	15379230 8	aimezapata@hotmail.com
Rivelli Luciana	3683409 5	15374967 9	luriville@gmail.com
Leonardo González	2621119 9	15305243 5	leon1277@hotmail.com
Natacha Asen	2279580 7	15592670 2	assennatacha@hotmail.com
Fernando Albarracin	2222076 8	15590190 0	info@griffinviajes.com.ar
Funes Lastra María Alejandra	1436600 8	15510664 2	afunes@bmv.com.ar
Arraya Camila	3505474 8		operaciones4@dt- mayorista.com
Lisondo Valeria	3228197 4	0351 5690877	
Carolina Funes Robledo	2438554 8	15611558 3	carolfunesrobledo@hotmail.co m
Insaurralde Pablo	3065845 0		
Daniel Cañete	2754293 5	15558559 9	danielcba27@gmail.com
Elisa Gabriela Luján	3125523 3	15600366 6	eligab7@hotmail.com



Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: EMBALSE

Acevedo Anahi	30421314	3571493589	aeacevedo488@hotmail.com
Zicarelli Belen	35314114	3546422175	belen.zicarelli@gmai.com
Acosta Nilda	14114896	3571537881	poetiza_7@hotmail.com
Amuchastegui Juana	39326632	3546410603	juaniamuchastegui@gmail.com
Bettini Nicolás	36986353	3546400860	niko.bettini2014@gmail.com
Capacci Carolina.A.	34489317	3571320293	Caro_rosarina@live.com.ar
Carrique Laura Edith	26053798	3571562153	lauracarrique@yahoo.com
Cediva Deolinda	31479666	3571591991	deo_k85@hotmail.com
Cressa Valeria	31218139	3517598393	Vale_cressa@hotmail.com
Flores Eric	32986620	3571604759	cba_cbacba@hotmail.com
García Vanesa	27592296	3571601126	garcia_vanesam@hotmail.com
Georgina Martínez	34130051	3515481940	Georgina56@live.com.ar
López Gonzalo	35671755	3546401177	gonzalopez91@hotmail.com
López María	29603446	3546510826	juaniamoschategui@gmail.com
Maldonado Aldana	39472600	3571327924	aldymaldonado235@gmail.com
Morales Maximiliano	34690775	3571513334	Chacfasdynamica523@outlook.com
Quinteros Muriel	39734960	3546418229	muryquinte_96@hotmail.com
Raccaro Stella	16575169	3546439463	stellaraccaro@hotmail.com
Ramírez Leonardo	32646884	3571598986	leonardo.ramirez01@hotmail.com
Ríos Analia	27642575	3546418704	analiaporlatarde@hotmail.com
Suarez Daiana	35642818	3546500384	daichucs@hotmail.com
Vélez Marina	35226692	3517071293	Cris_vnv@hotmail.com
Vélez Vanesa	29728986	3512447858	Cris_vnv@hotmail.com



Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: VILLA DE LAS ROSAS

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Molina José	37875994	3544516655	<u>jose_molina- jmeventos@hotmail.com</u>
Altamirano Analía	27637464	3544561656	
Tarditti Alica	27543056	3513436780	jose_molina- jmeventos@hotmail.com
Carretero Maricel	22072591	3544468838	<u>Marita_vale@hotmail.com</u>
Pacheco Nahir	40574596	3544626922	renzo.matiasolmedo@gmail.com
Zoppi Elsa	13228398	3544 15614684	nahir.pacheco@hotmail.com
Pizarro Elba	17912816	3544622359	shalejet40@yahoo.com.ar
Valero Beatriz	20082398	3544625219	cele368@hotmail.com
Moreira Mónica	13191690	3544569590	
Olmedo Renzo	36917682	3544 15583518	beavalero.46@hotmail.com
Suarez Celeste	38279214	3544 15636936	elsazoppi@hotmail.com
Julietta Recalde	33371818	3544 560232	<u>julietarecalde89@hotmail.com</u>

Curso: ORGANIZACIÓN DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Sede: VILLA CARLOS PAZ

Alegre	Sandra	2074537 7	3416496088	beraca14@hotmail.com
Arce	Silvina Mariana	1861465 9	35481543164 3	chocoslaten@outlook.com
Brandt	Sulma Juana	1404170 4	3541642323	sulmabrandt@gmail.com



Cretari	Claudio Adrian	1610374	35411555915	luzmarinauzal@yahoo.com
Domínguez	Gabriela	3761653		
Uria	Daiana	8	153862142	gaby_nadena@hotmail.com
		3612020	35411566336	
Farías	Alexis	2	5	insuerance@hotmail.es
		3498029	35411555602	
Farkas	Nadine Ailen	9	6	nadinefarkas@gmail.com
		3954499	35411563956	
Fernández	Sofía	6	0	sofy9_16@hotmail.com
		3444571	35411563637	
Funes	Magdalena	82	1	magafus@hotmail.com
		3968913		
Garrido Rodas	Geraldine	2	3516482160	ggarridorodas@gmail.com
	Micaela	4100224		
Gaute	Soledad	2	3512478277	miqqigaute@hotmail.com
		2708899		carina.glassman@gmail.com
Glassman	Carina	9	3541650615	m
		3949930		
González	Julieta	1	35411536051	ju_0805@live.com
		2681423		
Hernández	Gabriela	5	3513052133	gabycandellero@gmail.com
		3942323		
Maldonado	Cindy Alexia	5	3541648305	cindii_739@hotmail.com
		3359905		day_vanna_09@hotmail.com
Marcuzzi	Vanina	1	3513470929	m
		9468785	35115684838	
Nakagama	Eri	6	2	chelaminina@hotmail.com
		3330328		
Pérez	María Cristina	1	3513727664	cris_pety@hotmail.com



Piqueras	Germán Nicolás	3942328 8	35411537296 0	xeneizes_96@hotmail.com
Pivatto	Carlos Alberto	1755511 3	3541680450	carlospivatto@hotmail.com
Pollo	Guillermo Horacio	1624636 4	35411562266 0	guillermohoraciopollo@gmail.com
Pulitta	María Guadalupe	2925136 0	3513140813	odmguadalupepulitta@gmail.com
Rodriguez	Jimena Carhue	3320083 3	3512095550	jime_carhue@outlook.com
Rojas	Mariela	2546921 4	430544	mariro20@yahoo.com.ar
Rossa	Raúl Armando	1603466 1	35115384207 1	raulrossa@live.com.ar
Sittoni	Leandro Pablo	4010784 9	3515160881	leansittoni@gmail.com
Soria	Andrea Beatriz	2988734 4	3541686838	andi.1904@hotmail.com
Sosa	Micaela	3973709 6	3541405713	micasosa07@gmail.com
Toniolo	María Eugenia	2940135 6	3516203109	tonioloeuge@hotmail.com
Trejo Jiménez	Nadia	3552221 9	35411552831 9	nadi_0809@hotmail.com
Urciuolo Villafañe	Mikaela Soledad	4010965 4	4583544	mikaelaurciuolo@hotmail.com
Valverdi	Gabriela	2382730 5	3541563280	gvv_57@hotmail.com



Curso: RECEPCIONISTA

Sede: MIRAMAR

ALBERTENGO Jesica Anahí	37322009	03563- 15408417	jesicaalbertengo@hotmail.com
ALMADA Silvia Yolanda	20978936	03563- 15411837	
ARMESTO Macarena	36120901	03563- 15430115	maki_3692@hotmail.com
BERSANO Julieta	36111097	03563- 15408996	juliiberssano@gmail.com
BRAVO Rocio	34684986	03563- 15494156	
CERESA GIRONI Estefanía	26085190	03563- 15402211	clararosa30@live.com.ar
CÓRDOBA Gisel Ayelén	38110597	03564- 15574019	gisel.cordoba@hotmail.com
DOMINGUEZ Mónica Alejandra	17600162	03563- 15408878	
GOMEZ Yessica Eliana	39025389	03564- 15562593	
GOYENECHEA Jorgelina	37125696	03563- 15409918	goye_15@hotmail.com
LAGLAIVE Ayelén	36928894	03563- 15403937	cielocream@gmail.com
LEHTINEN Natalia Soledad	35081874	03563- 15414034	
MUNIGHINI Florencia	35081889	03563- 15491796	flormunighini@hotmail.com
OBERTO Florencia	37628124	03563-	obertoflo63@gmail.com



		15409004	
ORONÁ María Jennifer	38002045	03563- 15407606	jennifer_francisco_f@gmail.com
PONS Nicolle	36928856	03563- 15410057	nicol_92pons@hotmail.com
QUERAL Soraya Araceli	37628102	03563- 15412244	sory_94_5@hotmail.com
SCHLEMMER Natalia Verónica	27224992	03563- 15493731	
SCIENZA Carla	36111095	03563- 15408498	carla_92_7@hotmail.com
SEGOVIA Diana Alejandra	36388550	03563- 15494669	
SILVA Alejandra Macarena	38310398	03563- 15401234	macasilva84@gmail.com
TEILER Cintia Soledad	28104674	03564- 15647415	cintia_s_t@live.com.ar

Curso: RECEPCIONISTA

Sede: TANTI

Apellido y Nombre	DNI	Tel	Email
Acevedo, Carina Elizabeth	3543667 1	03541- 15622045	<u>acevedocarielizabeth@gmail.com</u>
Aguirre, Silvia Mariela	2289373 4	03541- 15238462	
Boulchouk, Alexa Eliana	3448184 3	03541- 15386838	
Britos, Narella Rosa	3982623	03541-	<u>caros_26@hotmail.com</u>



	3	15674370	
Colman, Yamile	3954550 5	03541- 15523864	
Correa, Yessica	3567289 1	03541- 15210555	narebritos@gmail.com
Domínguez, Juan Manuel	3399943 5	03541- 15235591	juanserrana88@gmail.com
Ferrara, Matías	3872615 0	03541- 15525092	yessycba@gmail.com
Ferreyra Guadalupe	4024794 2	0351-15619720	juanserrana88@gmail.com
Galan, Sofía	3588237 8	03541- 15382904	matiasferrara18@hotmail.com
García, Lourdes	2947331 4	03541- 15622541	quadadinaso@hotmail.com
Ghio Patricia	1214777 2	03541- 15575687	sofiagalan_at@hotmail.com
Gimeno, María Luz	1629363 4	0351- 152177961	mylullaby1982@hotmail.com
Goicochea Elisa		03541- 15629260	marialuzgt@hotmail.com
Jaime, Martín Joel	3881887 5	03541- 15634449	matinjaim575@yahoo.com.ar
López, María José	2541524 0	03541- 15646916	marylopez2476@hotmail.com
Marcolini, Antonella	4132274 9	03541- 15596410	marylopez2476@hotmail.com
Moreno, Mariquena	3588240 6	03541- 15527524	makee93@yahoo.es
Murga, Mayo Carmen	9312711	03541-	fer.maria20@yahoo.com.ar



	5	15679153	
Ríos, Berta Zulema	2629634 6	03541- 15233026	coloyueb@hotmail.com
Romero, María Laura	2965653 6	03541- 15216245	tumusicateen@gmail.com
Vexenat, Miriam (Lichi)	1601084 5	0351- 152906766	

Curso: RECEPCIONISTA

Sede: Achiras

Apellido y Nombre	DNI	TEL	EMAIL
Arias Natera, María Macarena	30771262		
Baldomir, Cecilia Romina	35765750		
Burri, Pamela Anahi	33446340		
Chacoma, Lidia Mónica	22769518		
Coria Legman, Sabrina Atonella	30885243		
Cruseño, Ivana Vanesa	32705557		
Cuello, Cristina			
De Vecchio, Fernanda	24223348		
Escudero, Claudia Gabriela	35106107		
Ferrero, Naire de las Mercedes	31405478		
Gatica, Rita Soledad	32933077		
Lagos, Daniela	28388604		
Mattioli, Felicitas Graciela	10130640		
Mora, Miriam	16079198		



Morardo, Nicolás	31405459		
Kweck, Gloria Ivana	27674026		
Reich, Elena Norma			
Reich, Norma Margarita	6062703		
Renihart, Lorena Soledad	28579669		
Correa, Joel			



Reseña Fotográfica:



Tic's Aplicadas al Turismo - Miramar



Tic's Aplicadas al Turismo - Río Cuarto



Agente de Viaje Receptivo - Villa Dolores



Agente de Viaje Receptivo - Rio Ceballos



Expendedor de A&B - Capilla del Monte



Expendedor de A&B - Almafuerite



Expendedor de A&B - Alta Gracia



Informante Turístico - Miramar



Informante Turístico - La Falda



Informante Turístico - Rumipal



Ingles Aplicado al Turismo - Córdoba



Ingles Aplicado al Turismo - Córdoba



Org de Fiestas y Festivales - Carlos Paz



Reseña de las actividades llevadas a cabo y conclusiones de las jornadas de asesoramiento en Inserción laboral

Las jornadas estuvieron organizadas bajo la metodología de taller, las mismas comenzaron con una presentación del material, "Guía Laboral" <http://empleo.cba.gov.ar/publicaciones/guia-laboral/>.

Se trabajo con actividades prácticas, cada alumno realizó una carta de presentación, el armado de los ejes principales para el CV con el fin de luego ser utilizado como guía en el posterior armado de su CV.

La jornada contribuyo en cada uno de los casos contribuyo a aclarar dudas sobre aspectos vinculados a la experiencia laboral, la formación y conocimiento, la motivación y expectativas, referencias laborales, preguntas empleadas en entrevistas de selección, errores comunes en entrevistas.

Para finalizar los asistentes contaron con una actividad con la metodología de cambio de roles en donde los mismos pudieron participar de la experiencia de una entrevista.



TAREA 10

ELABORACIÓN DEL DOCUMENTO DE ENCUESTA DE SATISFACCIÓN TANTO PARA EL ASISTENTE COMO PARA EL DOCENTE

OBJETIVO DE LA TAREA

Elaborar aquellos documentos que permitan medir resultados de las capacitaciones realizadas



A continuación se desarrollarán los parámetros en los que se basaron para la elaboración del Documento de Encuesta de Satisfacción tanto para los asistentes como así también para los docentes que participaron en el proyecto.

A tal fin se describirán cada uno de los indicadores que permitirán establecer las mediciones de dichos parámetros.

La aplicación de esta encuesta, la evaluación de los indicadores y su posterior análisis, brindará las conclusiones finales de acuerdo a los objetivos planteados en la diagramación de los cursos.

Tanto la encuesta de satisfacción de los asistentes como de los docentes fue enviada a través de un link donde ellos puedan, de manera ordenada, clara y práctica volcar sinceramente su apreciación en cada una de las preguntas formuladas una vez finalizado el curso de capacitación.

Finalizada la encuesta fue enviada vía mail a la casilla de correo de cada uno de los asistentes donde fueron analizadas detenidamente y tabuladas para llegar a una conclusión final de las mismas.



Encuesta de Satisfacción para los asistentes

ENCUESTA DE SATISFACCION

Encuesta de Satisfacción para Asistentes
Cursos "Proyecto de Formación por
Conocimiento y Saberes en el Sector
Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre *

DNI *

Edad *

Correo Electrónico *

Ocupación *

Curso en el que te estás capacitando: *

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3

Localidad del curso: *

- Achiras
- Almafuerde
- Alta Gracia
- Capilla del Monte
- La Falda
- Córdoba
- Embalse
- Miramar
- Río Ceballos
- Río Cuarto
- Tanti
- Villa Carlos Paz
- Villa Dolores
- Villa General Belgrano
- Villa Rumipal



Tu Capacitador *

	SIEMPRE	NUNCA	A VECES
¿Explicó claramente los conceptos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Atendió y respondió tus dudas o preguntas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró haber preparado la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Añadió valor a la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mostró respeto, paciencia y cordialidad?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Mantuvo tu interés?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿El tiempo en cada clase, fue usado eficientemente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Utilizó todos los recursos que tuvo a su disposición?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Demostró dominio sobre el curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue puntual con el comienzo y la terminación de la clase?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

El material *

	SIEMPRE	A VECES	NUNCA
¿Fue acorde al curso?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Fue interesante?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Contó con ejercicios acordes a la teoría?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo un contenido gradual?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tuvo una importante cantidad de ejercicios?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como calificarías la metodología del curso? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como consideras el sistema de evaluación? *

	Excelente	Muy Bueno	Bueno	Regular	Malo
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿La comunicación en el curso, como fue? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? *

Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? *

	Excelente	Muy Buena	Buena	Regular	Mala
Aulas/Salas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Materiales Didácticos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pizarras	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pupitres	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Como te parece que has avanzando en el curso? *

Más de lo esperado	Lo esperado	Menos de lo esperado
<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

- Excelente
- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala

¿El curso recibido es útil para su formación? *

- Sí
- NO



¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

Sí

NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



AGENCIA
CORDOBA
TURISMO



AGENCIA
DE PROMOCIÓN DEL
EMPLEO
Y FORMACIÓN PROFESIONAL
ESTABLECIDA EN 2014



CFI
CONSEJO FEDERAL
DE INVERSIONES



GOBIERNO DE LA
PROVINCIA DE
CORDOBA

[Enviar](#)

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.

Con la tecnología de  **Google Forms**

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google.
[Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)

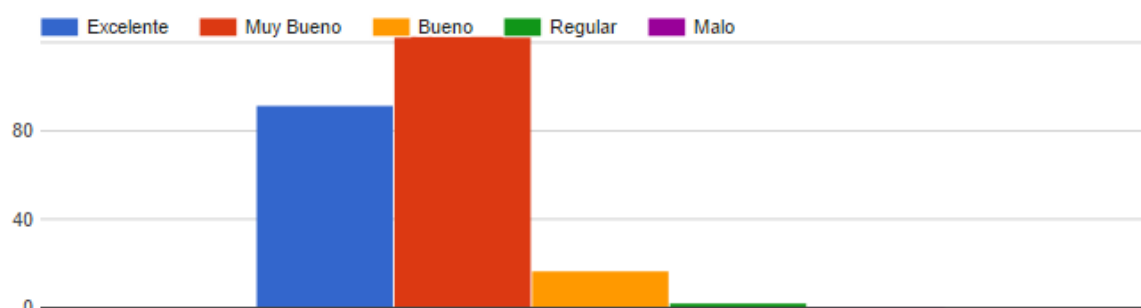
En la primer etapa de la encuesta se busca encontrar el avance de cada uno de los asistentes en forma individual como fueron percibidos según el criterio de aprendizaje basándose en las cuatro capacidades comunicativas o habilidades lingüísticas evaluando la capacidad de usar el lenguaje apropiadamente en las diversas situaciones sociales y de contenidos que se encuentran insertos en el proyecto y, logrando esclarecer el grado de satisfacción o expectativa con la que llegaron y con las que salieron una vez finalizados los contenidos de cada curso, .



La evaluación del participante contempla distintos aspectos de su participación:

Actividades	Criterios de Evaluación	Escala de Evaluación	Incidencia en la nota final
Cada Módulo cuenta con una actividad de evaluación	Cada Curso cuenta con una evaluación en particular	Escala de corrección: generalmente de 1 a 10	No
			Re -Programación de clases

¿Como consideras el sistema de evaluación? (234 respuestas)

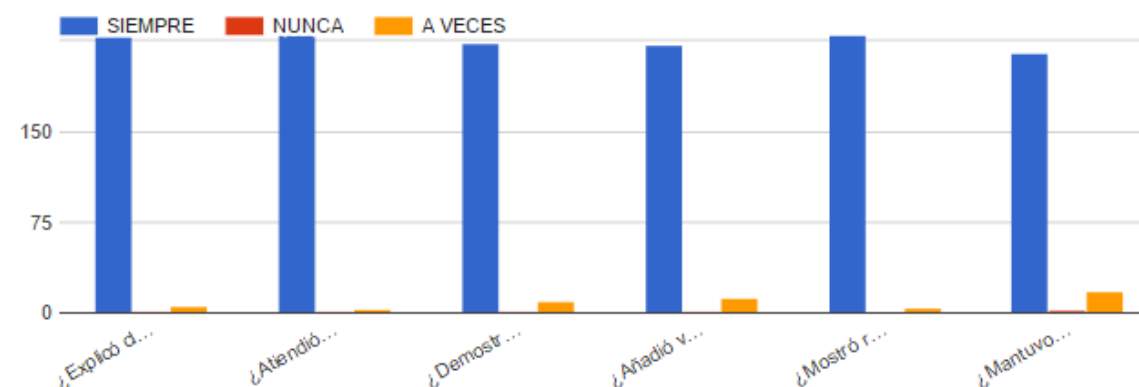


Se evaluó al profesor según el punto de vista del asistente donde el objetivo final fue tener una visión clara y precisa acerca de los conocimientos en la materia, preparación previa a las clases que fue realizando, si responde claramente las consultas de los asistentes entre otros puntos en los cuales se llega a la conclusión final y en general es positiva, la capacitación de los profesores cubre las expectativas de los asistentes, en cuanto al conocimiento, manejo de temario por clase y general, es interesante como y los conceptos que transmite a los alumnos, no siempre terminan las clases en horario ya que el interés de los asistentes hace



que se extiendan, a veces más de lo pactado e incluso hubo casos en los que solicitaron los mismos asistentes dictar clases prácticas e in situ fuera del horario.

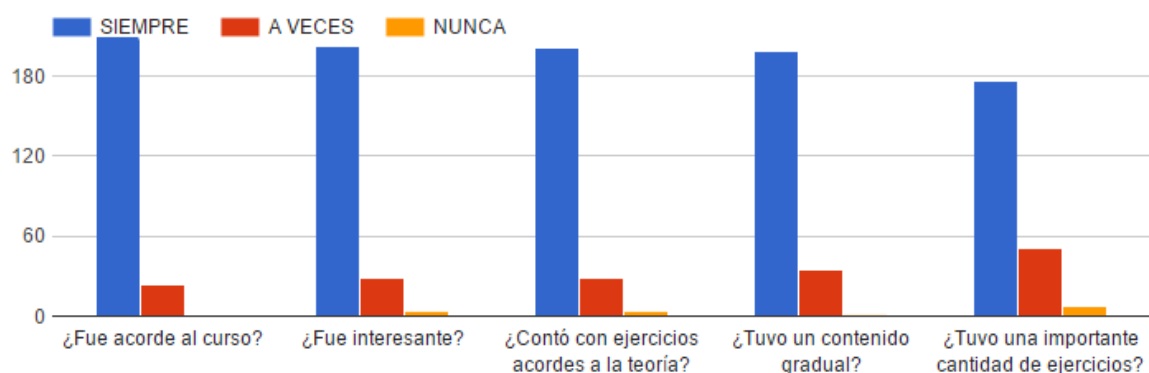
Tu Capacitador (2340 respuestas)



Con relación al material que se les fue entregado a los asistentes se hizo hincapié en la claridad del mismo, el contenido gradual, si los ejercicios fueron acordes a las unidades, en este punto en particular hubo cursos en los que el material supera las expectativas teniendo que, por ejemplo incorporar material gráfico como videos que muestren claramente el tema y otros en los que hubo faltantes o temas de imperiosa necesidad que no se encontraban contemplados y, generalmente eran introductorios al tema a desarrollar por lo que se realizó una actualización, modificación y remodelación de los mismos en cada caso en particular logrando de este modo que el material sea acorde y más nutrido del tema expuesto.

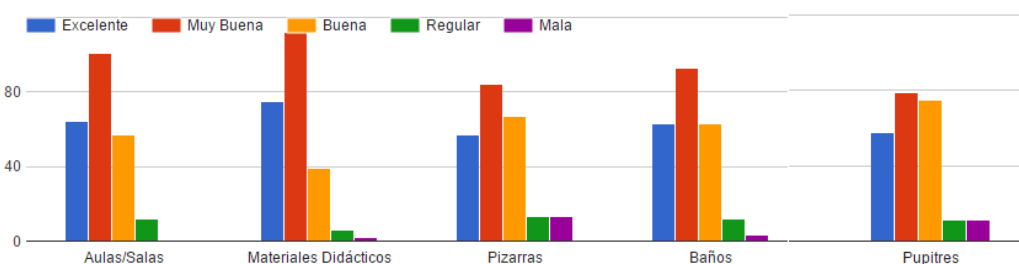


El material (1170 respuestas)



En general los alumnos coinciden en un alto porcentaje que tanto el entorno tecnológico como así también el mobiliario, recursos didácticos, baños y aspectos en general son acordes y se encontraban en muy buen estado al momento del dictado y desarrollo de los cursos, si bien hubo instancias en los que se tuvo que modificar la sede por razones ajenas o de fuerza mayor que nada tenían que ver con la organización de los mismos en ningún caso fue para peor sino al contrario siempre fueron mejoras en los servicios y recursos brindados.

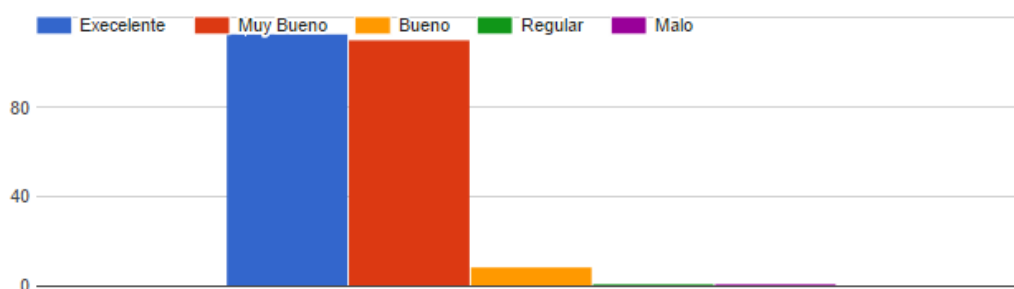
Con respecto a la infraestructura, ¿como la calificarías? (1170 respuestas)





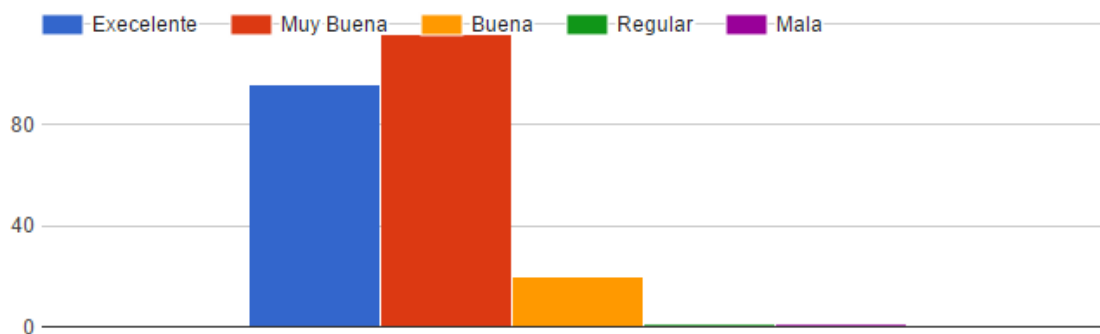
La metodología del curso

¿Como calificarías la metodología del curso? (234 respuestas)



La motivación del curso

¿Tu motivación en el curso, como la definirías? (234 respuestas)

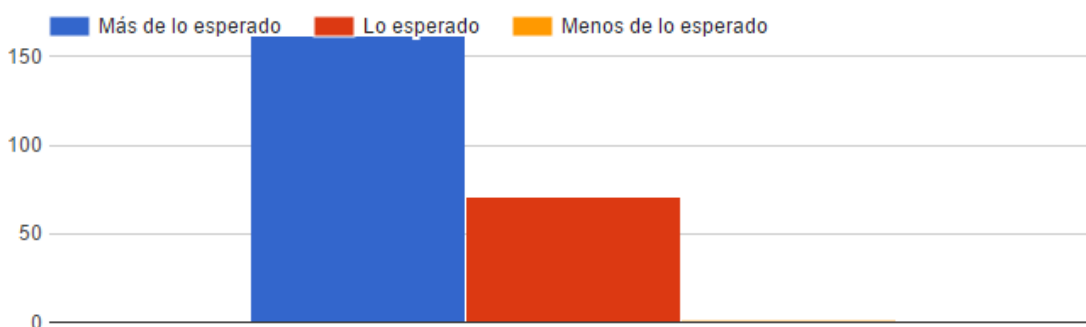


El sistema de evaluación asignado para cada uno de los cursos fue un proceso que procuró, de manera más sistemática y objetiva posible, la pertinencia, eficacia, eficiencia e impacto de las actividades a la luz de los objetivos específicos, constituye una herramienta administrativa de aprendizaje y un proceso organizativo orientado a la acción para mejora tanto de las actividades en marcha, como la planificación, programación y toma de decisiones futuras de quienes dictaron los cursos y, si bien hubo al inicio una evaluación diagnóstica donde el resultado



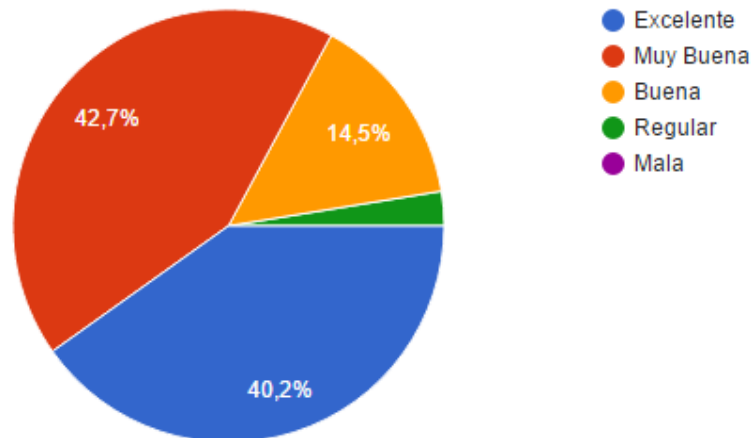
buscado fue identificar el nivel general de los asistentes como así también generar información, conocimientos y aprendizajes dirigidos a alimentar la toma de decisiones oportunas y pertinentes para garantizar la eficiencia, la eficacia y la calidad de las unidades, todo ello en función del mejoramiento de las condiciones de enseñanza y aprendizaje de los beneficiarios o asistentes también hubo otras instancias de evaluación en todos los cursos como , por ejemplo de avance, de final de unidad o tema, de ejecución del aprendizaje. En el análisis periódico de las evaluaciones se buscó establecer el grado en que las tareas y las actividades de cada unidad, cronograma de trabajo, las exposiciones y los resultados se cumplieran de acuerdo a lo planificado. Gracias a este “control” se pudieron detectar deficiencias e incongruencias, y corregir o re planificar oportunamente temas de las unidades.

¿Como te parece que has avanzando en el curso? (234 respuestas)

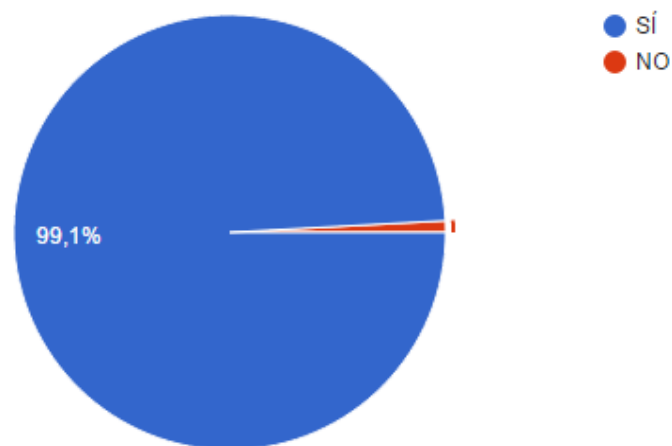




¿La duración del curso, fue adecuada? (234 respuestas)

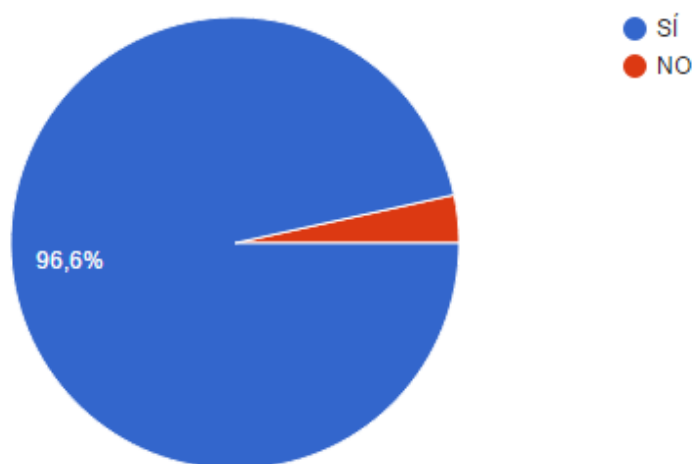


¿El curso recibido es útil para su formación? (234 respuestas)





¿Realizarías otros cursos con nosotros? (234 respuestas)



Con respecto a la comunicación de cada uno de los cursos, si bien la general de los mismos se desarrolló a través de medios masivos de comunicación para ello, se elaboró un esquema de medios con los que habitualmente se trabaja desde la Agencia Córdoba Turismo para dar inicio a la Difusión de las actividades.

Tales como:

Paginas web <http://www.cordobaturismo.gov.ar/>:

- Convocatoria a Capacitadores
- Apertura de Inscripciones
- Cobertura de los curso
- Cobertura entrega de Certificados

Facebook Protur

- Convocatoria a Capacitadores
- Apertura de Inscripciones
- Cobertura de los curso



- Cobertura entrega de Certificado

Twitter @turismocba @empleocba

- Convocatoria a Capacitadores
- Apertura de Inscripciones
- Cobertura de los curso
- Cobertura entrega de Certificado

Inscripciones a través de eventioz

- Inscripción a los cursos
- Radio Cadena 3
- Canales y radios locales
- Prensa local al momento del inicio de los mismos hubo parte de la población tanto local como regional y sectorial del turismo que no se encontraba en conocimiento de los mismos, por lo que hubo un refuerzo o segunda etapa a cargo de los referentes locales como así también medios como cadena 3 donde se informaba temario, inicio, cantidad de horas y lugar de dictado.

Parte de Prensa a Medios Provinciales:

- Apertura de Inscripciones
-

<http://www.destinocbaciudad.com.ar/>

- Cobertura entrega de Certificado

Envío de Mail a base de datos de Agencia Cba Turismo / Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional

- Apertura de Inscripciones

Folletos sobre los cursos para entregar al momento de las inscripciones

- Para las Inscripciones a los cursos



- Partes de Prensa / Cobertura de los cursos

La campaña de prensa tuvo dos momentos importantes para la difusión que los hemos definido por los siguientes estadios del proyecto:

1. Convocatoria a estudiantes de las carreras relacionadas al turismo, trabajadores del sector, personal eventos de la industria del turismo, público en general, para que a partir de Marzo 2015 asista a los cursos de formación de los perfiles diseñados por el presente proyecto.
2. La difusión de las tareas desarrolladas mes a mes en los cursos, como así también la cobertura y publicación de la entrega de certificados.



Formación para Formadores del Sector Turismo

En el marco de la actualización de perfiles profesionales del sector Turismo, la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional y la Agencia Córdoba Turismo con el apoyo del Consejo Federal de Inversiones, llevarán a cabo en el Auditorio de la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional (Juan B. Justo 3600 - Córdoba) el 19 y 20 de Febrero del 2015 la capacitación para Formadores de los nuevos cursos de:

- Recepcionista
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1 y 2
- Exendedor de Bebidas y Alimentos
- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales
- Agente de Viajes Receptivo
- Operador Mayorista
- Tic 's aplicadas al Turismo
- Informante Turístico
- Animación y Recreación

La convocatoria esta dirigida a profesionales del sector, egresados de las carreras de Turismo y Hotelería, Licenciados en Turismo, REPROCAS, personal de planta de los CEDERES, entre otro profesionales.

La formación tiene como fin, seleccionar de los profesionales más aptos para desarrollar los cursos pilotos que se llevarán a cabo desde el mes de marzo en las Áreas Turísticas de Córdoba.

Los interesados deberán enviar su CV al mail: sectorialturismocordoba@gmail.com



NOTICIAS

Formación para Formadores del Sector Turismo

En el marco de la actualización de perfiles profesionales del sector Turismo, la Agencia de Promoción de Empleo y Form

Capacitaciones en Buenas Prácticas de Manufactura para manipulación de Alimentos



Facebook page for ProTur Córdoba. The page header includes the name 'ProTur Córdoba', a search bar, and navigation links for 'Página', 'Actividad', 'Estadísticas', and 'Configuración'. The main content area features a cover photo with the text 'PROVINCIA DIVINA' and 'ProTur Córdoba Educación'. Below the cover photo are tabs for 'Biografía', 'Información', 'Fotos', 'Me gusta', and 'Más'. The left sidebar shows 'PERSONAS' with 226 likes and a 'Promocionar página' button. The right sidebar shows a post by ProTur Córdoba sharing a link to 'Formación para Formadores del Sector Turismo | PROTUR' with a 'Promocionar publicación' button.



Inicio Notificaciones Mensajes # Descubre Buscar en Tv

PROVINCIA DIVINA

PROTUR
@ProturCba

TWEETS: 70 SIGUIENDO: 39 SEGUIDORES: 69

Tendencias · Cambiar

- #AmigosSiempre
Promocionado por Movistar Argentina
- #AnitaBichoCampeones
- Fran Tinelli
- Solita
- Chano
- Tan Bionica
- Piquin
- Showmatch
- Iker
- #TwOff

¿Qué está pasando?

PROTUR @ProturCba · ahora
Formación para formadores del sector Turismo protur.cba.gov.ar/formacion-para...
... @EmpleoCba @turismocba @LaSiglo21 @MMoreno_cba @ubpascal

14:28 · 16 de dic. de 2014 · Detalles

Responder a @EmpleoCba @turismocba @LaSiglo21 @MMoreno_cba @ubpascal

DíaaDía.com.ar ha retwitteado

Seba Roggero @SebaRoggero · 17 min
Oberto se sumó a la Confederación Argentina de Básquet
diaadia.com.ar/deportes/obert... vía @diaadiacomar

Tang Argentina @TangArgentina · 12 de dic.
Tang rinde de verdad - Mezclemos más diversión en la mesa!

Tang Argentina



Encuesta de satisfacción para el docente

Encuesta de Satisfacción para Docentes Cursos "Proyecto de Formación por Conocimiento y Saberes en el Sector Turismo"

*Obligatorio

Apellido, Nombre*

DNI*

Edad*

Correo Electrónico*

Ocupación*

Curso en el que te estás capacitando:*

- Agente de Viajes Receptivos
- Animación y Recreación
- Expendedor de Alimentos y Bebidas
- Informante Turístico
- Organización de Ferias y Festivales Regionales
- Recepcionista
- Tic's Aplicadas al Turismo
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 1
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 2
- Inglés Aplicado al Turismo Nivel 3



Aspectos Curriculares *

	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
¿Los Objetivos de aprendizaje estuvieron claramente definidos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Los contenidos fueron apropiados para el nivel educativo de los asistentes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Nivel de profundización de los contenidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Claridad en la presentación de los contenidos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Propuesta Didáctica *

	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
¿El proyecto es el resultado de la integración de objetivos, contenidos y criterios de evaluación de diferentes temas o áreas de conocimiento?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Se observa una clara relación entre las actividades a desarrollar en el proyecto y el desarrollo de las competencias básicas de los asistentes?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿La redacción del contenido fue clara?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Los contenidos, objetivos y criterios de evaluación se proyectaron con tiempo suficiente?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



¿Mostró apertura ante opiniones diferentes a la suya?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Definió con firmeza su punto de vista ante argumentos adversos?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Los asistentes *

	Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
¿Asisten regularmente al aula?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Tienen los conocimientos previos suficientes para seguir los contenidos de la materia?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Dedican tiempo suficiente a la preparación de la materia?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Colaboran entre ellos para sacar adelante las materias?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Se muestran satisfechos con la metodología de enseñanza y aprendizaje?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Entorno Tecnológico *

	Nunca	A Veces	Casi Siempre	Siempre
Facilidad para acceder a los distintos materiales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Facilidad para instalación y uso del software utilizado?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
¿Acceso ilimitado a WIFI?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



	Mala	Buena	Muy Buena	Excelente
Aula	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Material adicional como pizarras, borradores, marcadores, etc.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mesas y sillas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Baños	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿La duración del curso, fue adecuada? *

	No estuvo adecuada	Poco Adecuada	Adecuada	Muy Adecuada
	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

¿Realizarías otros cursos con nosotros? *

- Sí
- NO

¿Sobre que tema te gustaría recibir capacitación?



Enviar

Nunca envíes contraseñas a través de Formularios de Google.



En la Encuesta de Satisfacción para el docente lo que se buscó, a través de 5 parámetros claramente definidos esclarecer el grado de:

ASPECTOS CURRICULARES	PROPUESTA DIDÁCTICA	ASISTENTES	ENTORNO TECNOLÓGICO	INFRAESTRUCTURA
-----------------------	---------------------	------------	---------------------	-----------------

1- **Aspectos Curriculares** (Material Didáctico) Estos, constituyen la estructura de los principios, conceptos, criterios y procedimientos académicos y pedagógicos que guían y permiten mantener una mirada crítica sobre la pertinencia y calidad de los proyectos, razón por la cual son de interés fundamental para los docentes en la medida que, junto a los asistentes, componen la dupla que imprime el carácter educativo y el nivel del curso, donde la información es orientada hacia los objetivos de aprendizaje, si son claros, apropiados, profundos en su nivel y contenido y si en las presentaciones de los mismos hubo claridad.

El resultado fue en ocasiones escaso ya que identificaron el faltante en información general del tema en particular al introducirlo en el sector Turismo o no se adapta a cierta información al contenido a dictarse, por lo que hubo que adicionar información específica introductoria para poder, de este modo dar con un hilo conductor y desarrollar las unidades específicas adaptando el tema al contenido.

En otros casos no hubo necesidad ya que el material era claro en su totalidad

2- **Propuesta Didáctica:** esta es la elaboración de Módulos Integrales que consisten en el desarrollo de contenidos disciplinarios por docentes capacitados e interesados en innovar el presente material, en conjunto con un equipo de asesores incorporan recursos didácticos multimedia en apoyo al aprendizaje de los asistentes con el objetivo de favorecer su autoestudio, su crecimiento y desarrollo. En la presente propuesta del proceso de desarrollo del material didáctico, el asistente es sujeto de aprendizaje y el capacitador recrea su conocimiento en un proceso



educativo basado en la interacción didáctico - comunicativa apoyada, en caso de así requerirse, en las TIC'S.

La propuesta didáctica refiere la metodología y el planteamiento de la aplicación en el curso a dictarse.

El resultado de las seis preguntas que se desarrollan en este parámetro es puntualmente acerca del material entregado, la claridad o no del mismo ante las reacciones del alumnado, por otro lado si integra los objetivos, contenidos y criterios dentro de las evaluaciones.

Las diferentes unidades que integran cada uno de los cursos dentro del programa es necesario definir si tienen relación las actividades planteadas con el temario, la redacción del mismo es clara o como es que se interpreta desde el punto de vista del grupo asistente además de tener noción de los tiempos para el dictado son suficientes en la práctica.

Desde el punto de vista del docente, es necesario tener en cuenta el grado de apertura ante opiniones que difieren de la suya, las edades y el grado de conocimientos de los asistentes varían en cada localidad y es necesario que el docente tenga firmeza ante su punto de vista pero así también el modo de reacción ante la oposición.

3- **Los Asistentes:** es necesario tener el 80% de la asistencia, en caso de ausencia el alumno deberá justificar para lograra la certificación del mismo, el grado de conocimiento previo de cada uno de los mismos para de este modo poder programar y diagramar las clases de manera equitativa como así también el tiempo de dedicación de los asistentes para la preparación del material que se solicita de una clase para otra.

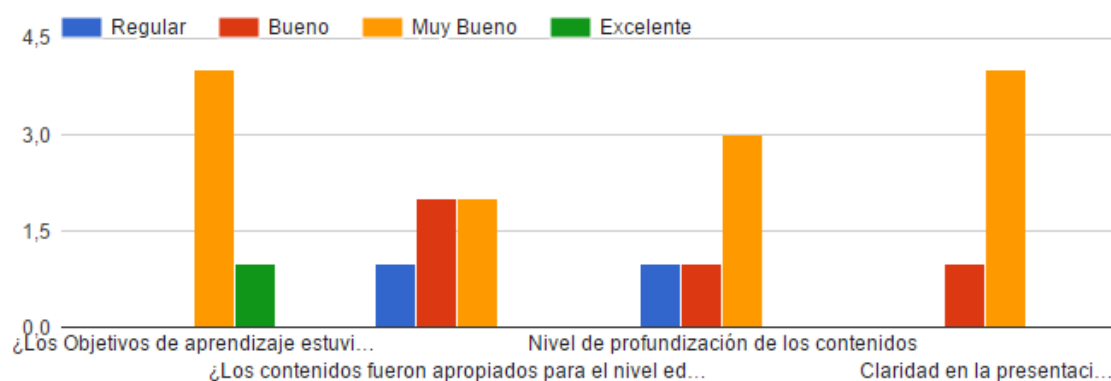
4- **Entorno Tecnológico e Infraestructura Utilizada:** El entorno tecnológico es uno de los factores externos que afectan de manera determinante el correcto funcionamiento o avance de un curso, ya que la evolución de las tecnologías influye sobre la forma de hacer las cosas, cómo se diseñan, producen, distribuyen y venden los bienes y en este caso los servicios.



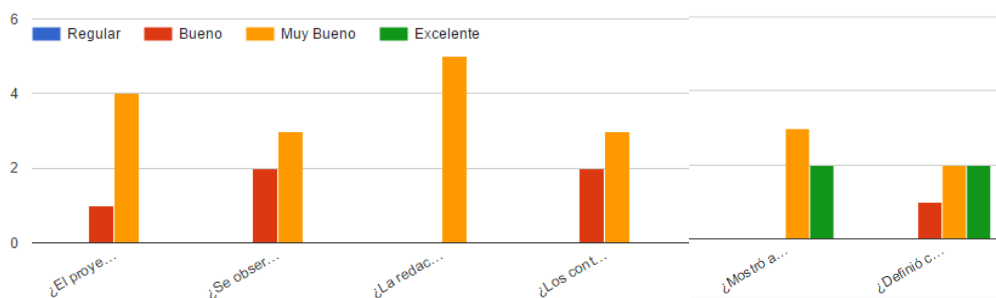
El entorno tecnológico en el caso de los cursos de capacitación son todos los elementos ajenos al temario y que son relevantes para su funcionamiento, para que el mismo se desarrolle en forma eficiente y eficaz. Para ello se toma en cuenta las necesidades particulares de cada tema así como los recursos materiales y otros requerimientos tales como el tamaño y estado del aula, materiales adicionales como pizarras, borradores, marcadores, mesas y sillas como así también los baños.

En este sentido, se hace necesario evaluar el ambiente externo actual y futuro en términos de amenazas y oportunidades ya que, como se menciona en el párrafo anterior, pueden ser determinantes a la hora de elegir la sede del dictado del curso.

Aspectos Curriculares (56 respuestas)

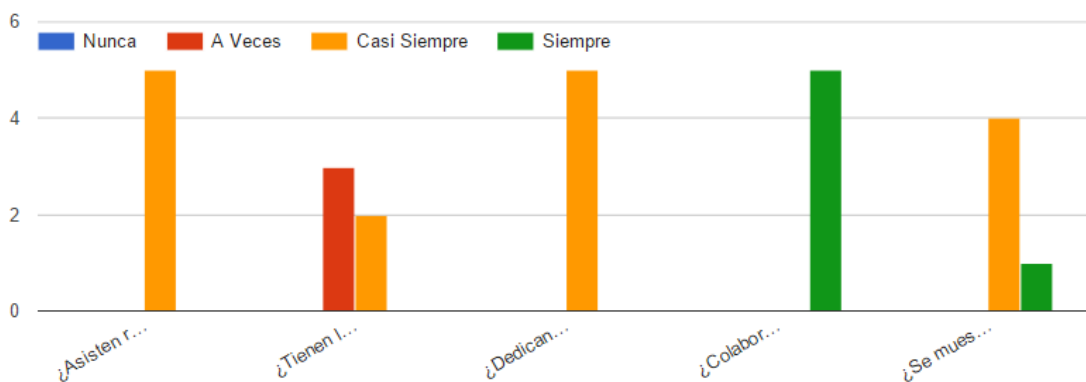


Propuesta Didáctica (84 respuestas)

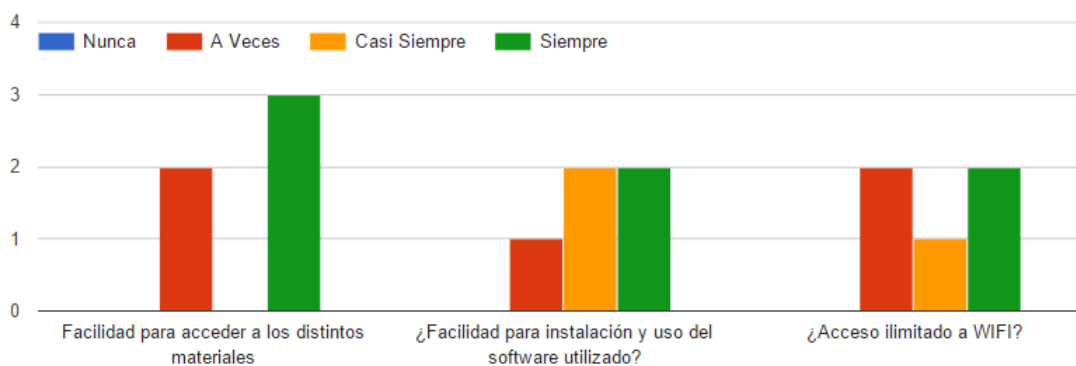




Los asistentes (70 respuestas)

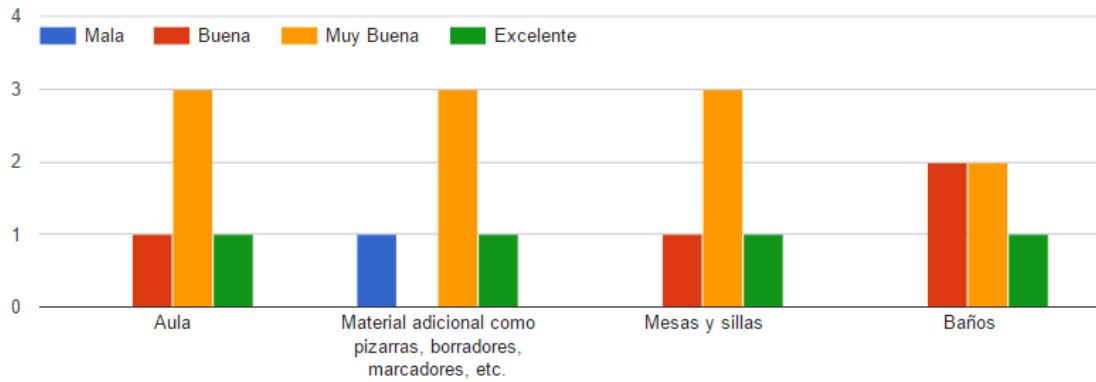


Entorno Tecnológico (42 respuestas)

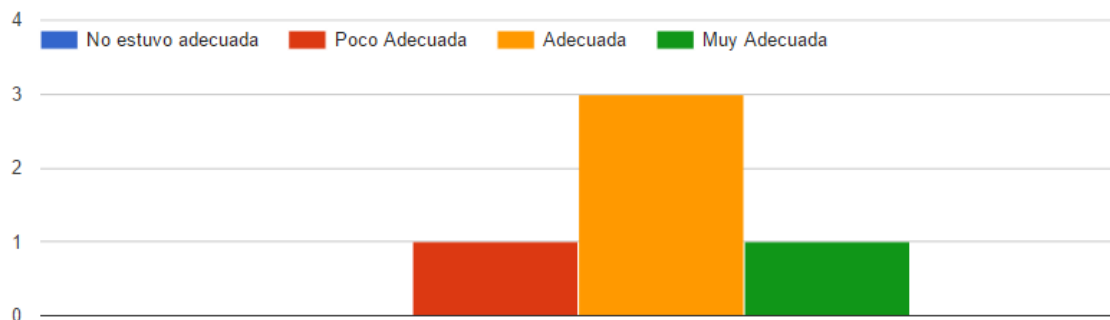




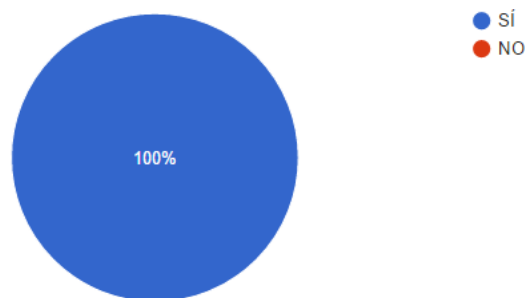
Infraestructura Utilizada (56 respuestas)



¿La duración del curso, fue adecuada? (14 respuestas)



¿Realizarías otros cursos con nosotros? (14 respuestas)





Modelo de Certificación:

El Señor Presidente del Directorio de la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional de la provincia de Córdoba, en uso de las atribuciones conferidas por Ley 10251 “Sistema Provincial de Formación Profesional y Capacitación Laboral”, y en virtud del acuerdo marco para el Sector Turismo de la Provincia de Córdoba y lo dispuesto por Resolución de la Presidencia del Directorio Nº 01119/2015 CERTIFICA que Murga Mayo, Carmen, M.I. Nº 93127115 ha participado y aprobado el curso en la especialidad Recepcionista en el marco del Programa de Formación por capacidades y saberes para el Sector Turismo, con una duración de 0 horas reloj, por lo que se le reconocen y acreditan las competencias y capacidades inherentes al diseño curricular del Catálogo de Certificaciones Oficiales aprobado por Resolución Nº 0676/08 y modificatorias de la Dirección de Jurisdicción de Capacitación y Formación Profesional, en el marco de la Resolución Nº 01798/03 del Ministerio de Educación de la provincia de Córdoba.

Dado en la localidad de Tanti, finalizado en el mes de Julio del año 2015.

Lic. Gustavo Santos
Presidente
Agencia Córdoba Turismo

Sr. Juan Grosso
Presidente
Agencia de Promoción y Empleo y Formación Profesional

empleocba AGENCIA CORDOBA TURISMO AGENCIA de Promoción de EMPLEO CFI CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES GOBIERNO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA PROGRAMA DE FORMACIÓN POR CAPACIDADES Y SABERES EN EL SECTOR TURÍSTICO

Características: A modo de formalizar la participación de los asistentes, cada curso contó con una resolución expedida por la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional para la validación oficial de los mismos. Las firmas de las partes participantes en el proyecto por parte de los presidentes de la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional y de la Agencia Córdoba Turismo.



Entrega de Certificados:











TAREA 11

ELABORACIÓN DEL DIAGNÓSTICO FINAL DEL PROGRAMA DE FORMACIÓN POR CAPACIDADES Y SABERES EN EL SECTOR TURÍSTICO

OBJETIVO DE LA TAREA

El mismo tiene como fin las conclusiones principales de cada capacitador a modo de visualizar a la coordinación técnica y dar un panorama general los resultados obtenidos en cada experiencia a partir de la implementación de los cursos pilotos.



Con los resultados obtenidos a través del desarrollo de las diferentes tareas que integran el Plan de Trabajo de la presente asistencia técnica, se confecciono el Diagnóstico Final del Programa en el cual incluirán:

- a. Resultados de las Metas Alcanzadas
- b. Grado obtenido acerca de la capacidad instalada en gestión y planificación
- c. Análisis del impacto de las acciones
- d. Evaluación del compromiso generado con los distintos actores locales

a- Resultados de las Metas Alcanzadas

La evaluación de las metas alcanzadas tiene la finalidad de retroalimentar la gestión del proyecto, suministrando información para tomar decisiones con respecto a:

- Consistencia de la Planificación del Proyecto
- Viabilidad y sustentabilidad de los objetivos y actividades del proyecto
- Los procesos de distinto tipo que se generan en la ejecución del proyecto
- El cumplimiento de las acciones y los resultados del proyecto según el cronograma y los tiempos previstos.
- La perspectiva de los asistentes y de las instituciones que ejecutan in situ el proyecto acerca de los procesos y los resultados del mismo.
- La eficacia, eficiencia y calidad de los resultados; así como los impactos que generan los programas y proyectos no solo en el asistente sino también en la comunidad local.
- La modificación de lo planificado ante cambios tanto positivos como negativos o de mejora continúa.
- El redimensionamiento de la cobertura del programa ya sea por demanda o necesidad.

A partir de cada uno de los Sub sectores se realizará un informe general de cada uno de los perfiles que se dictaron. A saber:



PROGRAMAS:

De los perfiles que se seleccionaron como prioritarios:

Para el Subsector Hotelero:

- Recepcionista: MIRAMAR, TANTI, ACHIRAS
- Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1

Curso: Recepcionista

Localidad: TANTI

Al inicio del curso hubo 27 alumnos, y de éstos, 21 de forma permanente llegaron al 80 % con su asistencia. Los motivos detectados de tal filtró, en algunos casos fue debido al horario de cursado, por motivos laborales no permitía su asistencia regular. Otro motivo fue cantidad de días, ya que algunos debían trasladarse de ciudades vecinas, la altercación poder llegar a las 14 hs. tres días a la semana fue notoria.

El grupo fue bien homogéneo, en edades, localidades vecinas y capacidades, ya que participaron personas que trabajaron en el área, y otras, dueñas de cabañas, empresarios de la zona con el fin de mejorar su rol para el recibimiento de los turistas.

Los encuentros se desarrollaron de forma armoniosa en base a los principios de la educación popular, considerando a los participantes con sus saberes previos, en un intercambio enriquecedor, con la guía de la currícula diseñada, y ampliándose según las características y necesidades detectadas según la localidad de Tanti y alrededores.

Materiales y Presentaciones



El contenido curricular mínimo fue el común para todas las localidades en las que se dictó este perfil profesional, pero los temas se fueron abordando en orden diferente a consideración de cada capacitadora según el lugar de dictado y el nivel de curso.

Las clases fueron activas, de permanente diálogo entre la capacitadora y los miembros del grupo, poniendo énfasis en las inquietudes de los alumnos. Las jornadas fueron preparadas una a una con material acorde al tema, experiencia e investigación a través de Internet, siempre con el respaldo del material didáctico; por tal motivo no hubo demasiado uso de recursos tecnológicos como cañón y pantalla, visto que los tiempos eran cortos; la metodología usada fue de dictado de los contenidos teóricos y resolución de los problemas del cuadernillo didáctico. Ha pedido de los alumnos, por el idioma “inglés”, se proyectaron videos con diálogos traducidos y subtitulados para afianzar las inquietudes de los mismos, además, para la visualización de los sistemas informáticos en uso actualmente en algunos hoteles, se han proyectado a través de power point distintos modelos.

Para mejor evaluación de los contenidos, no sólo se puso en práctica diálogos, realización de planillas, resolución de problemas, dramatizaciones, sino que también se realizó dos evaluaciones diagnósticos, presentaciones orales e intercambio de ideas entre todos.

Clases Prácticas

Para beneficio e estimulación de los alumnos en el ámbito laboral, se realizó dos visitas; una de ellas al “Hotel Las Lajas 4*” de la ciudad vecina de Carlos Paz, la otra en la misma localidad de Tanti, “Complejo de Cabañas El Alto”, con ésta última se pudo poner en práctica el sistema de atención y recepción de reservas y distintas situaciones que se pudieran producir, lo cual entre las dos visitas produjeron resultados muy satisfactorios.

Se realizó una charla con un recepcionista-conserje con vasta experiencia en el área, donde los alumnos pudieron suprimir todo tipo de dudas e inquietudes, siendo muy productivo para ellos.

Carga Horaria



Teniendo en cuenta el programa de contenidos, la adaptación a las necesidades de la zona, ampliación de temas elementales para mejorar el desempeño del perfil profesional, la carga horaria fue suficiente y justa de 72 horas el curso completo. Mínimamente se debió abordar contenidos de otros cursos puesto que es de suma necesidad por las exigencias pertinentes a la hora de la inserción laboral de conocimiento general.

Referente Local

Estuvieron presentes todas las clases, entre los 2 empleados bajo su mando y el mismo Director de Turismo. Al Intendente, quien tuvo la gentileza el primer día, en dar la bienvenida al alumnado y a la capacitadora. El dueño de las instalaciones “Complejo Cabañas El Alto”, por ceder sus confortables y bien ubicadas instalaciones, con los medios tecnológicos a nuestra disposición y la cortesía de ofrecer un coffee-break cada jornada ya que muchos llegan a la capacitación y salen directamente a sus trabajos o estudios.

Curso dictado: RECEPCIONISTA

Localidad: ACHIRAS

INTRODUCCIÓN

Mediante la Agencia de Promoción de Empleo y Formación Profesional del Gobierno de la Provincia de Córdoba, el Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el sector turístico, se presentó la posibilidad de llevarlo a cabo en la localidad de Achiras para el perfil de “repcionista”, llevándose a cabo dos veces a la semana (Lunes y Viernes) desde las 13:00 hasta las 15:30 en el Salón de Usos Múltiples (SUM).

OBJETIVOS

- Brindar a la población interesada conocimientos acerca del tema para poder desarrollar tareas afines.



- Generar interés y participación en la actividad turística, brindando la posibilidad de generar ideas y proyectos.
- Generar interés y predisposición para realizar diversas capacitaciones e ir adquiriendo nuevos conocimientos.
- Generar interés acerca de la diversidad de conocimientos que pueden adquirirse.
- Lograr la participación de cada uno de los interesados, permitiendo y colaborando para lograr en ellos un buen desempeño y que puedan desenvolverse como corresponde.

DESARROLLO

Con respecto a la cantidad de interesados, en un primer momento hubo muchos inscriptos, lo cual demostró un gran interés por parte de la población lo que generó un gran incentivo para poder llevarlo a cabo. La capacitación concluyó con un total de 19 alumnos, por diversos motivos, principalmente el trabajo muchos fueron dejando. El grupo fue totalmente uniforme, con respecto a edades, intereses, motivos por el cual realizaban la capacitación, como así también con pensamientos bastantes semejantes con respecto al turismo y la actividad turística que en la localidad puede desarrollarse.

Las actividades llevadas a cabo, fueron planeadas y organizadas antes de cada clase, siguiendo una currícula determinada. Cada módulo o unidad fue evaluada ya sea de manera oral o de forma escrita. Unas clases antes de concluir con el dictado de la capacitación hubo una visita al Hotel Aymará (último hotel inaugurado en la localidad), recepcionistas del alojamiento permitieron realizar una visita guiada del establecimiento, comentando acerca del funcionamiento, reglamentos, turnos y actividades que se llevan a cabo. La visita resultó de gran importancia pudiendo aplicar en lo práctico y real todo lo visto en los módulos trabajados.

La carga horaria establecida desde un principio fue de 72 horas, esto no fue así, debido a que se finalizó con el material antes del cumplimiento de esa cantidad de horas. La cantidad de horas trabajadas fue de 35 horas.



CURSO DE INGLÉS APLICADO AL TURISMO (Nivel I, II y III)

Localidad: CÓRDOBA CAPITAL

INFORME

Los cursos de “Inglés Aplicado al Turismo” en los niveles I y II , surgen de una necesidad expresada desde los mismos interesados, en su mayoría agentes de Turismo así como estudiantes de la carrera y empleados de la Secretaría de turismo de la Municipalidad de Córdoba. Todos compartían el deseo de poder ayudar al turista que llega a Córdoba, a quien deben asesorar de la mejor manera usando el Inglés como herramienta de comunicación internacional, como también a agentes de viajes quienes deben hablar y negociar con sus pares de otros países en Inglés.

Ambos cursos comienzan siendo los proyectos de 100 horas cada uno. La carga horaria fue de tres horas por clase dos veces por semana y fueron dictados en la sede de la ACAV. Cabe señalar que se nos otorgó todo el apoyo de una muy buena y efectiva atención administrativa, además de brindarnos la comodidad de sus instalaciones perfectamente equipadas a tal fin.

El curso de Nivel I comenzó con 19 alumnos y finalizó con la asistencia de 17 alumnos. La experiencia del curso, de acuerdo a los exámenes finales y las encuestas de satisfacción fueron excelentes, obteniendo todos un promedio de 75 a 90 puntos como resultado en los exámenes tanto orales como escritos. Fue un grupo muy entusiasta y con muchos deseos de aprender y aplicar lo practicado en clase. El contenido de lo aprendido en este nivel fue muy útil para recibir a los turistas y dar las instrucciones de cómo llegar a algún destino, comentar y asesorar sobre lugares turísticos locales.

El curso de Nivel II también comenzó con 9 alumnos de los cuales aprobaron los 9 en su conjunto. Los comentarios obtenidos de la misma manera que en el de nivel 1, fueron que todos los asistentes disfrutaron de cada clase, en parte por el método aplicado, lo que hacía el aprendizaje de una manera lúdica y dinámica como para estar participando activamente las 3 horas de duración de cada clase. Los



contenidos aprendidos fueron de suma utilidad para llevar a cabo diálogos con los clientes teniendo una mayor fluidez y variedad léxica.

Las docentes a cargo de los cursos estuvieron muy comprometidas en todas las actividades, y fueron solicitadas por sus ex alumnos para dar los cursos en el corriente año para los cursos de los mismos niveles a abrirse el año siguiente. Lamentablemente no pudieron hacerse cargo por sus otras obligaciones laborales adquiridas con anticipación.

Los Cursos de INGLÉS APLICADO AL TURISMO niveles nivel III del curso ,que se comenzó a dictar en las instalaciones de la Cámara de Turismo de Córdoba, pero que se trasladará a ser dictado en el Obispo Mercedillo debido al incremento en las personas interesadas en el mismo. En el nivel 3 , 13 estudiantes.

Este grupo finalizó con un total de 10 alumnos.

El trabajo entre los alumnos y docente fue ameno y con muy buena predisposición de los alumnos, muy demandantes ya que solicitaban a la docente cualquier material extra que tenga disponible para reforzar lo que han visto. Cumplieron, en su mayoría, con la tarea. Siempre informaban si no podían asistir y solicitaron a la docente y compañeros lo hecho en clase y la tarea asignada.

El único inconveniente que tiene el grupo es que, según manifestaron fue la época del año ya que algunos tenían sus vacaciones asignadas, y tienen que faltar, poniendo en riesgo la regularidad de asistencia al curso. Otro inconveniente es que los alumnos dicen estar en temporada alta en sus actividades, lo que hace que muchas veces tengan que llegar entre media hora y una hora tarde. En términos generales, los alumnos manifiestan que el curso les sirve mucho y que el material y método de trabajo es de su agrado.

Para el Sub Sector Gastronómico:

- Expendedor de Bebidas y Alimentos: CAPILLA DEL MONTE, ALMAFUERTE, ALTA GRACIA

Curso de Capacitación: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Localidad: CAPILLA DEL MONTE



El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico ofrece en Capilla del Monte la capacitación para el perfil "Expendedor de Alimentos y Bebidas", con un encuentro semanal el día martes, de 15 a 19 horas, en las instalaciones del Petit Sierras Hotel, sito en Avenida Pueyrredon 622 de la ciudad homónima.

Si bien se inscribieron 16 personas, 9 de forma permanente. El contenido curricular mínimo fue el común para todas las localidades en las que se dictó éste perfil profesional del programa implementado por el Gobierno de la Provincia de Córdoba, la Agencia Córdoba Turismo, la Agencia de Promoción de empleo y formación Profesional y el Consejo Federal de Inversiones.

El grupo fue homogéneo ya que la mayoría es gente joven que trabaja en restaurantes tanto en el servicio de comedor como en cocina y algunos en hotelería trabajando en recepción alguna vez han trabajado en servicio de establecimientos gastronómicos.

En el primer encuentro se desarrolló una temática para evaluar los conocimientos de los alumnos y lo que se pretende profundizar o ampliar. A partir de la temática ofrecida más lo que se desea desarrollar se elabora el programa de contenidos basado siempre en el material.

Los encuentros se desarrollaron en base a los principios de la educación popular, considerando a los participantes con sus saberes previos, en un intercambio enriquecedor, con la guía de la currícula diseñada, y ampliándose según las características y necesidades detectadas. Las clases fueron muy activas, de permanente diálogo entre la capacitadora y los miembros del grupo, poniendo énfasis en los bagajes de conocimientos de los alumnos, para que se compartan y sea común.

Cada encuentro contiene una parte teórica y otra parte práctica donde se realizaron actividades, juegos de roles, trabajos prácticos, trabajos en equipo y trabajos individuales, haciendo hincapié en la calidad, el servicio de calidad en la atención al cliente, el aseo y la higiene y seguridad en el trabajo.



Los alumnos estuvieron desde el primer encuentro interesados en una clase especial de vinos e introducción a la cata, es por ello que se invitó a una sommelier especialista en vinos argentinos a brindar una clase, la cual resultó enriquecedora para todos en cuanto a servicio de bebidas y maridajes, pero por sobre todo se destaca el enfoque dado sobre la cultura del vino como una práctica para degustar y realizarlo con medida.

La participación de los alumnos fue fundamental en el desarrollo de todas las clases así como el interés demostrado y la voluntad de acercarse en cada clase con entusiasmo. Se destaca en los alumnos el interés demostrado y la búsqueda de ellos para hacer prácticas en otros establecimientos, incluso, a veces, participando mientras desarrollan tareas en horario de trabajo. Vale aclarar que a veces los alumnos no tenían quienes los reemplazarán en sus puestos de trabajo, los que, mientras estaban atentos en la atención de los clientes que llegaban al hotel, o en el caso del día que se hizo la práctica en el Restaurante Samadhi un alumno que en clases tuvo que trabajar para cubrir el turno de un compañero de trabajo, tomaban el curso.

Se merece una mención especial al Restaurante Zarzamora donde se hicieron las prácticas y se pudo trabajar con todos los elementos adecuados para el curso y al Sierras Hotel que nos pusieron a nuestra disposición el salón comedor, donde contamos con proyector y una mesa con coffee break en las primeras clases. Lo mismo para el Restaurante Samadhi que puso a disposición un salón especialmente para dictar el curso, estando en horario de atención al público.

Para la última reunión se proyectó una presentación de trabajo en grupos en la cual expondrán, a modo de resumen, todo el programa.

A modo de conclusión el programa de la capacitación ha sido acorde, y si bien, al contenido que fue brindado, se le fue agregando contenido, el material de trabajo ofrecido ha sido pertinente. En cuanto a la experiencia ha sido enriquecedora tanto para la capacitadora como para los alumnos y sobre todo se destaca el trabajo en conjunto con las capacitadoras del perfil "Expendedores de Alimentos y Bebidas" que desde un primer momento se compartió intereses, materiales, propuestas de trabajo y actividades para desarrollar en clase.



Con respecto a los alumnos asistentes, personas interesadas que se acercaron a preguntar y algunos de los colaboradores se observa la necesidad de realizar más cursos de este tipo, ya que permite capacitar y brindar posibilidades educativas y laborales en las localidades del interior de Córdoba.

Curso dictado: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Localidad: ALMAFUERTE

A través del “Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico”, se dictó en Almafuerite la capacitación para el perfil "Expendedor de Bebidas y Alimentos" a cargo de la Capacitadora Ana Carolina Chacón, realizándose dos encuentros semanales, los días lunes y jueves, de 14 a 17 horas, en las instalaciones del Centro de Comercio, Industria, Turismo y Servicios de Almafuerite sito en calle Pedro C. Molina 148 Almafuerite, Córdoba.

La encargada del área de Turismo de la Municipalidad de Almafuerite referente local, quien desarrolló un rol en la difusión y promoción de la capacitación en la localidad.

Las actividades comenzaron en tiempo y forma estipulada y fueron un total de 13 encuentros.

En el transcurso de la capacitación se inscribieron 24 personas, si bien asistieron todos al menos a una clase, solo finalizaron 14.

El diseño curricular, unidades de competencias, módulos y el material otorgado fue común para todas las localidades en las que se dictó este perfil profesional, motivo por el cual las capacitadoras mantuvieron constantes y fluidos canales de comunicación.

A partir del material propuesto por este programa implementado por el Gobierno de la Provincia de Córdoba, La Agencia Córdoba Turismo, La Agencia de Promoción del Empleo y Formación Profesional y el Consejo Federal de Inversiones se elaboró



una planificación de las clases, teniendo en cuenta fechas, cantidad de horas ,módulos, contenidos temáticos y actividades a desarrollar.

El grupo de asistentes fue homogéneo, participando en su mayoría jóvenes, interesados en mejorar su presente laboral.

Las clases fueron teórico/ prácticas, activas, con permanente participación del grupo. En los encuentros, se proyectaron imágenes, videos, se realizaron trabajos con distintos materiales como recortes de diarios y revistas, herramientas y utensilios de cocina, mantelería, vajilla, cristalería, cubertería, bebidas y alimentos, se realizaron también "role playing" o dramatizaciones representando situaciones de trabajo, trabajos en grupo e individuales, orales y escritos, actividades todas que apuntaron a un mismo fin, incorporar la práctica de la actividad de la mejor manera de acá al futuro.

En el cierre de la capacitación el grupo realizó una exposición de los tres módulos abordados en la misma a través de imágenes, afiches, mapas conceptuales y cuadros sinópticos de elaboración propia.



Curso dictado: EXPENDEDOR DE BEBIDAS Y ALIMENTOS

Localidad: ALTA GRACIA

INFORME FINAL PROGRAMA

"El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico ofreció en Alta Gracia la capacitación para el perfil "Expendedor de Alimentos y Bebidas", con dos encuentros semanales, los martes y jueves, de 14 a 17 horas, en las cómodas instalaciones del Centro de Comercio, Industria y Turismo de Alta Gracia y sus sierras, sito en Belisario Roldán 32 de la ciudad del Tajarar. El programa comenzó con un total de 25 personas, sólo 20 asistieron alguna vez a las clases y de estas, 14 de forma permanente. El contenido curricular fue el común para todos las localidades en las que se dictó este perfil profesional, pero los temas se fueron abordando en orden diferente, ya que por el diagnóstico realizado el primer día de encuentro con el grupo, se consideró más apropiado reforzar desde un principio la temática de la calidad de los servicios turísticos y la justificación de este programa.

El grupo fue homogéneo en dos partes, ya que participó gente que ya está desempeñando tareas en locales donde se expenden alimentos y bebidas y jóvenes estudiantes de la carrera de Turismo de la Escuela Superior de Turismo José Fernando Ferrari de Alta Gracia.

Los encuentros se desarrollaron en base a los principios de la educación popular, considerando a los participantes con sus saberes previos, en un intercambio enriquecedor, con la guía de la curricula diseñada, y ampliándose según las características y necesidades detectadas. Las clases fueron activas, de permanente diálogo entre la capacitadora y los miembros del grupo, poniendo énfasis en los bagajes de conocimientos que traen los alumnos, para que se compartan y pongan en común. Se invitó también a participar a expertos en temáticas específicas como "higiene y seguridad" y "gestión de calidad", Mónica Benítez, como así también un docente químico Américo Gonzalo Martínez, con profundo conocimiento de "enología", ante la inquietud de los mismos miembros del grupo, interesados en conocer más sobre los vinos.



En los encuentros se proyectaron videos, y se realizaron juegos didácticos, como el "señala las diferencias" entre servicios de poca calidad y de excelencia, "role playing" o dramatizaciones representando situaciones de trabajo, trabajos por equipos, en grupo e individuales, y trabajos orales y escritos. Se ha puesto énfasis en el recurso didáctico de las diapositivas considerando las nuevas aptitudes que presentan los jóvenes, quienes se manejan mejor con el lenguaje audiovisual antes que el escrito.

Es interesante cómo los participantes fueron analizando cada tema tratado durante las clases y lo relacionaron con sus prácticas habituales, evaluando si éstas se adecuan o no a las recomendaciones que se ofrecen en este Programa de Formación y comenzaron a ponerlas en práctica de la mejor manera en su trabajo.

También es muy bueno destacar la voluntad empresarial local de invitar a los empleados a realizar esta capacitación que se ofrece gratuitamente y por lo cual muchos de los participantes son compañeros de trabajo en locales donde se expenden alimentos y bebidas. El empleador de uno de estos grupos, ofreció un premio a sus empleados que aprobaron la capacitación y sugirió más temas de capacitaciones futuras.

Respecto de los jóvenes estudiantes de la carrera de Turismo, es destacable la actitud de sacar buen provecho de este programa, sumando así a los conocimientos que están adquiriendo a nivel académico en su formación profesional, saberes relacionados con la práctica de los servicios turísticos, y demostrando de esta manera su gran vocación por el aprendizaje y la convicción de que se debe aprovechar esta etapa de formación para adquirir habilidades en diversos campos, para en el futuro poder elegir la profesión a la que se dedicarán.

Al finalizar este programa, se realizó una evaluación sobre los contenidos desarrollados, la cual fue autoevaluada en grupo, con la riqueza pedagógica que este método de evaluación ofrece, ya que en el intercambio de las respuestas a las preguntas sobre los temas desarrollados, se produjo la discusión constructiva que dispuso las posibles dudas que hubieran. Los alumnos que aprobaron el curso son los siguientes: María Virginia Castro Fox, Laura Amuchástegui, Gisela Andrea Farfán, Melisa Procupez, Federico Osorio, María Virginia Vecchio, Nicolás Alberto Heredia,



Mercedes Capra, Paula Serradell, Mayra Eliana Gil, Yamila Roxana Pedernera, Mariana del Carmen Nieto y María Celeste Cabrera. Las evaluaciones se devolvieron a cada uno de los alumnos para que les quede como material de consulta permanente. Durante el último encuentro, los alumnos elaboraron entre todos un power point recordando diferentes momentos de esta capacitación, donde además de los conocimientos adquiridos se logra formar un grupo humano de gran calidez.

Para el Subsector Organización de Eventos:

- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales: VILLA DE LAS ROSAS, VILLA CARLOS PAZ, EMBALSE

Curso: Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Localidad: VILLA DE LAS ROSAS

El curso de Organización de Fiestas y festividades se realizó en Villa De las Rosas, dando comienzo los días lunes, miércoles y viernes en el horario de 14 a 17 hs. Gran porcentaje de presentismo con una cantidad de 12 alumnos.

El curso de organización de fiestas y festividades el curso de desarrollo de acuerdo a lo planificado para los módulos del curso, la cantidad de módulos, el temario y la carga horaria es apropiada para la Organización de eventos.

El manual tiene información complementaria pero no posee material acorde a los módulos descriptos, por lo cual se complementa con más información extraída desde otras fuentes.

En primer lugar se realiza una definición de organización de eventos, clasificaciones según alcance, naturaleza, públicos o privados. Luego a planificación en diferentes etapas desde la organización a la realización con ejemplos de eventos de diferentes dimensiones. Desde casamientos a congresos. Fiestas populares.

Luego pasamos por ceremonial, protocolo y orden de precedencia. Y además agregó un módulo que es relaciones públicas e imagen. Presupuestos y costos.



Los materiales que se utilizaron en este curso fueron:

- Powerpoints
- Videos
- Fotos
- Materiales para la realización de congresos, carpetas, merchandising, etc
- Internet
- Presupuestos de diferentes servicios para la realización del evento
- Planillas de costos

La devolución de los alumnos por parte de este curso fue, darse cuenta de la inmensidad de organización de eventos, de todo aquello que abarca y la amplia salida laboral que posee. Los objetivos de los alumnos fueron diversos, lo cual se pudo abarcar todo tipo de eventos.

Curso: Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Localidad: VILLA CARLOS PAZ

INTRODUCCIÓN

El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico, ofreció en la localidad de VILLA CARLOS PAZ la capacitación para el perfil de "Organizador de Fiestas y Festivales Regionales", con dos encuentros semanales, los días martes y jueves en el horario de 8 a 10 hs en el Salón de Reuniones de la Asociación Hotelera Gastronómica de Villa Carlos Paz, sito en Saavedra 60. El desarrollo de las actividades cumpliendo de esta manera una carga horaria de 40 horas.

OBJETIVO GENERAL

Al finalizar el curso, se espera que el participante haya desarrollado las capacidades necesarias para:



- Planificar y organizar todo tipo de ferias y festivales, gestionando la contratación de los servicios auxiliares a los mismos, la disposición de los espacios necesarios y la organización de los recursos humanos y materiales.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Gestionar la planificación y organización del evento. Contempla el análisis de los objetivos y propósitos del evento, realización del presupuesto, contratación de servicios auxiliares.
- Realizar la promoción del evento.
- Coordinar, supervisar y dirigir el equipo de trabajo.
- Revisar el lugar físico donde se realizará el evento, controlando el cumplimiento de las medidas de seguridad e higiene.
- Buscar patrocinadores para reducir los gastos de funcionamiento.
- Evaluar los resultados post evento para realizar mejoras y cambios en futuras ediciones

DESARROLLO DE LAS CLASES

La cantidad de inscriptos al curso fue de 42 personas concurriendo a clases en forma regular 17 alumnos quienes superaron la asistencia del 80% establecida como una de las condiciones para la obtención del certificado.

Si bien las edades de los concurrentes oscilaba entre los 18 y 55 años, se logra homogeneidad en el grupo debido a la temática e intereses. El hecho de que los concurrentes fuesen de diversas localidades del Valle de Punilla y zonas aledañas (Tanti, Villa Carlos Paz, Cosquín, San Antonio, Mayu Sumaj, Capital) aportó riqueza de experiencias y conocimientos sobre los eventos locales actuales y los posibles a desarrollar. Los encuentros se desarrollaron de manera amena, con notable participación e interacción del grupo entre pares y para con el docente, destacando la activa participación y creatividad del grupo.



MATERIALES Y PRESENTACIONES

El contenido curricular fue el común para todas las localidades en las que se dictó este perfil profesional, pero los temas se fueron abordando en orden diferente a consideración de cada capacitadora y, según conocimientos previos de los asistentes.

Las clases fueron activas, de permanente diálogo entre la capacitadora y los miembros del grupo, enriquecidas con videos, noticias actuales y teniendo en cuenta las inquietudes del alumnado.

Las clases fueron preparadas a diario de acuerdo a la demanda y expectativas, teniendo en cuenta el diseño curricular propuesto y agregando algunos temas fueron necesarios tales como Seguridad e higiene, Ceremonial y Protocolo, Costo, beneficio y rentabilidad.

El material teórico para el dictado de las mismas fue, en su mayoría, extraído de libros de la temática de autores nacionales y extranjeros, otros elaborados por organismos internacionales, experiencia profesional enriqueciendo de este modo el material. Se adiciono también mas material a cerca de la Elaboración de Presupuesto, Desarrollo de Propuesta Creativa y Comercial.

Las clases fueron respaldadas con material en formato Power Point, videos y dinámica de grupos. Los soportes digitales se compartieron con los alumnos una vez finalizada la unidad temática para reforzar conocimientos y evacuar dudas.

CLASES PRÁCTICAS

Resultó muy productivo para los alumnos participar en el Taller "Sponsoreo y Diferenciación" y estar en contacto con los disertantes ya que de esta manera palparon de manera directa uno de las actividades a desarrollar dentro de la organización de un evento que es conseguir sponsors para los mismos.

Otra experiencia memorable fue recibir al Sr. Fabián Flores, Presidente de la Comuna de Mayu Sumaj quien cordialmente nos visitó para compartir su "know – how" en la organización de una fiesta regional, en este caso la Fiesta del Pan Casero que se desarrolla en Enero en la localidad que él preside. Esta experiencia



permitió además que los alumnos puedan concretar en un futuro tareas de voluntariado en la organización de la Fiesta del Pan Casero, edición 2016.

La evaluación de los contenidos se realizó de manera constante ya que una de las primeras consignas fue proponer la realización de una Fiesta, Feria, Festividad o Evento que nunca se hubiese realizado y aplicar al mismo cada concepto aprendido en clase, aplicando la técnica del portafolios para llegar a la finalización del curso con un producto terminado e integrador de contenidos que pueda ser propuesto de manera real en la posible comunidad interesada.

El hecho de idear, desarrollar y planificar una propuesta concreta de manera individual, entusiasmó al alumnado que además clase a clase desarrolló la técnica de tormenta de ideas para cada uno de los proyectos, lo que enriqueció notablemente cada una de los trabajos de los pares.

CARGA HORARIA

De acuerdo al contenido teórico, la carga horaria fue adecuada. Se sugiere realizar actividades prácticas como poder participar en el back de la organización de un evento.

REFERENTE LOCAL

El curso se desarrolla en la Asociación Hotelera Gastronómica de Villa Carlos Paz, AS.HO.GA., donde la Lic. María Angélica Bocca es nuestra referente. Destaco la excelente predisposición para brindarnos el equipamiento necesario en tiempo y forma, cañón, rotafolio, fibrones como así también facilitarnos material gráfico como revistas de la Asociación, folletería, etc. y acceder a cambios de horarios cuando las circunstancias así lo obligaron.

Cabe destacar que las instalaciones han estado siempre limpias, tanto sala como baños, bien iluminadas y con temperatura acorde para que la permanencia de los alumnos y capacitadora fuera placentera.



Curso: ORGANIZADOR DE FIESTAS Y FESTIVALES REGIONALES

Localidad: EMBALSE

En el marco de la capacitación “Organizador de Ferias y Festivales Regionales”, llevada a cabo en la localidad de Embalse, 23 alumnos procedentes de Villa Gral. Belgrano, La Cumbrecita, Yacanto, San Javier, Villa Rumipal, Ciudad de Córdoba, entre otros, participan activamente del programa de formación.

Los asistentes al programa de capacitación, pertenecen en su mayoría al sector gastronómico, hotelero y turístico encontrándose en situación de educación formal muy buena. Cabe enfatizar, que, si bien la mayoría tiene estudios terciarios, sólo una minoría realizó capacitaciones asociadas a la organización de eventos.

La disposición a la capacitación fue excelente, tanto en la recepción de la información, el feedback en la comunicación, la interacción ante el desarrollo de trabajos prácticos y el interés por preguntar.

El diseño de cada encuentro se elaboró teniendo en cuenta los contenidos del material de estudios, según programa, integrando casos prácticos y temáticos educativos actuales con las exigidas en el ámbito empresarial del sector.

La misma se desarrolla en módulos complementarios e integradores que posibilita a los/las destinatarios adquirir capacidades específicas, consolidando una formación coherente con principios de calidad, de seguridad, toma de decisiones, iniciativa, adaptación a los cambios permanentes y trabajo en equipo eficiente.

Metodología

- Las actividades de trabajo fueron grupales y de confrontación de ideas, como así también las formas y estrategias utilizadas para resolver las situaciones propuestas por parte de los asistentes en cuanto a sus actividades en el ámbito de su trabajo.
- La vinculación teoría práctica se desarrolló mediante clases demostrativas y apoyo audiovisual (presentación power point, videos, planillas, casos reales, trabajos prácticos, etc.) En este punto, es importante destacar que el soporte audiovisual estuvo dispuesto en tiempo y forma; como así también el material bibliográfico.



- En el desarrollo de cada encuentro se fue diseñando un trabajo práctico integrador abocado al diseño, creación, planificación y organización de un evento regional, bajo la premisa de la integración cultural, la promoción local y el desarrollo de las economías regionales.

Organización operativa de la capacitación

- Convocatoria al curso: Muy buena.
- Respecto al recibo, la atención, disposición y trato para con el capacitador fue excelente.
- El lugar de dictado del mismo fue adecuado.

Conclusiones

En el marco del programa de Capacitación, los alumnos destacaron la importancia de crear espacios de capacitación que les brinde herramientas para generar emprendimientos, desarrollar especialización y disponer de oportunidades en un mercado altamente competitivo.

Para el Subsector Agentes de Viajes:

- Agente de Viajes Receptivo: VILLA DOLORES, RIO CUARTO, RIO CEBALLOS
- Tic's aplicadas al Turismo: MIRAMAR, RIO CUARTO, RIO CEBALLOS

Informe del curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Localidad: VILLA DOLORES

El curso de agente receptivo se desarrolló en las instalaciones de CEDER Villa Dolores, se dictó los días Martes y Jueves en el horario de 14 a 17 hs.

En primera instancia el curso se desarrolló de con una introducción general , ya que los alumnos que se inscribieron al curso no tenían conocimientos sobre TURISMO por lo tanto se comenzó a trabajar con definiciones de turismo, rol de la comunidad receptiva, legislación, política turística actual, perspectiva y proyecciones turísticas.



Los temas se proyectaron en dos PowerPoint, que brindan un marco de importancia de la actividad.

Luego se comenzó a trabajar con los recursos turísticos, recursos naturales y culturales, del Valle de Traslasierra, para luego comenzar a armar paquetes y excursiones como agentes de viajes receptivos, en esta instancia hubo algunos inconvenientes ya que si bien los alumnos la mayoría eran locales no conocían la región, no podían identificar atractivos, tenían desconocimiento de ríos, cerros, museos, alojamientos, etc. Se realizó un relevamiento de la región con guías, revistas, internet, folletería y todo tipo de recursos que pueda brindar información turística, y atractivos. Una vez relevado los recursos se comenzó a segmentarlos según la demanda. Para que los alumnos como futuros agentes puedan saber que ofrecer según el perfil de turista.

Se relevó diferentes tipos de recreación y diferentes ofertas de alojamientos. Realización de transfer IN / OUT.

Perfil del agente de viajes, aspectos de personalidad para la atención de turistas, eficacia, el buen trato, la predisposición, el servicio, la amabilidad, etc.

Se realizó una jornada completa sobre tema Calidad, diferentes programas de la certificación de calidad y la importancia de la calidad como satisfacción al turista, como es posible la superación de la expectativa del turista a través de la calidad.

Turismo Sustentable y Responsable.

Luego se trabajó específicamente en agencias de viajes, que es una agencia, legislación nacional y resoluciones, agencias mayoristas, minoristas, EVT , AV, AP según legislación, componentes de una agencia de viajes, y organigrama, rol del agenciero, asesoramiento, venta de productos intangibles, estrategias de marketing para la venta de productos intangibles.

Asesoramiento del turista en lo que respecta a la documentación, migraciones, visas a diferentes países , controles sanitarios, diferentes requisitos de ingreso a países (por ejemplo India, EEUU, Canadá, etc), autorización y permisos a menores, etc.

Equipaje, cantidad de kilos permitidos, excedidos, pérdida de equipaje.



La carga horaria planteada para este curso fue escasa, ya que según el perfil del alumnado hay que realizar una introducción al turismo. Los módulos son correctos en relación al perfil de Agente de viajes receptivos.

Con respecto al manual del agente de viajes, se propone información acorde a los módulos planteados.

Los materiales que se utilizaron para la realización de este curso fueron:

- Powerpoints
- Internet
- Videos
- Folletería
- Guías
- Mapas

La devolución por parte del alumnado concluyó en que realmente adquirieron concientización y sensibilización turística, la mayoría creía vivir en un lugar que no era turístico, y hoy saben que si lo es, la importancia económica de la actividad como calidad de vida para la comunidad.

Todos coincidieron en la importancia del turismo en el Valle y el interés que despertó el curso en comenzar a conocer los recursos turísticos y la potencialidad (hasta ahora desconocidos)

Informe del Curso dictado: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Localidad: RIO CUARTO

El curso de Agente de Viajes Receptivo dictado en la ciudad de Río Cuarto, al inicio asistieron cuatro (4) personas y fue dictado en las instalaciones del Hotel Menossi.

A partir de la segunda clase el curso se trasladó a la sede de la Dirección de Turismo de la ciudad y se sumaron seis (6) alumnos.

En total se inscribieron diez (10) alumnos. De los cuales, ocho asistieron de manera estable y dos tuvieron que abandonar el curso por cuestiones laborales. Dos personas se encontraban desempleadas y una trabajaba en un comercio no



relacionado al sector turístico. Además, salvo una persona, el resto eran profesionales de turismo o trabajaban en el sector, lo cual permitió avanzar más ágilmente con los contenidos propuestos.

Las clases se dictaron siguiendo los contenidos planteados, haciendo hincapié en la calidad de los servicios a la que debía aspirar un agente de viajes receptivo. Para poder lograr esto, se realizó una clase de introducción al turismo, para clarificar conceptos, y se introdujo el concepto de calidad turística.

Luego se abordó el marco legal asociado a la actividad de turismo receptivo. Se trabajó sobre las siguientes leyes y resoluciones:

- Ley 25997.
- Ley 18829.
- Resolución 532/2001.
- Resolución 1027/2005.
- Resolución 858/2007.
- Resolución 997/2007-Memorandum de Entendimiento con la República China.
- Resolución 66/2010.
- IRAM SECTUR 42910-Empresas intermediadoras de Servicios Turísticos.

Una vez finalizado con el marco legal y de comprender los requisitos necesarios para poder operar como un agente de viajes receptivo, se profundizó sobre los conceptos de calidad, se explicó lo que significa certificar una norma de calidad y lo que implica para una empresa adaptarse a la norma.

A continuación, se definió el proceso de traslado de un pasajero desde la terminal de arribo al hotel y viceversa.

Para finalizar, se realizaron casos prácticos y juegos de roll play. Además, se hizo un city tour por la localidad para que alumnos conocieran su destino y de esta forma pudieran brindar información a sus clientes, si llegaran a solicitarlo.



Informe del curso: AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

Localidad: RIO CEBALLOS

El curso fue dictado en el salón principal del ex hotel “18 de Marzo”, hoy sede municipal del área de Cultura. Actualmente, las antiguas habitaciones del hotel son ocupadas por ciudadanos de distintas localidades de Sierras Chicas que perdieron sus viviendas en las inundaciones del pasado 15/02/2015. Al concluir el dictado de las clases, y pese a la buena predisposición de los encargados del CEDER y los responsables del área municipal, se considera que no es un ambiente apropiado para el desarrollo de cursos, dado a que se torna una situación incómoda tanto para la docente, como para los alumnos y hasta las mismas personas que allí viven. Además, dicho edificio no cuenta con computadoras, ni buena conexión de internet, lo cual imposibilita la visualización de videos, PowerPoint, y demás herramientas fundamentales para el dictado de clases en la actualidad.

Con respecto al material de estudio brindado, cabe resaltar que es precisa una introducción de los conceptos básicos del “Turismo”, para situar a los alumnos dentro del contexto educativo y poder realizar un diagnóstico del grado de capacitación de cada uno y del grupo en general, y de esta manera nivelar los conocimientos. Además se consideró oportuna la realización de un trabajo práctico en donde los alumnos aplicaron todos los conocimientos teóricos adquiridos y de esta manera las clases se tornan más amenas y dinámicas. El mismo consistió en el armado de una Empresa de Viajes de Turismo Receptivo. De esta manera, cada alumno se situó en un caso práctico, en donde recibían a un determinado grupo de turistas, al que debían ofrecerle el paquete turístico más apropiado a sus características, necesidades y deseos, teniendo en cuenta la documentación, habilitaciones y requisitos que debían ser cumplidos para el correcto desarrollo de esta labor.

Por otro lado, se estima necesario replantear el título otorgado al curso (“Agente de Viajes Receptivo”), dado que los alumnos lo consideran confuso.



Concluyendo, se considera de acuerdo a lo manifestado por el alumnado, que el curso ha sido de gran utilidad para desenvolverse en sus actividades, ya que la mayoría trabaja o aspira trabajar en el área turística.

Informe Curso: TIC' S APLICADAS AL TURISMO

Localidad: MIRAMAR DE ANSENUZA

El curso de TIC's Aplicadas al Turismo, dictado en la localidad de Miramar de Ansenusa. Con una duración de 40 hs reloj. Matrícula inicial de 20 alumnos, concluyendo el cursado un alto porcentaje.

Se realizó en las instalaciones del CEDER. El alto compromiso de los facilitadores regionales dio al curso las herramientas necesarias para una óptima realización. El edificio cuenta con computadoras con un mantenimiento bueno, con conexión de internet por cable. Debido a que la conectividad territorial es baja, algunos alumnos compartieron señal para WIFI desde sus celulares, y otros prefirieron llevar sus equipos para trabajar.

El material de estudio brindado, es un compendio dinámico donde se resumen todas las redes su funcionamiento y beneficios de su utilización, al igual de otras temáticas que hacen a la comprensión de la comercialización digital.

La heterogeneidad de población estudiantil, sus expectativas, conocimientos y experiencias previas con la materia de estudio, llevó a generar instrumentos de nivelación acorde a las necesidades surgidas.

Se sumó al material de estudio, en la introducción parámetros básicos para la comunicación comercial, conceptos de la actividad turística, tendencias del sector y el modelo de brechas como base para comprender la responsabilidad del mensaje en la calidad y satisfacción del cliente. Surge como interés introducir en el manejo de las plataformas de reserva Booking y Tripadvisor.

Se desarrolla el Plan de comunicación digital como punto de partida para la comprensión y aplicación de las diversas herramientas disponibles.



El dictado del curso se dinamizó, con la participación activa del alumno y se complementa el material didáctico con la proyección de videos, PowerPoint, investigación en la web, práctica.

Las evaluaciones se realizaron por temas a través de actividades grupales e individuales en las cuales se propone la aplicación de herramientas trabajadas dejando claro los conocimientos teóricos adquiridos.

Se propone redefinir el título otorgado al curso (“TIC’s Aplicadas al Turismo”), dado que varias expectativas de los alumnos se manifestaban como diseñadores de página web, de Blogs y programadores, lo cual no es posible de lograr con la carga horaria, y está fuera del alcance y objetivo del curso. Se propone (“Comercialización 2.0 aplicado al Turismo.”).

En Conclusión se cumplió con los objetivos propuestos. El compromiso y predisposición de todos, facilitó la comprensión y práctica de los temas abordados. Los participantes manifiestan tener una mirada más amplia de las redes, su grado de intervención en la comercialización y el alcance masivo, redirigido y efectivo en la comunicación. También compartieron que comenzaron a aplicar de las herramientas obtenidas en sus puestos de trabajo, búsqueda de empleos y diseño de estrategias empresariales.



Informe Curso: TIC' S APLICADAS AL TURISMO

Localidad: RIO CUARTO

El curso de Tic's aplicadas al Turismo, dictado en la ciudad de Río Cuarto, inició en el Hotel Menossi en el que asistieron siete (7) personas.

A partir de la segunda clase el curso se trasladó a la sede de la Dirección de Turismo de la ciudad y se sumaron ocho (8) alumnos.

En total se inscribieron diez (17) alumnos. De los cuales, doce asistieron de manera estable. Del total, dos personas eran estudiantes de turismo, una peluquera, dos estudiantes de colegio secundarios y el resto eran profesionales de turismo o trabajaban en sector.

Las clases se dictaron siguiendo los contenidos planteados. Para este curso estaban claramente definidos, al igual que los objetivos a lograr. Esto orientó fácilmente el trabajo con los alumnos.

La temática permitió abordar no sólo casos de turismo, también se utilizaron ejemplos de otros sectores, de acuerdo a los intereses de los alumnos.

Se comenzó con las Redes Sociales. Se analizaron Facebook, Twitter, Pinterest, LinkedIn, Google+, Youtube y cuáles eran los usos más comunes en turismo.

Se continuó con el posicionamiento en buscadores, para comprender qué cosas debían tenerse en cuenta a la hora de crear o administrar un sitio web para estar bien posicionado y poder captar clientes.

Luego se trabajó sobre los Blogs. Se analizó cómo se crean y para qué sirven. También se estudiaron los usos más frecuentes.

Con los conocimientos de posicionamiento en buscadores y Blogs, se dio lugar al estudio de la herramienta AdWords, de la empresa Google. Ésta sirve para publicitar en los medios de la empresa y para pagar por posicionamiento dentro de los buscadores. Por su amplio uso en el sector turístico, se pudo analizar varios ejemplos. Incluso se accedió a la plataforma de unas campañas de un complejo de cabañas y se mostraron ejemplos reales de campañas realizadas por este medio.

Por último, se estudiaron contenidos sobre cómo armar un plan de comunicación digital. Los alumnos realizaron un plan como tarea final del curso.



Se sugiere que como requisito fundamental para dictar el curso, el lugar físico ofrezca o bien buena WIFI, o PC con internet para poder hacer las clases más dinámicas y vivenciales.

Para el Subsector Público:

- Informante Turístico: MIRAMAR, LA FALDA, VILLA RUMIPAL
- Animación y Recreación: VILLA GENERAL BELGRANO, CÓRDOBA CAPITAL, ALMAFUERTE

INFORME FINAL SOBRE CURSO: INFORMANTE TURÍSTICO

LOCALIDAD: MIRAMAR

- Días y horarios de cursado: Vie de 18:30 hs a 22:30hs – Sáb 14 hs a 18 hs
- Total de Clases: 18 Horas de dictado por cada clase: 4 Total de Horas: 72
- Lugar: CEDER Miramar de Ansenzuza

BREVE RESEÑA DE LAS ACTIVIDADES LLEVADAS A CABO

Se desarrollaron 18 clases en total. En las mismas, trabajamos desde las funciones y roles del Informante Turístico, como el mismo está inserto en la importancia del turismo como actividad económica, desarrollando actividades de lectura, indagación y registro de las localidades de cada región turística de Córdoba hasta recorridos con mínimos relevamientos e identificación de potenciales atractivos.

Recorridos realizados – dentro de la Región de Ansenzuza – las localidades de: Colonia Vignaud, descubriendo en la misma el potencial para incluirla dentro del Turismo Religioso; Balnearia, con su acervo ferroviario que nos permite trasladarnos a los principios del Siglo XX cuando el ferrocarril gestaba pueblos tras su radicación en éstas tierras; Marull y su abanico de atractivos para incluir en las opciones de Turismo Religioso, Turismo Rural, entre otros; La Para con su impronta de Turismo Sustentable en desarrollo y Miramar de Ansenzuza, con su indiscutida oferta de sol y



playa, donde los emprendimientos productivos también emergen fortaleciendo los atractivos y opciones para que el turista se inserte en nuevas experiencias.

De cada una de las localidades visitadas, se realizó un relevamiento de los atractivos turísticos existentes y aquellos potenciales para incluirlos en la oferta.

Y del resto de las localidades de la Región de Ansenúza, el enfoque en los grandes Centros Urbanos mencionando los datos más importantes de contacto.

Las clases se desarrollaron en la sede del CEDER de Miramar de Ansenúza.

Se realizó la presentación del docente y los participantes indagando sobre las experiencias de trabajo de los asistentes con el fin de detectar sus conocimientos previos y expectativas.

Se desarrollaron los conceptos vertidos en el Material. Por lo mismo, las actividades fueron centradas en conocer la Región de Ansenúza, por el hecho de vivir, trabajar y pertenecer a la misma y considerando que cualquier actor social, desde la función que cumpla, en algún momento desempeña el rol de Informante Turístico.

Los días sábados fueron los elegidos para recorrer los destinos, realizando pequeños relevamientos en los mismos, y documentando después los tipos de atractivos y en lo posible, la Planta Turística.

Además, esto permite generar vínculos y afianzar nexos entre los actores sociales involucrados, autoridades y participantes.

CONCLUSIONES OBTENIDAS DURANTE LAS MISMAS

De acuerdo a los conceptos vertidos se llegó a las siguientes conclusiones:

Al haber recorrido “In Situ” las localidades mencionadas los asistentes manifestaron cómo facilita ahora contar o informar sobre los atractivos y ofertas de las mismas.

Por razones de tiempo y recursos no pudimos visitar más localidades de la Región.

En el material, donde se mencionan las localidades se actualizaron datos de contacto de Marull, y Miramar de Ansenúza y la localidad de La Para. Algunos asistentes dejaron el cursado de las clases, por razones laborales que no les permitieron su continuidad. No obstante, expresaron la importancia del dictado del mismo en nuestra región.



Aún teniendo residencia en un lugar turístico como Miramar de Ansenúza, los asistentes no conocían algunos emprendimientos productivos y atractivos del lugar.

En virtud de lo anterior, se ha destacado y visualizado potenciales productos turísticos para incluir a la oferta del destino, ampliándose y generando visibilidad de los mismos. Incluyendo nuevos actores sociales y operadores.

Que si no se conoce las localidades vecinas al destino, y sus atractivos difícilmente se pueda desarrollar el rol de Informante Turístico en una Región que busca insertarse y afianzarse en la oferta turística de la provincia de Córdoba.

GESTIÓN DE MATERIALES INFORMATIVOS PARA LOS ASISTENTES:

Los asistentes al Curso de Informante Turístico recibieron sin costo los siguientes materiales:

Catálogo del “Itinerario Cultural Ferroviario” Ley 10056. Gentileza de la Asociación de Amigos del Patrimonio Histórico de Ansenúza, Suquía y Xanaes.(A.P.H.A)

Catálogo “Circuitos Turísticos de Ansenúza, Suquía y Xanaes”. Gentileza de la Asociación de Amigos del Patrimonio de Ansenúza, Suquía y Xanaes (A.P.H.A.)

En gestión, por ser recibidos

Circuito Turístico Religioso Brocheriano Villa Santa Rosa – Cuna del Cura Brochero

Museo Histórico Municipal de Villa Fontana

Paseo Ecuménico “Vía Crucis San Juan Pablo II y Camino de las Cruces de Marull.

Folletería General de los Museos de la zona.



Informe del curso de Informante Turístico

Localidad: LA FALDA

ACTIVIDADES REALIZADAS (extras)

Después de haber realizado, el dictado correspondiente de la unidad de competencia 1 y 2 se realizó una salida técnica con el propósito de aplicar los conocimientos adquiridos.

El trayecto realizado en esta primera salida fue desde el Edén Hotel hasta el dique San Jerónimo recorriendo la Localidad de La Cumbre, sus recursos más importantes, Estancia El Rosario y Reserva Ecológica de Monos Carayá.

Dentro de las últimas dos unidades trabajadas se encuentran contempladas las tareas específicas de un informante turístico por lo cual se realizaron dos salidas técnicas que fueron muy interesantes para adquirir nuevos conocimientos acerca de recursos, actitudes y aptitudes de un informante y la importancia de la comunicación, pautas de presentación personal, reglas de cortesía, actitud frente a conflictos o imprevistos, observación y vocabulario técnico, las mismas fueron desarrolladas en Pampa de Oláen el recorrido incluyó Cooperativa de Trabajo Olaén, en donde se observó el proceso de elaboración de prendas en telar desde la esquila de lana de ovejas y llama hasta la realización de la urdimbre para la elaboración de las mismas, como así también invernaderos de plantines florales y verduras. Continuando hacia La Cueva del Indio a la cual accedimos muchos en caballos y otros en vehículos 4x4.

En la tercer visita se desarrolló en el Hotel El castillo de Valle Hermoso, fábrica de embutidos artesanales Nono Chichín y Capilla San Antonio.

La charla “Desde el alero”. La misma se refiere de los primeros habitantes de nuestra región los comechingones y su legado dictada por la Dra. Roxana Catáneo en el museo conciencia de la localidad de Valle Hermoso.

CONCLUSIONES

Los objetivos de esta capacitación han superado las expectativas ya que se logró el manejo de conocimientos teóricos y prácticos.



El compromiso asumido por los alumnos tanto en la adquisición de contenidos y las salidas prácticas fue muy positivo, lográndose una masiva participación e integración del grupo de personas.

Esto desde el punto de vista de las asistencias, ya en que todos los casos cumplen con el requisito del 80%, cabe destacar esta actitud de compromiso, la mayoría son personas con diferentes responsabilidades laborales y familiares.

Tenemos como resultante de esta capacitación la satisfacción de informar la incorporación en el mercado laboral del turismo, de dos de los alumnos que realizan la capacitación ellos son Martin Gastón Abramo y la Prof. Silvia Villalba.

Entendemos que esta iniciativa es muy propicia y absolutamente necesaria para el crecimiento y categorización del turismo y fundamentalmente para el crecimiento de la región.

Con respecto a los alumnos y el lugar donde se realizó la capacitación se observa apropiado, tratándose del Edén hotel, con toda su carga patrimonial, lo que le dio una mirada muy paradigmática al dictado del curso y sirvió como ejemplo cuando trabajamos el concepto de patrimonio y su revalorización y puesta en valor.

También se pudo visualizar que los alumnos participantes se encontraron muy cómodos en el lugar aunque a muchos se les dificulta el acceso porque venían de otras localidades y no tenían medios de transporte urbano que los acerque en el horario de dictado de clases, ocasionándoles, por ello un gasto extra de servicio de taxi o remis, no impidiendo esto la asistencia de los mismos al dictado y salidas prácticas.

Es destacable, que en el grupo de alumnos, surgió la idea de formar ya sea una asociación de informantes, o también una ONG o cooperativa quedando comprometidos de buscar un lugar donde reunirse cada 15 días para lograrlo, a esta iniciativa y poder contener así, a todos sus integrantes para ofrecer el servicio y comenzar muchos con una posibilidad laboral.



Informe Curso: INFORMANTE TURÍSTICO

Localidad: VILLA RUMIPAL

Atendiendo la importancia del turismo en la localidad como en sus zonas aledañas, el número de inscriptos ha sido bajo, siendo de 16 alumnos, luego de esto solo 1 persona más se adiciono al grupo, cabe la aclaración que 4 de estas personas nunca se acercaron a comenzar a las clases, solo estuvieron efectivamente los restantes 13 alumnos de los cuales se puede inferir que el grupo etario predominante es el juvenil/adolescente siendo estos el 60% aproximado del grupo. Debemos destacar que de acuerdo a su residencia, si bien casi en su totalidad son de la comunidad local donde se desarrolla el curso, asistieron alumnos de comunidades/ciudades de la misma Área Turística de Calamuchita.

Como recurso de comunicación se contó con un grupo de facebook, mails y grupo de whatsapp. Pese a la diferencia de edad expresada anteriormente el grupo ha funcionado de manera cohesionada, no representando un obstáculo para el desarrollo del mismo, se han observado acciones de cooperación mutua sobre distintos ítems. A su vez el respeto sobre la información y conocimientos que cada uno de los integrantes aportaba sobre el tema que se desarrollaba. Lo cual ha generado un clima de trabajo muy bueno.

Aquí se destaca las excelentes instalaciones brindadas por parte de la Municipalidad de Villa Rumipal; donde se disponía de 2 salones para poder utilizar ambos con comodidades distintas ya que uno posee cañón proyector, mientras que la restante que era de dimensiones más reducidas posee pizarra.

En cuanto a la organización de los tiempos resultó complicada al principio ya que se debieron acordar entre los alumnos y el capacitador los días y horarios para la realización del curso ya que surgían problemas de agenda en el uso de las instalaciones.

La temática del curso se ha desarrollado con gran aceptación y entusiasmo por parte de los alumnos observándose en el nivel de asistencia, solo 4 personas que no lo pudieron concluir por razones personales/laborales. Así mismo las personas que han podido concluirlo han demostrado sortear estos problemas con mucho esfuerzo ya



que en su mayoría poseen trabajos que son parte de la actividad turística debiendo tener en cuenta las fechas de eventos importantes como es el caso de la Localidad de Villa general Belgrano; el material ha sido fundamental en el dictado, se observó que en la primera parte (Marco Teórico del Informante Turístico) mucha participación por parte del alumnado dado que cada uno brindaba las experiencias de los lugares que conocían previamente, a esto se le sumó como recurso didáctico la proyección de videos; como cierre de esta etapa se solicitó que lo alumnos elaborarán un trabajo práctico; en la segunda y tercera parte el material fue de excelente calidad solo haciendo como salvedad la necesidad de adicionar un pequeño resumen de las nociones sobre relevamiento turístico y cuáles son sus partes, aquí se destaca el gran aporte de experiencias propias por parte de los alumnos ya que algunos poseen experiencia administrando hoteles o museos, otros en atención de establecimientos gastronómicos, informes turísticos y el resto como estudiantes de turismo. Como cierre de esta etapa se propone un recorrido por los principales puntos turísticos y de servicios de la localidad donde los alumnos expondrán y un roll play con situaciones aplicadas.

A forma de retribución a la comunidad se planteó la posibilidad de realizar un relevamiento turístico en la localidad y sobre el área turística

Informe del Curso: ANIMACION Y RECREACION

Localidad: VILLA GENERAL BELGRANO

El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico ofreció en Villa General Belgrano la capacitación para el perfil "Animación y Recreación Turística", con dos encuentros semanales, en las instalaciones del Hotel Boutique "Panacea" sito en Islas Malvinas 151 de Villa General Belgrano.

Las clases se prepararon con un esquema didáctico práctico, incluyendo elementos como globos, pelotas de colores, cintas, sogas caramelos y demás, pues el planteo pedagógico se quiso implementar coherentemente con el nombre del curso, Recreación y Animación Turística, para lograr desde el comienzo un clima de



aprendizaje activo y práctico con juegos motivadores que dieran lugar a la reflexión teórica sobre la pertinencia, la utilidad, etc. de cada una de las actividades aplicando el método inductivo-deductivo.

El contenido curricular fue el común para todas las localidades en las que se dictó este perfil profesional, muy bien diseñado y se consideró apropiado reforzar e insistir desde un principio la temática de la calidad de los servicios turísticos y la justificación de este programa implementado por el Gobierno de la Provincia de Córdoba.

Informe del Curso: ANIMACION Y RECREACION

Localidad: CÓRDOBA CAPITAL

En el curso participaron estudiantes de Educación Física, profesores de Educación Física, guías de turismo, personas que trabajan en hostel de Córdoba y de Cosquín, encargados del área de recreación de hoteles como el HOLIDAY INN y el Sheraton de la ciudad de Córdoba, personas que habían tenido experiencias en brindar el servicio de Animación y Recreación y que esta temporada lo iban a realizar nuevamente y por último personas que realizar recreación en otras áreas de desarrollo.-

Las personas buscaban recetas y juegos para poder hacer actividades en diferentes ámbitos, pero luego se dieron cuenta de que conocer a las personas que eligen sus vacaciones en dicho establecimiento es más importante. Cuando decimos conocerlas nos referimos a saber sus necesidades y sus intereses para poder planificar la actividad en forma más acorde a lo que busca, para hacer la actividad más personal y brindar un marco mínimo de seguridad.-

Por otro lado se sorprenden cuando la propuesta está enfocada a la FAMILIA y no a los chicos. . . Algunos alumnos en función a experiencias previas nos comentan del despojo de los padres de sus hijos cuando se enteran que el alojamiento les ofrece el servicio, ven en el servicio la posibilidad de que sus hijos disfruten de las vacaciones haciendo dichas actividades.

Algunos ítems importantes para destacar en este informe son los siguientes:



Materiales: Diseño Curricular - Material Didáctico

Carga Horaria: Pertinencia

Algunos aportes necesario relacionados a que el MATERIAL DIDÁCTICO, es decir MARCO TEÓRICO y actividades juntas en un documento. La posibilidad de videos con las actividades realizadas o actividades con las mismas dinámicas para poder tenerlas más a mano, la posibilidad de brindar con el material TODAS LAS ACTIVIDADES QUE SE HICIERON Y SI HAY VIDEOS DE APOYO SOBRE LOS MISMOS MEJOR.-

En cuanto al Diseño Curricular la evaluación se centró en la cantidad de horas de la capacitación, si bien necesarias, se hace muy largo para poder cursar y continuar con el recorrido del mismo.- El último módulo relacionado a las ventas fue el evaluado con detenimiento en función a que si realmente es necesario. . . y es acá donde había opiniones desencontradas por el sí y por el no.-

Presentaciones: PowerPoint

En función a este ítem, NO se utilizó demasiadas presentaciones, si algunos videos relacionados bajados de internet (NO DE ELABORACIÓN PROPIA) que fueron disparadores del tema.

Clases Prácticas.

El curso equilibraba lo teórico, con lo práctico y lo vivencial. Aprender a partir de las vivencias y de las sensaciones. Mostró desde técnicas de presentación, juegos en la naturaleza hasta la inserción de actividades culturales donde las personas se puede recrear, encontrarse con sí misma y con su entorno familiar. Donde puede descubrir parte de la historia del lugar en el cual ha decidido pasar su estadía de vacaciones.

Si bien el lugar de realización del curso no contaba con un espacio verde para poder realizar las prácticas, las distancias y la posibilidad de encuentro en un espacio verde de la ciudad resolvieron dicha situación.-



Los encuentros prácticos obedecieron a poder realizar juegos, actividades al aire libre, buscar opciones de actividades culturales en el entorno urbano y/o natural y la posibilidad de CREAR recursos para que las personas puedan disfrutar del entorno asociado con el alojamiento citado.-

AL finalizar cada encuentro práctico había un momento de encuentro entre los contenidos teóricos con los prácticos, un encuentro de análisis y de darles la posibilidad de concretar y canalizar dichos experiencias.-

Comunicación - Referente local.

En cuanto a la comunicación podemos destacar tres aspectos, la comunicación con los referentes del proyecto, que siempre fue activa y motivadora, pudiéndose sacar dudas y estableciendo canales abiertos para poder hacerlo.-

La comunicación con los participantes del curso, brindó la posibilidad de contactarnos, ser claros y precisos en horarios puntos de encuentro, búsqueda de material, tareas a realizar, entre otros.-

Y la comunicación con el referente local, siempre dispuesto a brindarnos el espacio y resolvernos problemas in situ.

Todas las comunicaciones brindaron resultados efectivos y esperados para la realización del curso, sin ellas NO se hubiese podido realizar los encuentros teóricos ni prácticos.-

Palabras finales.

La propuesta invitaba a los participantes a reflexionar sobre los servicios propuestos y repensar, recreando las propuestas. Sabiendo que las actividades son importantes, pero que más importante es que la propuesta sea acorde a las personas que la realizan, sabiendo que el período de las vacaciones es un momento MUY IMPORTANTE para las personas. Es un momento donde la familia se encuentra, donde uno se retira de la cotidianidad para buscar un lugar y un espacio que durante el año NO LO TIENE.-



Informe del Curso: **ANIMACION Y RECREACION**

Localidad: **ALMAFUERTE**

El Programa de Formación por Capacidades y Saberes en el Sector Turístico ofreció en Almafuerite la capacitación para el perfil "Animación y Recreación Turística", con un encuentro semanales, en el CENMA (Centro Educativo de Nivel Medio de Adultos).

Se trabajó con los alumnos que asisten a esa institución de Educación Media para adultos, pues se creyó conveniente ofrecerles una capacitación específica hacia un perfil profesional en Recreación y animación Turística para que acrecienten el bagaje de herramientas de desempeño laboral y se sumen a las que ya están adquiriendo al completar su educación media.

Las clases se prepararon con un esquema didáctico práctico, incluyendo elementos como globos, pelotas de colores, cintas, sogas caramelos y demás, pues el planteo pedagógico se quiso implementar coherentemente con el nombre del curso, Recreación y Animación Turística, para lograr desde el comienzo un clima de aprendizaje activo y práctico con juegos motivadores que dieran lugar a la reflexión teórica sobre la pertinencia, la utilidad, etc. de cada una de las actividades aplicando el método inductivo-deductivo.

El contenido curricular fue el común para todos las localidades en las que se dictó este perfil profesional, muy bien diseñado y se consideró apropiado reforzar e insistir desde un principio la temática de la calidad de los servicios turísticos y la justificación de este programa implementado.



TAREA 12

ELABORACIÓN DEL PLAN SUGERIDO DE ACCIONES

OBJETIVO DE LA TAREA

Establecer acciones para dar continuidad en el proceso de formación en el sector turismo de la provincia de Córdoba.



En base a los resultados obtenidos en el Diagnóstico construido en la tarea anterior, se procederá a la elaboración de un Plan Sugerido de Acciones.

Para ello se contemplaron como experiencia los aciertos y desaciertos detectados durante la implementación de las acciones realizadas, a fin de potenciar sus bondades y analizar los obstáculos identificados, con el objeto de optimizar el desarrollo de las próximas actividades.

Asimismo, se elaborará un documento que proponga nuevas acciones que propendan a la superación del programa lo cual traerá aparejado sin duda su sustentabilidad en el tiempo.



PLAN SUGERIDO DE ACCIONES:

Las mismas tienen como fin diseñar un programa que proponga nuevas acciones que propendan a la superación del programa presentado lo cual traerá aparejado sin duda su sustentabilidad en el tiempo y actualización constante por parte de un grupo de capacitadores expertos en la materia a desarrollar, como así también que permita ampliar los perfiles presentados hasta la fecha, mejoras y actualizaciones continuas y aplicaciones en nuevas y más localidades del territorio de la provincia de Córdoba que así lo requieran.

Revisión pedagógica de compendio de textos

I) AGENTE DE VIAJES RECEPTIVO

-Proyecto: La calidad como el ppal. desafío de la oferta turística de hoy y el futuro

Se presenta un cuadro con acciones y actividades de difícil acceso en su diseño y con información escueta, atendiendo a los contenidos que se presentan.

-Segundo material donde se desarrolla clima y flora –de Cba.-(*): se solapan los textos y mapas con las imágenes de diseño –a la derecha- y no se conserva el mismo tipo de letra en todo el doc.

Hay ausencia de citas y fuentes en algún formato acordado (se sugiere APA).

Al final se explicita bibliografía, de manera no adecuada, además de que se mencionan sitios web de donde se extrajo la información suministrada.

II) ANIMACION Y RECREACION



-Texto: Perfil profesional de competencias laborales (MB!); excelente en diseño y desarrollo de contenido, preciso y claro en su producción.

-Texto: Animación y recreación en alojamientos turísticos; se explicita bibliografía no en el formato adecuado.

-Texto: Con actividades de reflexión y evaluación; sencillas, claras y precisas. Se podría optimizar el diseño de presentación.

III) EXPENDEDOR DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

-Se reitera el texto de “Regiones de Cba.” -ver observaciones en (*)-.

-Se sugiere en los ppt revisar el diseño y construcción: imágenes más pequeñas y representativas, facilitan su visualización.

Además las filminas que contienen información, es demasiada y muy explicativa; el ppt es un soporte, la info que se comparte debe ser significativa, escueta y por categorías.

IV) GERENTE OPERADOR MAYORISTA

-Manual: Pag. 28 introducir párrafos más cortos y generar espacios entre nodos de información.

Pag. 31, no corresponde mencionar “destino” con mayúscula.

A partir de la pag. 35 se trabajan con contenidos que hacen a la “calidad del servicio” y se desarrollan conceptos asociados a aspectos actitudinales, abstractos. Son múltiples las numeraciones y enunciaciones, cortas y no de fácil discriminación entre sí: se sugiere trabajar con viñetas,



explicaciones con casos o ejemplos representativos de las acciones que se esperan; todo esto con el fin de facilitar el aprendizaje de los contenidos que se comunican.

V) **INFORMANTE TURÍSTICO**

- Manual:
- Unificar tipología de letra.
- No se corresponden las páginas del índice con cómo se presenta la información a posteriori.
- Se repite material de Gerente Operador Mayorista. Ver observaciones en IV).
- En la página 127 aparece un esquema vacío, sin contenidos.

VI) **JEFE DE RECEPCIÓN**

- Se visualiza un material extremadamente interactivo con diferentes actividades para resolver.
- No se encuentran contenidos –de desarrollo- de soporte; sí enunciaciones sobre actividades del rol en cuestión.

VII) **ORGANIZADOR DE FERIAS Y FIESTAS REGIONALES**

- En la pág. 5 se superpone el mapa con la info que se está desarrollando en el texto.
- Texto que está diagramado con distintas fichas que se explican de manera clara y precisa en cada caso. (mb!)



VIII) RECEPCIONISTA

-Doc: "Toma de reservas: Procedimiento", se sugiere completar las enunciaciones que se hacen conformando el texto con hipertextos o viñetas.

IX) TICS APLICADAS AL TURISMO

-Excelente material en formato y contenido organizado: uso de normas de redacción adecuadas, utilización de formatos hipertextuales y visualización óptima en función de objetivos de aprendizaje. Redundante.



Marco Político e institucional

En los últimos años, la actividad turística se ha constituido en una de las principales fuentes de ingreso económico, generando una serie de beneficios reflejados en el incremento de fuentes de trabajo que permite mejorar el nivel de vida de la población local, así como crear una cultura turística en sus habitantes dándoles la oportunidad de compartir sus costumbres, creencias y tradiciones con los turistas, generando así un intercambio cultural y a la vez una alternativa económica.

Es por ello que se están aprovechando los recursos tanto culturales como naturales a través de proyectos turísticos que generen beneficios económicos a los involucrados. Se debe tener presente que, para lograr un desarrollo exitoso de la actividad turística es necesario una participación efectiva y consensuada tanto del sector público como privado, objetivo principal del presente proyecto.

Por todo lo arriba mencionado es que, hemos tomado la decisión de delinear políticas que faciliten los medios para la concreción de UN PLAN DE ACCIÓN para un Turismo Sustentable a través de acciones, capacitación para la planificación, elaboración y ejecución de este PLAN DE ACCIÓN PARA UN DESARROLLO TURÍSTICO SOSTENIBLE.

Este Plan anual es flexible, de este modo prevé atender requerimientos que se presentan durante la implementación del mismo, modificaciones, cambios y mejoras como así también ampliar los perfiles hasta hoy presentados, la aplicación de nuevos cursos en nuevas localidades que así lo requieran, crear acuerdos marco de cooperación con instituciones públicas y privadas del ámbito nacional, provincial y municipal vinculadas a la actividad.



FUNDAMENTOS

La intervención del Sector Turístico se lleva a cabo desde la administración central como desde los privados que conforman la oferta turística de La Provincia de Córdoba.

La misma es la responsable de diseñar estrategias y planes de acción para fomentar el turismo y establecer como marco de coordinación entre las distintas comunidades autónomas. En este sentido, se pone en marcha planes tales como Capacitación, en esta oportunidad con la particularidad de la capacitación dirigida a privados y públicos que forman parte de toda la Provincia de Córdoba capacitando y adaptándose a las necesidades particulares detectada a través de encuestas y referentes locales del sector o directores de los Ceder.

Este plan han tomado como criterio de actuación la calidad, la diversificación y el desarrollo sostenible, las necesidades del área y puestos de trabajo.

Por tal motivo, cada uno de los cursos de capacitación serán destinados a directivos, agentes, funcionarios públicos, privados y toda persona que se desarrolle o se desempeñe en cualquier actividad relacionada o no con el mismo o según demande la actividad en la que se encuentra como así también se encuentre o no en situación laboral activa ya sea permanente o temporal.

OBJETIVO GENERAL:

La idea central del presente Plan Operativo de Acción consiste en implementar acciones de capacitación a través de un programa de Cursos relacionados con los servicios, transfiriendo habilidades y experiencias para la formación integral del personal que se interese en el/los mismo/s. Pretendiendo de este modo:

- Incrementar la motivación en cada uno de los individuos, empleados o no según su función
- Ampliar los niveles de satisfacción. Crecimiento y desarrollo personal.
- Fidelización del personal con el Área
- La consolidación del liderazgo a través de la calidad.



- La diversificación de la oferta y la demanda temporal y geográfica.
- La búsqueda del desarrollo sostenible de la actividad.
- La utilización de herramientas y terminología adecuada en todos los ámbitos de la actividad.

COMPETENCIAS QUE SE PRETENDEN ALCANZAR:

- Interpretar e incorporar el Sistema turístico en forma integral (La Cadena de valor)
- Reconocer y desarrollar los elementos teóricos básicos para una gestión eficiente.
- Manejar los principios legales aplicables a un emprendimiento ya sea relacionado o no a la actividad turística.
- Desarrollar el concepto de Calidad de servicio y Satisfacción al cliente.
- Desempeñar las funciones con una visión de mejora constante.
- Incorporar el concepto de Calidad y Mejora continua como un conjunto de actitudes tendientes a maximizar los servicios ofrecidos.
- Adaptar modelos estratégico – comerciales que faciliten el posicionamiento del Producto "CORDOBA CALIDAD TURÍSTICA" dentro del mercado de productos turísticos y hoteleros a nivel Provincial, Nacional e Internacional.

DESARROLLO DEL PLAN:

- Basado en un cronograma de capacitación para la formación y dictados en forma personalizada, teórico/ práctico, que implicarán de 40 a 100 horas reloj en la teoría y práctica evaluativa constante, los cuales se impartirán y monitorearán a los destinatarios designados por la autoridad competente.
- Basado en un cronograma de capacitación anual con distintos niveles y con orden prioritario según demanda, acciones de capacitación para los actores de las localidades con puntaje e incentivos de asistencia y participación como así también certificación de servicios.



PROGRAMAS:

De los perfiles que se seleccionaron como prioritarios:

Para el Subsector Hotelero:

- Recepcionista
- Inglés Aplicado al Sector Turismo - Nivel 1- Nivel 2 y Nivel 3

Para el Subsector Gastronómico:

- Expendedor de Bebidas y Alimentos

Para el Subsector Organización de Eventos:

- Organizador de Fiestas y Festivales Regionales
- Especialización en Organizador de Fiestas y Festivales Regionales

Para el Subsector Agentes de Viajes:

- Agente de Viajes Receptivo
- Tic´s aplicadas al Turismo

Para el Subsector Público:

- Informante Turístico
- Animación y Recreación



CONCLUSIÓN



Después de la experiencia realizada con el presente proyecto arribamos a la conclusión de la necesidad de continuar en la evolución de manuales para el dictado de cursos de formación profesional que puedan contar con una actualización periódica y permanente. Dicha acción es de relevancia que se desarrolle por un grupo de capacitadores formados con los últimos conocimientos en la materia de pertinencia y un equipo de apoyo técnico que resulta de notable importancia para la sostenibilidad y coordinación.

Fue positivo el desempeño de los capacitadores seleccionados, dado en un principio por la pertinencia en sus CV y el expertis en el sector y luego por el compromiso asumido en el proceso de implementación de los cursos pilotos como así también en las devoluciones para la mejora continua.

Los actores locales cumplieron un rol fundamental para la implementación de los cursos pero ante los gran demanda de recursos económicos para poner en marcha un plan de acción en capacitación a nivel Provincial en el Sector Turismo, es surge la necesidad de contar con la financiación para el éxito y sostenimiento en la logística propia de la implementación del plan, motivo por el cual se sugiere evaluar por parte del CONSEJO FEDERAL DE INVERSIONES continuar con una segunda etapa en relación al presente programa.

El cuanto a la comunicación arribamos que es fundamental contar con el apoyo mancomunado entre instituciones públicas, privadas y educativas.

El impacto resultante del dictado de cursos de formación profesional distribuidos equitativamente en todo el territorio provincial, propicio una excelente devolución por parte de los asistentes por no concentrar estas capacitaciones siempre en los mismos destinos, favoreciendo el desarrollo profesional de los asistentes habitantes de destinos emergentes y como resultante la posibilidad de los mismos a insertarse o mejorar sus condiciones laborales.

A modo de balance consideramos que el programa se ha sido positivo para las partes intervinientes y con excelentes perspectivas para proyectos en un futuro inmediato.