

Creado por: Ester Pérez Osorio

MÓDULO DIDÁCTICO DE HOTELERÍA Y SERVICIO AL HUÉSPED

DÉCIMO GRADO

agosto 2020



DE DEPARTAMENTO DE
EDUCACIÓN
GOBIERNO DE PUERTO RICO

Nota. Este módulo está diseñado con propósitos exclusivamente educativos y no con intención de lucro. Los derechos de autor (copyrights) de los ejercicios o la información presentada han sido conservados visibles para referencia de los usuarios. Se prohíbe su uso para propósitos comerciales, sin la autorización de los autores de los textos utilizados o citados, según aplique, y del Departamento de Educación de Puerto Rico

CONTENIDO

LISTA DE COLABORADORES	3
CARTA PARA EL ESTUDIANTE, LAS FAMILIAS Y LOS MAESTROS.....	4
CALENDARIO DE PROGRESO EN EL MÓDULO	7
LECCIONES	9
LECCIÓN 1. CONOCIENDO LA ORGANIZACIÓN ESTUDIANTIL FCCLA	9
LECCIÓN 2. INTRODUCCIÓN A LA HOSPITALIDAD	33
LECCIÓN 3. DIVERSIDAD Y COMPLEJIDAD	54
LECCIÓN 4. ¿CÓMO SE HA DESARROLLADO EL TURISMO EN EL MUNDO?	80
LECCIÓN 5. DESARROLLO DE LA HOSPITALIDAD Y EL TURISMO EN ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.....	112
LECCIÓN 6. DESARROLLO DEL TURISMO EN PUERTO RICO	134
LECCIÓN 7. IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN EN LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD	166
LECCIÓN 8. SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE.....	231
CLAVES DE RESPUESTA DE EJERCICIOS DE PRÁCTICA.....	286
REFERENCIAS	288

LISTA DE COLABORADORES

- Pérez Osorio, Ester M. - Creadora del módulo de Hotelería y Servicio al Huésped
- Pérez Osorio, Rosalee., De Rosa Santiago, Vincent & Morales Delgado, Christian- Proveedores de fotografías
- Bermúdez León, Xavier – Creador del arte de la portada y de los diarios reflexivos

CARTA PARA EL ESTUDIANTE, LAS FAMILIAS Y LOS MAESTROS

Estimado estudiante:

Este módulo didáctico es un documento que favorece tu proceso de aprendizaje. Además, permite que aprendas en forma más efectiva e independiente, es decir, sin la necesidad de que dependas de la clase presencial o a distancia en todo momento. Del mismo modo, contiene todos los elementos necesarios para el aprendizaje de los conceptos claves y las destrezas de la clase de *Exploración Ocupacional*, sin el apoyo constante de tu maestro. Su contenido ha sido elaborado por maestros, facilitadores docentes y directores de los programas académicos del Departamento de Educación de Puerto Rico (DEPR) para apoyar tu desarrollo académico e integral en estos tiempos extraordinarios en que vivimos.

Te invito a que inicies y completes este módulo didáctico siguiendo el calendario de progreso establecido por semana. En él, podrás repasar conocimientos, refinar habilidades y aprender cosas nuevas sobre la clase de *Exploración Ocupacional* por medio de definiciones, ejemplos, lecturas, ejercicios de práctica y de evaluación. Además, te sugiere recursos disponibles en la internet, para que amplíes tu aprendizaje. Recuerda que esta experiencia de aprendizaje es fundamental en tu desarrollo académico y personal, así que comienza ya.

Estimadas familias:

El Departamento de Educación de Puerto Rico (DEPR) comprometido con la educación de nuestros estudiantes, ha diseñado este módulo didáctico con la colaboración de: maestros, facilitadores docentes y directores de los programas académicos. Su propósito es proveer el contenido académico del curso de *Exploración Ocupacional* para las primeras diez semanas del nuevo año escolar. Además, para desarrollar, reforzar y evaluar el dominio de conceptos y destrezas claves. Ésta es una de las alternativas que promueve el DEPR para desarrollar los conocimientos de nuestros estudiantes, tus hijos, para así mejorar el aprovechamiento académico de estos.

Está probado que cuando las familias se involucran en la educación de sus hijos mejora los resultados de su aprendizaje. Por esto, te invitamos a que apoyes el desarrollo académico e integral de tus hijos utilizando este módulo para apoyar su aprendizaje. Es fundamental que tu hijo avance en este módulo siguiendo el calendario de progreso establecido por semana.

El personal del DEPR reconoce que estarán realmente ansiosos ante las nuevas modalidades de enseñanza y que desean que sus hijos lo hagan muy bien. Le

solicitamos a las familias que brinden una colaboración directa y activa en el proceso de enseñanza y aprendizaje de sus hijos. En estos tiempos extraordinarios en que vivimos, les recordamos que es importante que desarrolles la confianza, el sentido de logro y la independencia de tu hijo al realizar las tareas escolares. No olvides que las necesidades educativas de nuestros niños y jóvenes es responsabilidad de todos.

Estimados maestros:

El Departamento de Educación de Puerto Rico (DEPR) comprometido con la educación de nuestros estudiantes, ha diseñado este módulo didáctico con la colaboración de: maestros, facilitadores docentes y directores de los programas académicos. Este constituye un recurso útil y necesario para promover un proceso de enseñanza y aprendizaje innovador que permita favorecer el desarrollo holístico e integral de nuestros estudiantes al máximo de sus capacidades. Además, es una de las alternativas que se proveen para desarrollar los conocimientos claves en los estudiantes del DEPR; ante las situaciones de emergencia por fuerza mayor que enfrenta nuestro país.

El propósito del módulo es proveer el contenido del curso de *Exploración Ocupacional* para las primeras diez semanas del nuevo año escolar. Es una herramienta de trabajo que les ayudará a desarrollar conceptos y destrezas en los estudiantes para mejorar su aprovechamiento académico. Al seleccionar esta alternativa de enseñanza, deberás velar que los estudiantes avancen en el módulo siguiendo el calendario de progreso establecido por semana. Es importante promover el desarrollo pleno de estos, proveyéndole herramientas que puedan apoyar su aprendizaje. Por lo que, deben diversificar los ofrecimientos con alternativas creativas de aprendizaje y evaluación de tu propia creación para reducir de manera significativa las brechas en el aprovechamiento académico.

El personal del DEPR espera que este módulo les pueda ayudar a lograr que los estudiantes progresen significativamente en su aprovechamiento académico. Esperamos que esta iniciativa les pueda ayudar a desarrollar al máximo las capacidades de nuestros estudiantes.

Estructura general del módulo

La estructura general de este módulo es la siguiente:

PARTE	DESCRIPCIONES
<ul style="list-style-type: none">• Portada	Es la primera página del módulo. En ella encontrarás la materia y el grado al que corresponde el módulo.
<ul style="list-style-type: none">• Contenido (Índice)	Este es un reflejo de la estructura del documento. Contiene los títulos de las secciones y el número de la página donde se encuentra.
<ul style="list-style-type: none">• Lista de colaboradores	Es la lista del personal del Departamento de Educación de Puerto Rico que colaboró en la preparación del documento.
<ul style="list-style-type: none">• Carta para el estudiante, la familia y maestros	Es la sección donde se presenta el módulo, de manera general, a los estudiantes, las familias y los maestros.
<ul style="list-style-type: none">• Calendario de progreso en el módulo (por semana)	Es el calendario que le indica a los estudiantes, las familias y los maestros cuál es el progreso adecuado por semana para trabajar el contenido del módulo.
<ul style="list-style-type: none">• Lecciones<ul style="list-style-type: none">▪ Unidad▪ Tema de estudio▪ Estándares y expectativas del grado▪ Objetivos de aprendizaje▪ Apertura▪ Contenido▪ Ejercicios de práctica▪ Ejercicios para calificar▪ Recursos en internet	Es el contenido de aprendizaje. Contiene explicaciones, definiciones, ejemplos, lecturas, ejercicios de práctica, ejercicios para la evaluación del maestro, recursos en internet para que el estudiante, la familia o el maestro amplíen sus conocimientos.
<ul style="list-style-type: none">• Claves de respuesta de ejercicios de práctica	Son las respuestas a los ejercicios de práctica para que los estudiantes y sus familias validen que comprenden el contenido y que aplican correctamente lo aprendido.
<ul style="list-style-type: none">• Referencias	Son los datos que permitirán conocer y acceder a las fuentes primarias y secundarias utilizadas para preparar el contenido del módulo.

CALENDARIO DE PROGRESO EN EL MÓDULO

DÍAS / SEMANAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
1	Salón hogar extendido (17-ago-20)	Salón hogar extendido (18-ago-20)	Programas de clases y prontuarios (19-ago-20)	Programas de clases y prontuarios (20-ago-20)	Programas de clases y prontuarios (21-ago-20)
2	Perfil estudiantil (24-ago-20)	Información general FCCLA (25-ago-20)	Símbolos de FCCLA (26-ago-20)	Programas Nacionales (27-ago-20)	STAR Events (28-ago-20)
3	Actividad de FCCLA (31-ago-20)	Vocabulario introductorio (1-sep-20)	Conceptos económicos pertinentes a la industria de la hospitalidad (2-sep-20)	Impacto económico de la industria del turismo (3-sep-20)	Conociendo un poco más sobre la industria de la hospitalidad (4-sep-20)
4	Feriado: Día del trabajo (7-sep-20)	Carreras y estudios universitarios relacionadas a esta ind. (8-sep-20)	Diario reflexivo y trabajo especial (9-sep-20)	Industria diversa y compleja (10-sep-20)	Segmentos de la hospitalidad (11-sep-20)
5	Segmento #1 (14-sep-20)	Segmento #2 (15-sep-20)	Segmento #3 (16-sep-20)	Segmento #4 (17-sep-20)	Segmento #5 (18-sep-20)
6	Cierre de los segmentos y Diario reflexivo (21-sep-20)	Precusores del turismo (22-sep-20)	Precusores del turismo (23-sep-20)	Origen de la industria de la hospitalidad (24-sep-20)	Países con roles principales en la industria de la hosp. (25-sep-20)
7	Siglo siglo XX (28-sep-20)	Turismo integral (29-sep-20)	La hospitalidad en la actualidad (30-sep-20)	Cierre de lección y diario reflexivo (1-oct-20)	Primeros pasos de la Hospitalidad en EEUU (2-oct-20)
8	Hospitalidad y Turismo de EEUU(1900-1928) (5-oct-20)	Hospitalidad y Turismo de EEUU (1929-1948) (6-oct-20)	Hospitalidad y Turismo de EEUU (1950-1990) (7-oct-20)	Evolución del turismo en EEUU (Parte1) (8-oct-20)	Evolución del turismo en EEUU (Parte2) (9-oct-20)
9	Feriado: Día de la raza (12-oct-20)	Cierre de lección y Diario reflexivo (13-oct-20)	Compañía del Turismo de PR (14-oct-20)	Propuestas que buscan incentivar el turismo interno (15-oct-20)	Turismo en el norte de PR (16-oct-20)
10	Turismo en el sur de PR (19-oct-20)	Turismo en el este de PR (20-oct-20)	Turismo en el oeste de PR (21-oct-20)	Turismo en el centro de PR (22-oct-20)	Trabajo especial día 1 (23-oct-20)

DÍAS / SEMANAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
11	Trabajo especial día 2 (26-oct-20)	Trabajo especial día 3 (27-oct-20)	Trabajo especial día 4 (28-oct-20)	Trabajo especial día 5 (29-oct-20)	Diario reflexivo (30-oct-20)
12	Vocabulario introductorio (2-nov-20)	Comunicación en la industria Hotelera (3-nov-20)	Importancia de la comunicación (4-nov-20)	Proceso de comunicación (5-nov-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (6-nov-20)
13	Proceso de comunicación (9-nov-20)	7 puntos importantes de la comunicación (10-nov-20)	Feriado (11-nov-20)	Habilidades esenciales (12-nov-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (13-nov-20)
14	Errores en la comunicación (16-nov-20)	Otros errores en la comunicación (17-nov-20)	Importancia de la dicción (18-nov-20)	Feriado (19-nov-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (20-nov-20)
15	Comunicación con la población de diversidad funcional (23-nov-20)	Comunicación con la población de diversidad funcional (24-nov-20)	Repaso (25-nov-20)	Festivo (26-nov-20)	Receso académico (27-nov-20)
16	Vocabulario introductorio (30-nov-20)	¿Qué es el servicio al cliente? (1-dic-20)	5 frases prohibidas (2-dic-20)	Factores Que influyen en el PC (3-dic-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (4-dic-20)
17	Retención y pérdida de clientes (7-dic-20)	Manejo de quejas (8-dic-20)	Momentos críticos (9-dic-20)	¿Qué debo y qué no debo hacer? (10-dic-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (11-dic-20)
18	Servicio al cliente para la población con diversidad funcional (14-dic-20)	Película Ratatouille (15-dic-20)	Tarea de desempeño Servicio al cliente (16-dic-20)	Tarea de desempeño Servicio al cliente (17-dic-20)	Ayuda individualizada y aclaración de dudas (18-dic-20)
19	Evaluaciones finales (21-dic-20)	Evaluaciones finales (22-dic-20)	(23-dic-20)	Noche Buena (24-dic-20)	Navidad (25-dic-20)
20	Receso académico (28-dic-20)	Receso académico (29-dic-20)	Receso académico (30-dic-20)	Receso académico (31-dic-20)	Receso académico (1-ene-21)

LECCIONES

Lección 1. Conociendo la organización estudiantil FCCLA

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Actividad de inicio y perfiles estudiantiles
- Información general de FCCLA
- Símbolos de FCCLA
- Programas Nacionales
- STAR Events
- Actividad de FCCLA

Estándares:

- 1.1: Analizar estrategias para gestionar múltiples roles y responsabilidades (individual, familiar, profesional, comunitario y global).
- 1.2: Demostrar conocimientos, actitudes y habilidades técnicas y de empleabilidad transferibles en la escuela, la comunidad y el lugar de trabajo.
- 1.3: Evaluar los efectos recíprocos de la participación individual y familiar en actividades comunitarias y cívicas.
- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Competencias:

- 1.1.1: Resuma las políticas, los problemas y las tendencias locales y globales en el lugar de trabajo, la comunidad y las dinámicas familiares que afectan a las personas y las familias.
- 1.2.7: Analizar los factores que contribuyen a mantener entornos escolares, laborales y comunitarios seguros y saludables.
- 1.3.5: Analizar los efectos de las políticas, agencias e instituciones públicas federales, estatales y locales en la familia.

- 10.1.6: Analizar el papel de las organizaciones profesionales en las profesiones de hotelería, turismo y recreación.

Objetivos:

- Luego de completar la lección, el estudiante será capaz de:
 1. Mencionar el significado de cada una de las siglas de FCCLA.
 2. Memorizar el credo de FCCLA.
 3. Orientarse sobre los pasos a seguir para ser miembro de la organización estudiantil FCCLA.
 4. Identificar cada uno de los distintivos de FCCLA.
 5. Analizar la diversidad de alternativas existentes de eventos competitivos de los cuales puede participar al ser miembro de FCCLA.
 6. Ofrecer sugerencias de actividades que cumplan con el distanciamiento social para mantener activa a la organización estudiantil FCCLA.

Día#1

Tema: Perfil estudiantil

Saludos, el propósito de hoy es que puedas completar tu perfil estudiantil. Para esto se incluyen una serie de preguntas que debes responder.

1. Mi nombre es: _____

2. Fecha de nacimiento: _____

3. Edad: _____

4. Nombre de la madre: _____

5. Teléfono de la madre: _____

6. Nombre del padre: _____

7. Teléfono del padre: _____

8. Nombre del encargado o custodio legal: _____

9. Teléfono del encargado o custodio legal: _____

10. Dirección residencial del estudiante:

11. ¿Pertenece al programa de educación especial? _____ Sí _____ No

12. Si la respuesta es sí, favor de mencionar los acomodos requeridos según el PEI.

13. Menciona tus talentos o habilidades:

14. Explica el porqué decidiste formar parte de este taller ocupacional.

15. ¿Qué esperas de este nuevo año escolar?



Hoy das inicio a un nuevo camino.

Deja huellas positivas con cada uno de tus actos.

Día #2

Tema: Información general de FCCLA

Las organizaciones estudiantiles forman parte integral de los currículos ocupacionales. En Puerto Rico, la Secretaría Ocupacional y Técnica del Departamento de Educación, se siente orgullosa de que sus estudiantes formen parte de estas (DECA, FBLA, FCCLA, FFA, HOSA y Skills USA). Cada una responde a un programa o ruta ocupacional. La de nuestro programa (Ciencias de la Familia y del Consumidor) es FCCLA (Líderes de las Familias, Carreras y Comunidades de América) por sus siglas en inglés.

Ahora conocerás un poco más de FCCLA, organización de la que formarás parte en tu vida como estudiante ocupacional. Es importante destacar que no hablamos de un club, sino de una organización estudiantil que fue fundada en el año 1945. Esta, fomenta el desarrollo de liderazgo en los jóvenes, promueve el desarrollo personal, la vida en familia, el trabajo, y asuntos sociales a través del Programa de Ciencias de la Familia y del Consumidor.



Misión

La *misión* de FCCLA es fomentar el crecimiento personal y el desarrollo de liderazgo a través de la enseñanza de Ciencias de la Familia y del Consumidor. Además de proveer para que los estudiantes asuman las responsabilidades de liderazgo y de empleado productivo, enfatizando las siguientes destrezas:

- Desarrollo personal
- Pensamiento crítico y creativo
- Comunicación y relaciones humanas
- Preparación para las Carreras

Propósitos

Tiene 8 *propósitos* que son los siguientes:

- 1- Brindar oportunidades para el desarrollo personal.
- 2- Fortalecer la función de la familia como unidad básica de la sociedad.
- 3- Fomentar la democracia a través de la acción cooperativa en el hogar y la comunidad.
- 4- Fomentar la participación individual y en grupos para lograr una cooperación global y mayor armonía.
- 5- Promover un mayor entendimiento entre la juventud y los adultos.
- 6- Brindar oportunidades para tomar decisiones y asumir responsabilidades.
- 7- Preparar para asumir los múltiples roles que desempeña el hombre y la mujer en la sociedad actual.
- 8- Promover la profesión de Ciencias para la Familia y del Consumidor.

En adición a los propósitos, es importante que conozcas el credo. Este forma parte del protocolo de todas las reuniones y eventos oficiales de FCCLA. Prácticalo y verás que

en solo unos días podrás memorizarlo y no será necesario que lo leas de un papel. Aquí lo tienes, léelo varias veces todos los días y te sorprenderás con el resultado final.

Credo

Perteneceemos a los Líderes de las Familias, Carreras y Comunidades de América, nos enfrentamos al futuro con valor y grandes esperanzas. Porque estamos conscientes y tenemos el claro conocimiento de los verdaderos valores tradicionales. Porque creamos hogares para el futuro de América, hogares donde la vida reflejará todo lo que es bueno y justo. Hogares donde la verdad, el amor, la seguridad y la fe serán realidad y no sueños. Perteneceemos a los Líderes de las Familias, Carreras y Comunidades de América, nos enfrentamos al futuro con valor y grandes esperanzas.

Hasta el momento has conocido un poco de la historia de FCCLA, su misión, propósitos y el credo. Ahora conocerás el himno. Este, al igual que el credo, forma parte de los protocolos de las reuniones y eventos oficiales de FCCLA. Desafortunadamente no existen videos en Youtube sobre el himno que pueda compartir contigo. Por el momento practica la letra y si es posible contacta a tu maestro para que pueda compartirte un audio de manera que aprendas su ritmo.

Himno

*Venid compañeros
Cual soldados a luchar
Por la dulce paz de nuestro hogar
Cumpliremos con placer
La misión de hacer el bien
Seamos los guardianes del hogar,
Tratemos todos con valor
De mejorar nuestra labor
En bien de nuestra amada Borinquén
-Coro-
Trabajar con afán,*

*Esta ha de ser toda mi ilusión
Convertiremos nuestra mansión
En un recinto de paz y amor
Pensemos así, el voto cumplir
Ser de utilidad al país,
Recordemos que es el hogar
La base de la sociedad.
Los miembros de nuestro club
Buen ejemplo deben dar
De paciencia y laboriosidad
Buen modelo quiero ser
Y ser fiel a mi deber
Con la patria y con la sociedad
Confianza en mí siempre tendré
Y con empeño lucharé
Por adquirir mayor habilidad
-Coro –*

Ejercicio de práctica

Instrucciones: Debes leer detenidamente el contenido sobre la información general de FCCLA. Luego podrás completar cada uno de los ejercicios de práctica.

Ejemplo:

1. ¿Cuál de las siguientes es la organización estudiantil a la que se afilian los estudiantes de Ciencias de la Familia y el Consumidor?
 - a. FBLA
 - b. FFA
 - c. FCCLA

Ejercicios para entregar al maestro:

1. Realiza un poema concreto con las siglas FCCLA. Cada imagen que utilices debe guardar relación con la información general que has aprendido sobre esta organización estudiantil. Luego de dibujar, colorea cada uno de los dibujos realizados. ¡Que viva la creatividad! (En la próxima página tienes una página para realizar este poema concreto).
2. Explica cada uno de los dibujos que realizaste y cómo se relacionan con FCCLA.

a. Dibujo de la F:

b. Dibujo de la primera C:

c. Dibujo de la segunda C:

d. Dibujo de la L:

e. Dibujo de la letra A:

3. Practica el credo las veces que sea necesario, hasta memorizarlo.

Poema concreto de FCCLA

Día #3

Tema: Distintivos de FCCLA

¡Qué mucho has conocido de FCCLA, pero aún falta más! Continuarás aprendiendo sobre los distintivos de la mejor organización estudiantil. Comencemos con su emblema o logo. Este es color rojo y su fondo es blanco. Está formado por un arco en forma de flecha y en su centro las siglas FCCLA. Luego su eslogan, lema, colores, flor y uniformes. El tema de FCCLA no se incluye ya que este varía cada año.

1. Emblema:



2. Eslogan: La Máxima Experiencia de Liderazgo

3. Lema: Hacia Nuevos Horizontes

4. Colores:

a) Blanco:

- Serenidad de Propósito
- Integridad de Acción

b) Rojo:

- Fortaleza
- Valentía
- Determinación

5. Flor: Rosa roja (Deseo de disfrutar cada día)



6. Uniformes

a) Uniforme de feminas:

- Chaqueta roja con el emblema de FCCLA
- Falda negra al nivel o debajo de la rodilla
- Camisa blanca con cuello convertible
- Tacones negros medianos o bajos
- Medias de nilón (color piel)

b) Uniforme de varones:

- Chaqueta roja con el emblema de FCCLA
- pantalón negro (de vestir)
- Camisa blanca manga larga con cuello convertible
- Zapatos negros de vestir
- Corbata negra



Foto grupal del capítulo de FCCLA de la Vocacional William Rivera Betancourt, Canóvanas. Maestra consejera: Ester M. Pérez Osorio

Importante:

Te invito a que navegues por la página oficial de FCCLA, por el Facebook e Instagram de FCCLA-PR. Ahí podrás conocer varios de los temas que han formado parte de la historia de FCCLA. En el año 2020 se pudo celebrar los 75 años de FCCLA, vendrán muchos otros años de historia y de experiencias únicas que no debes pasar por alto.

Para tener la chaqueta oficial de FCCLA, communicate con tu maestra consejera. Ella podrá proveerte la información necesaria para realizar dicho pedido. Así podrás lucir espectacular con el uniforme oficial de tu organización estudiantil y formar parte de los eventos oficiales.

Teniendo esto en cuenta, coordina con tu maestro consejero y tus compañeros del capítulo para la adquisición del uniforme oficial de FCCLA. Es importante que te tomen las medidas correctamente para que te llegue el tamaño adecuado de la chaqueta. A continuación, se incluye la tabla con los diferentes tamaños de chaquetas tanto para las féminas como para los varones. Luego te tomarás las medidas y escribirás cuál sería el tamaño de tu chaqueta oficial.

Tabla con los tamaños para féminas

Regular Sizes	Womens Sizes	BUST	WAIST	HIP
XS	2	33	25	35
S	4-6	34-35	26-27	36-37
M	8-10	36-37	28-29	38-39
L	12-14	38 1/2-40	30 1/2-32	40 1/2-42
XL	16-18	41 1/2-43 1/2	33 1/2-35 1/2	43 1/2- 45 1/2
2XL	20-22	45 1/2-47 1/2	37 1/2-39 1/2	47 1/2-49 1/2
3XL	24-26	49 1/2-51 1/2	41 1/2-43 1/2	51 1/2-53 1/2

Tabla con los tamaños para varones

Male Sizes	CHEST	WAIST	NECK	SLEEVE CHART A	SLEEVE CHART B
S	34-36	28-30	14-14 1/2	33 1/2	32/33, 34/35
M	38-40	32-34	15-15 1/2	34 1/2	32/33, 34/35, 36/37
L	42-44	36-38	16-16 1/2	35 1/2	32/33, 34/35, 36/37
XL	46-48	40-42	17-17 1/2	36 1/4	32/33, 34/35, 36/37
2XL	50-52	44-46	18-18 1/2	37	32/33, 34/35, 36/37
3XL	54-56	48-50	19-19 1/2	37 3/4	32/33, 34/35, 36/37

Ejercicio de práctica

Instrucciones: Debes leer detenidamente el contenido sobre los distintivos de FCCLA. Luego podrás completar cada uno de los ejercicios de práctica.

Ejemplo:

- ¿El tema de FCCLA es hacia nuevos horizontes?
 - Sí
 - No
- ¿Los varones pueden utilizar corbata o lazo negro como parte de su uniforme?
 - Sí
 - No

Ejercicios para entregar al maestro

- ¿Haz practicado el credo de FCCLA?
 - Sí
 - No
- El largo de la falda de las féminas es irrelevante. Puedes utilizarla del largo que desees.
 - Cierto
 - Falso
- ¿En qué parte del uniforme se incluye el emblema de FCCLA?
 - Camisa
 - Chaqueta
 - Falda o pantalón
- Detalles de las medidas de tu chaqueta oficial

Féminas

Busto	Cintura	Cadera

Varones

Pecho	Cintura	Cuello	Gráfico de la manga A	Gráfico de la manga B

- ¿Qué tamaño de chaqueta sería el más adecuado para ti?
 - XS
 - S
 - M
 - L
 - XL
 - 2XL
 - 3XL

Día #4

Tema: Programas Nacionales de FCCLA

Al formar parte de FCCLA tienes la oportunidad de participar en una diversidad de eventos, conocer a otros estudiantes que forman parte de esta organización a nivel regional, estatal y nacional. Una de tus oportunidades es formar parte de los eventos competitivos que se incluyen en la imagen a continuación:



Puedes conocer detalles de cada uno de estos eventos en la página oficial de FCCLA (<https://fcclainc.org/>). Por el momento nos enfocaremos en Career Connection que se traduce como Conectándonos con las Carreras. Este programa guía a los jóvenes a conectar sus opciones y habilidades para tener éxito en las familias, carreras, y las comunidades.

Es importante destacar que los Programas Nacionales se integran al currículo de la clase de acuerdo a los estándares y la planificación del maestro. Los conglomerados ocupacionales te ayudarán a desarrollar objetivos de competencias y actividades a desarrollar en la clase. Observa detalladamente el emblema que se encuentra a continuación (en la próxima página).



La segunda división se titula Hospitalidad y Turismo. Es a esta que responde la ruta ocupacional del taller de Hotelería y Servicio al Huésped. Las rúbricas específicas para cada uno de los proyectos que puedes trabajar relacionados a tu ruta ocupacional se encuentran en la página oficial. Para poder acceder a estas es necesario que estés afiliado. Teniendo esto en cuenta no lo pienses más. Son sólo 3 pasos sencillos: (1) contacta a tu maestro (2) completa el documento de afiliación (3) adjunta el pago de la inscripción con un giro postal (3) participa activamente en FCCLA.

Otra alternativa para mantenerte activo como miembro de FCCLA son los STAR Events. Las siglas STAR responden al siguiente significado: *Students Taking Action with Recognition*. Existe una serie de subdivisiones al momento de inscribirte que son las siguientes: estudiantes de nivel intermedio, estudiantes de nivel superior y estudiantes de nivel ocupacional. Tu enfoque debe estar en los proyectos ocupacionales que se relacionen directamente con el curso que estás tomando (Hotelería y Servicio al Huésped). Estos pueden ser trabajados de manera grupal o individual. A continuación se incluyen varios de los proyectos de STAR Events que puedes conocer y desarrollar para luego competir. Existen muchos más que los puedes conocer en la página oficial de FCCLA. También tienes la oportunidad de completar un Quizz para que puedas descubrir qué proyectos se alinean con tus intereses.

Ejercicios a realizar para entregar al maestro:

1. ¿Existen alternativas competitivas para los estudiantes de Hotelería y Servicio al Huésped?
 - a) Sí
 - b) No

2. ¿Qué significan las siglas STAR?
 - a) S: _____
 - b) T: _____
 - c) A: _____
 - d) R: _____

3. Haz una lista de, al menos, 5 carreras que podrías ejercer con los conocimientos y destrezas que obtendrás en tu taller (Hotelería y Servicio al Huésped)
 - a) _____
 - b) _____
 - c) _____
 - d) _____
 - e) _____

4. Realiza el palabragramas (sopa de letras) que se encuentra en la próxima página

Sopa de letras: Programas Nacionales

Instrucciones: busca y resalta cada una de las palabras relacionadas con los Programas Nacionales.



Colorea cada una de las palabras mientras las vayas identificando en la sopa de letras.

CAREER	FACTS	NACIONALES	SERVICE	TOURISM
COMMUNITY	FCCLA	PARTICIPAR	SKILLS	
EVENTOS	HOSPITALITY	PROGRAMAS	STUDENT	

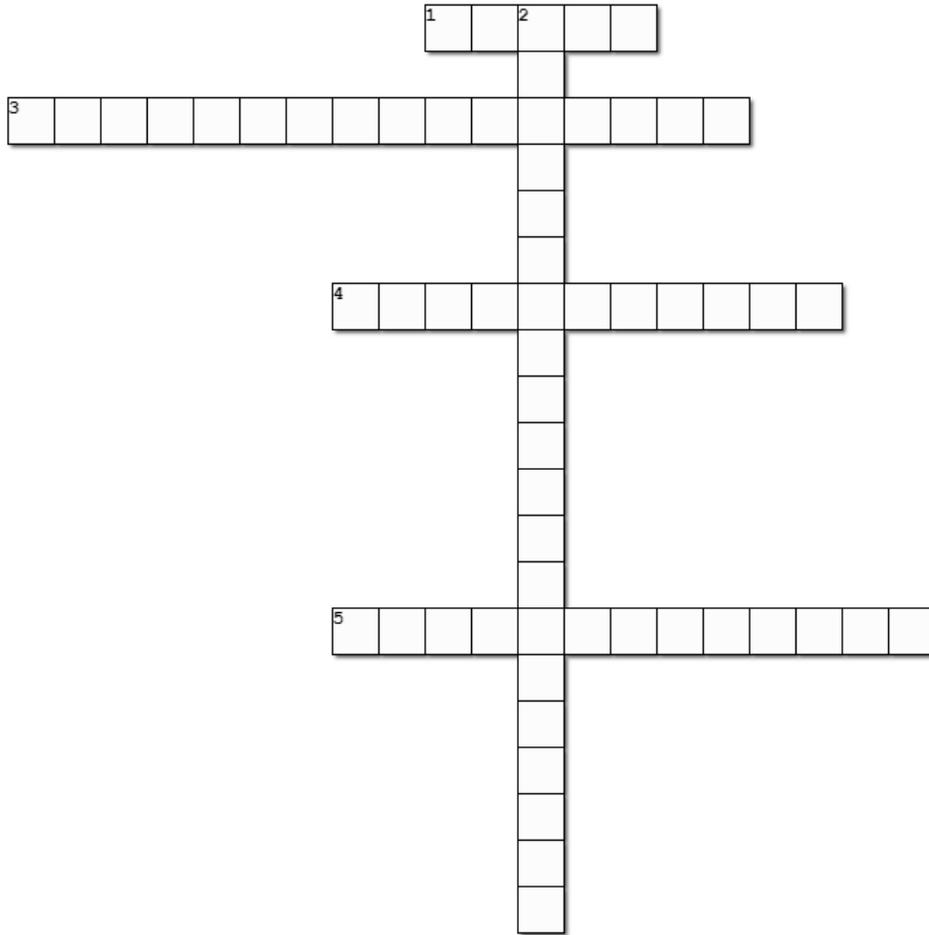
Día #5

Tema: Opciones de STAR Events para Hotelería y Servicio al Huésped

1. Career Investigation: Es un evento individual que reconoce a los participantes por su capacidad para realizar autoevaluaciones, investigar y explorar una carrera, establecer metas profesionales, crear un plan para alcanzar las metas y describir la relación de los cursos de Ciencias de la Familia y del Consumidor con la carrera seleccionada.
2. Entrepreneurship: Un evento individual o en equipo que reconoce a los participantes que desarrollan un plan para una nueva pequeña empresa utilizando las habilidades de Ciencias de la Familia y del Consumidor y prácticas comerciales sólidas. El negocio debe relacionarse con un área de educación de Ciencias de la Familia y del Consumidor u ocupaciones relacionadas.
3. Hospitality, Tourism and Recreation: Un evento individual o en equipo que reconoce a los participantes que demuestran su conocimiento de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación y la capacidad de traducir su conocimiento en un negocio hipotético o real. El proyecto debe estar relacionado con la coordinación culinaria, de alojamiento, recreación, turismo o eventos.
4. Job Interview: Un evento individual que reconoce a los participantes que usan las Ciencias de la Familia y del Consumidor y las habilidades ocupacionales relacionadas para desarrollar un portafolio, participar en una entrevista y comunicar una comprensión personal de los requisitos del trabajo.

Crucigrama: STAR Evets

Instrucciones: Completa el crucigrama. Es importante que utilices como referencia el contenido de la lección del día.



HORIZONTAL	VERTICAL
<p>1. Organización estudiantil a la que se afilian los estudiantes del Programa de Ciencias de la Familia y del Consumidor</p> <p>3. En este evento los estudiantes deben crear un plan para el desarrollo de una microempresa.</p> <p>4. Eventos competitivos cuyas siglas significan estudiantes tomando acción con reconocimiento.</p> <p>5. Es un evento en el que desarrollas un portafolio profesional y participas de una entrevista de trabajo.</p>	<p>2. En este evento el estudiante debe investigar y explorar sobre una carrera.</p>

Preguntas

1. ¿Cuál de los proyectos no fue incluido en el crucigrama?

2. Si tuvieras la oportunidad de desarrollar uno de estos 4 proyectos, ¿Cuál desarrollarías y por qué? (Mínimo 3 oraciones)

Día #6

Tema: Actividad de FCCLA

Hoy será su último día estudiando la Lección FCCLA. A diferencia de los días anteriores, deberás crear una actividad. La modalidad virtual o el proceso de aprendizaje remoto te ha permitido adquirir nuevas destrezas y habilidades. La creatividad de las personas para alcanzar lo que desean cumpliendo con las medidas del distanciamiento social ha sido increíble.

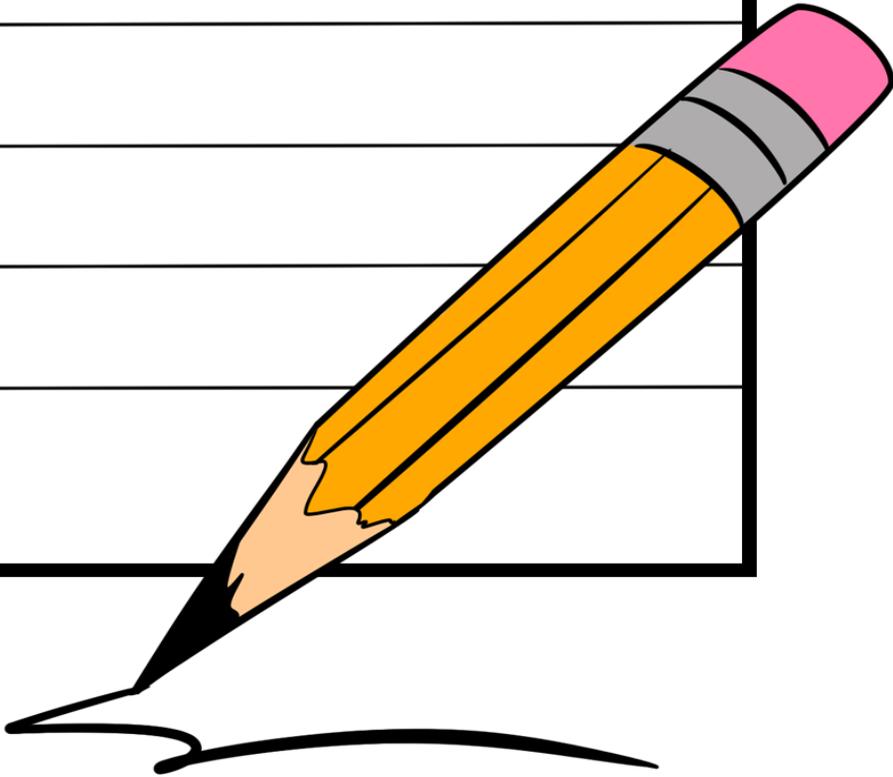
Tu no eres la excepción, eres capaz de innovar. Es por esta razón que deberás ofrecer sugerencias de actividades que cumplan con el distanciamiento social para mantener activa a la organización estudiantil FCCLA. A continuación, escribirás el nombre de la actividad y una breve descripción de la logística. (Mínimo 3 actividades)

Sugerencias de actividades y sus descripciones

Nombre de la actividad	Descripción de la actividad

Instrucciones: Escribe en tu diario reflexivo sobre lo aprendido en esta lección.
(Mínimo 5 oraciones)

DIARIO REFLEXIVO



Lección 2. Introducción a la hospitalidad

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Vocabulario introductorio
- Conceptos económicos pertinentes a la industria de la hospitalidad
- Impacto económico de la industria del turismo
- Conociendo un poco más sobre la industria de la hospitalidad
- Carreras y estudios universitarios relacionadas a esta industria
- Diario reflexivo y trabajo especial

Estándares:

- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Competencias:

- 10.1.1: Explicar los roles y funciones de las personas que se dedican a las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.2: Analizar oportunidades de empleo en carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.3: Resumir los requisitos y oportunidades de educación y capacitación para carreras profesionales en las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.4: Analizar la correlación entre la industria hotelera y las economías locales, estatales, nacionales y globales.

Objetivos:

- Luego de completar esta lección el estudiante será capaz de:
 1. Crear sus propias definiciones sobre el vocabulario introductorio de la lección.
 2. Crear sus propias definiciones sobre los conceptos económicos pertinentes a la industria de la hospitalidad.
 3. Orientarse sobre el impacto económico de la industria del turismo a nivel local e internacional.
 4. Identificar datos generales de la industria de la hospitalidad.
 5. Investigar opciones de carreras y estudios universitarios relacionadas a la industria de la hospitalidad.

Día #7

Tema: Vocabulario introductorio

En esta lección (Introducción a la Hospitalidad) podrás ampliar tu vocabulario. Conocerás una serie de palabras que se utilizan con frecuencia en esta ruta ocupacional. En adición, obtendrás pinceladas de conocimiento introductorio a la hospitalidad. Al finalizar, podrás responder claramente qué es la hospitalidad, cuál es su meta, alternativas para estudiar en las universidades y mucho más.

Vocabulario

Concepto	Definición
CTPR	Son las siglas de la Compañía de Turismo de Puerto Rico, corporación pública dedicada al turismo de PR desde los siguientes aspectos: planificación, desarrollo, ofrecimiento de endosos, incentivos, oportunidades de crecimiento y auspicio de eventos.
Ecoturismo	La Ley de Ecoturismo de Puerto Rico lo define como la industria que promueve el disfrute recreacional y cultural de las áreas naturales y zonas de interés histórico en Puerto Rico. La interacción en estos lugares comprende el uso y disfrute del ambiente de manera comprometida con la conservación y la protección del recurso y el sano desarrollo económico de la zona. Por otra parte, es definido por CTPR como: la modalidad del turismo sostenible que consiste en la visita y experiencias de atractivos naturales y culturales, en donde se asegure la protección de los recursos, se genere actividad económica que beneficie directamente a las poblaciones locales, sin comprometer las opciones de las futuras generaciones. Los cuatro componentes principales del ecoturismo son: (1) conservación de los recursos naturales y culturales (2) educación e interpretación (3) desarrollo económico local y (4) Participación ciudadana.
Ecoturista	La Ley de Ecoturismo de Puerto Rico lo define como el usuario de las actividades ecoturísticas, comprometido con la conservación del área o la zona de interés ecoturístico y con la contribución económica que genera la actividad.

Hospitalidad	Hace referencia a suplir las necesidades en un invitado con amabilidad y buena voluntad (Traducción de Ester Pérez del libro Hospitality Service, 2018).
Industria de la hospitalidad	Industria encargada de proveer servicios a las personas que se encuentran fuera de su hogar. Sus servicios incluyen: alimentos, alojamiento, viajes, turismo y recreación (Traducción Ester Pérez del libro Hospitality Service, 2018).
Turismo	El turismo es considerado una de las industrias más grandes a nivel mundial. Abarca varios tipos de servicios que los viajeros necesitan, incluyendo transportación, alojamiento, atracciones y recreación de todo tipo (Traducción de Ester Pérez del libro Hospitality Service, 2018).
Turismo doméstico	El turismo doméstico es aquel que realiza el residente de un país sin salir de las fronteras de su propio país (Puelles, L., 2016).
Turismo sostenible	La Organización Mundial de Turismo (OMT) lo define como la actividad turística que satisface las necesidades de turistas y regiones anfitrionas a la vez que protege y mejora oportunidades para el futuro. Conlleva al manejo de todos los recursos, de tal manera, que puedan ser satisfechas las necesidades económicas, sociales y estéticas mientras se mantiene la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de apoyo de vida. El logro de un turismo sostenible es un proceso continuo y requiere un seguimiento constante de los impactos, para introducir las medidas preventivas o correctivas que resulten necesarias. El turismo sostenible debe reportar también un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa, que los haga más conscientes de los problemas de la sostenibilidad y fomente en ellos unas prácticas turísticas sostenibles.
UNWTO	Siglas en inglés de la Organización de Turismo de las Naciones Unidas. Es una agencia especial que define los estándares utilizados en el turismo de varios países. (Traducción de Ester Pérez del Libro Hospitality Services, 2018)

Ejercicios a realizar para entregar al maestro:

Instrucciones: Imagina que serás el autor de un diccionario de hospitalidad. Tendrás la oportunidad de definir cada uno de los conceptos definidos previamente. Se creativo, define cada concepto en tus propias palabras y con la calidad que requiere un diccionario especializado. A continuación se te incluye la tabla con cada una de las palabras a definir.

IMPORTANTE: Cuida tu manera de redactar y tu ortografía.

Concepto	Definición
CTPR	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Ecoturismo	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Ecoturista	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Hospitalidad	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Industria de la hospitalidad	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Turismo	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Turismo doméstico	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Turismo sostenible	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
UNWTO	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Día #8

Tema: Conceptos económicos pertinentes a la industria de la hospitalidad

Concepto	Definición
Demanda	Son los bienes o servicios solicitados o deseados dentro de un mercado o industria. En este caso, dentro de la industria de la hospitalidad.
Economía	Pertenece a las ciencias sociales especializada en estudiar los bienes y servicios y la administración de estos para satisfacer las necesidades del ser humano.
Egresos	Los egresos también son conocidos como gastos. Hace referencia al consumo o uso de un bien o servicio.
Exportación	Es un bien o servicio que se envía fuera de la nación.
Importación	Es el recibimiento de un bien o servicio para que pueda ser utilizado o consumido por la nación.
Ingresos	Hace referencia a la cantidad de bienes recibidos o ganados.
Oferta	Son los bienes o servicios ofrecidos dentro de un mercado o industria. En este caso, dentro de la industria de la hospitalidad.
Por ciento de ocupación hotelera	Es la proporción de ocupación que registra un lugar de alojamiento. Para obtener el número se utiliza una fórmula muy sencilla que es la siguiente: total de cuartos en el lugar de alojamiento dividido en total de cuartos disponibles. El total lo multiplicas por 100 para obtener el porcentaje.
Temporada alta	Es la época de mayor volumen de personas en la industria de la hospitalidad. Los costos tienden a elevarse.
Temporada baja	Es la época de menor volumen de personas en la industria de la hospitalidad. Los costos tienden a reducirse.

Ejercicios a realizar para entregar a el/la maestro/a

Instrucciones: Imagina que serás el autor de un diccionario de hospitalidad. Tendrás la oportunidad de definir cada uno de los conceptos definidos previamente. Se creativo, define cada concepto en tus propias palabras y con la calidad que requiere un diccionario especializado. A continuación se te incluye la tabla con cada una de las palabras a definir.

IMPORTANTE: Cuida tu manera de redactar y tu ortografía

Concepto	Definición
Demanda	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Economía	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Egresos	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Exportación	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

Importación	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Ingresos	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Oferta	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Por ciento de ocupación hotelera	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Temporada ayudaalta	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>
Temporada baja	<hr/> <hr/> <hr/> <hr/>

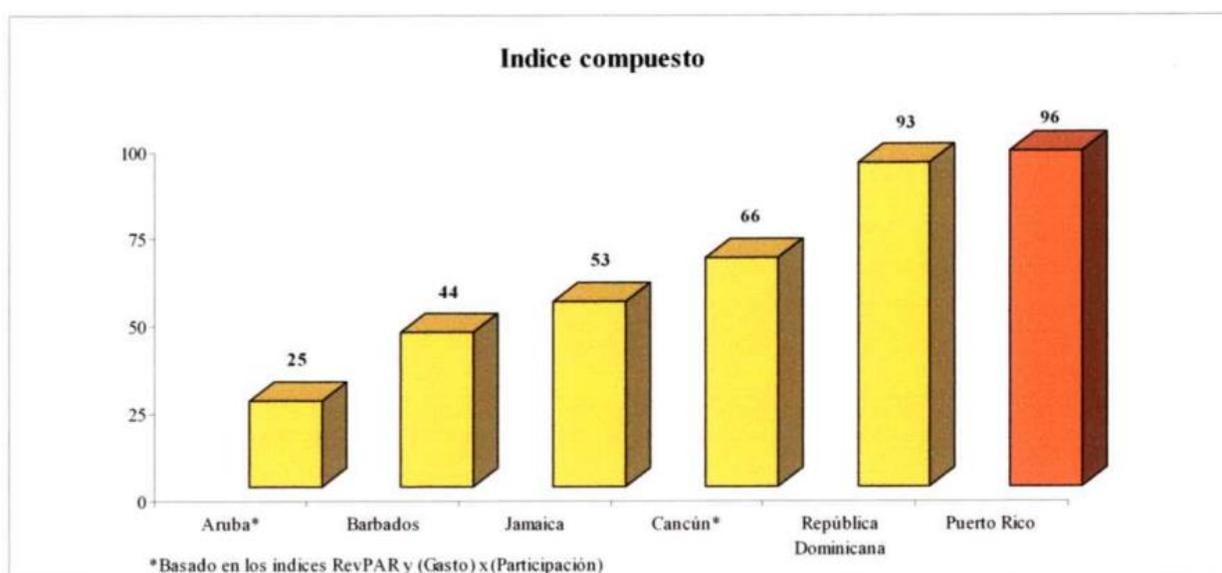
Día #9

Tema: Impacto económico de la industria del turismo

Como ya fue mencionado en los conceptos relevantes de esta unidad, el turismo es una de las industrias más grande en el mundo. En muchos países, es su fuente económica principal. Algunos ejemplos son: Estados Unidos, China, Alemania, España, Japón, Francia, Italia y Brasil.

En Puerto Rico, según las estadísticas y los análisis de la CTPR, el rol del turismo es vital para el desarrollo económico. Desde los años cincuenta del siglo XX el turismo ha tenido un papel principal en la estrategia de desarrollo económico. Para que tengas una idea más concreta, esta economía genera aproximadamente \$1,100 millones y sostiene más de 60,000 empleos de manera directa e indirecta. Su aportación al Producto Nacional Bruto (PNB) supera el 7%.

Como ya tienes conocimiento, Puerto Rico forma parte del Caribe, sus competencias en esta industria por ubicación geográfica son: Aruba, Barbados, Jamaica, Cancún y República Dominicana. Afortunadamente, nos encontramos en una posición favorable al compararnos con la competencia al enfocarnos en el Índice de Competitividad Turística. Esto lo puedes observar en la gráfica que se encuentra a continuación.



No podemos olvidar que en los últimos años, esta industria se ha visto muy afectada por eventos atmosféricos. Aún así, ha demostrado su resiliencia y Puerto Rico sigue apoyando a esta industria para mejorar el desarrollo económico, creando empresas y empleos. Esto queda evidenciado en el comunicado “*DDEC y Discover Puerto Rico destacan contribución del turismo al desarrollo económico de la Isla ante celebración de la Semana Nacional de Viajes y Turismo (2019)*” que cita de la siguiente manera:

...considerando todo lo que esta industria ha aportado al desarrollo económico de la Isla, creando empresas y empleos. Inclusive, ha sido la que más rápido se ha recuperado, luego del embate de los huracanes Irma y María. Según datos de la Junta de Planificación, para el año fiscal 2017, Puerto Rico recibió 5.1 millones de visitantes. La aportación al Producto Interno Bruto fue de \$2,113.5 millones”, resaltó Laboy Rivera.

Nota: Si deseas leer el comunicado completo accede a este link <https://www.ddec.pr.gov/ddec-y-discover-puerto-rico-destacan-contribucion-del-turismo-al-desarrollo-economico-de-la-isla-ante-celebracion-de-la-semana-nacional-de-viajes-y-turismo/>

Ejercicios a realizar para entregar al maestro

Instrucciones: Debes identificar una noticia del periódico que guarde relación con el tema del día. Una vez la tengas, contesta las preguntas que se encuentran a continuación.

1. Haz un resumen de la noticia.

2. Explica la relación de la noticia y el tema del día.

3. Tenías conocimiento de la importancia de esta industria en la economía de PR?
Explica.

Día #10

Tema: Conociendo un poco más sobre la industria de la hospitalidad

Hoy obtendrás más datos sobre la industria de la hospitalidad. En cada enunciado de la sección “*Sabías que...*” se encuentra un dato relevante de esta industria.

Sabías que...

La palabra hospitalidad proviene del término francés hospicio que significa proveer cuidado o refugio a los viajeros.

Sabías que...

La meta de la hospitalidad es crear experiencias positivas en los consumidores.

Sabías que...

El corazón de la hospitalidad es el servicio de calidad.

Sabías que..

El servicio de calidad es cuando se reúnen o exceden las expectativas del consumidor.

Sabías que...

El idioma universal es la sonrisa.

Sabías que...

El símbolo de la hospitalidad es la piña

Sabías que...

Una buena comunicación es necesaria para ofrecer un buen servicio.

Sabías que...

El lenguaje corporal es muy importante en esta industria.

Sabías que...

A los 10 pasos de distancia del huésped debes tener una sonrisa y a los 5 pasos ofrecerle un saludo.

Sabías que...

Debes hacer que el servicio sea parte de tu estilo de vida.

Sabías que...

La empatía es muy importante en esta industria.

Estos datos son solo pinceladas de todo lo que debes saber de esta industria. A medida que sigas completando cada una de las lecciones ampliarás tus conocimientos. Continúa esforzándote y dando el máximo. ¡Tú puedes!

Ejercicio de práctica

Instrucciones: Debes leer detenidamente el contenido de *Conociendo un poco más sobre la industria de la hospitalidad*. Luego podrás completar el ejercicio a realizar para entregar al maestro.

Ejemplo:

Haz un acróstico con la palabra amor

1. A: _____
2. M: _____
3. O: _____
4. R: _____

Ejercicios a realizar para entregar al maestro:

Instrucciones: Debes realizar un acróstico con la palabra hospitalidad. Cada una de las palabras que escribas con las letras correspondientes debe guardar relación con la hospitalidad.

1. H: _____

2. O: _____

3. S: _____

4. P: _____

5. I: _____

6. T: _____

7. A: _____

8. L: _____

9. I: _____

10.D: _____

11.A: _____

12.D: _____

Día #11

Tema: Carreras y estudios universitarios relacionadas a esta industria

Es importante que tengas conocimiento sobre las carreras y estudios universitarios relacionados a esta industria. Al formar parte de este taller, adquirirás conocimientos y destrezas por un período de tres años. Al graduarte, tienes tu diploma de cuarto año y un certificado de tu especialidad. Este te abre puertas a carreras dentro de tu ruta ocupacional. Pero, debes saber que si decides continuar estudios post secundarios en esta industria existen varias alternativas. A continuación se incluyen algunas de las oportunidades de estudios post secundarios relacionados con la industria de la hospitalidad y las universidades que los ofrecen.

Nombre de institución post secundaria	Nombre del ofrecimiento	C E R T I F I C A D O	A S O C I A D O	B A C H I L E R A T O	M A E S T R Í A
Monteclaro- Escuela de Hotelería y Artes Culinarias	Hotelería y Artes Culinarias		X		
Monteclaro- Escuela de Hotelería y Artes Culinarias	Hotelería y Artes Culinarias			X	
NUC University	Turismo y hoteles	X			
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico- EUTHAC	Administración de Empresas con concentración en Artes Culinarias			X	
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico- EUTHAC	Administración de Empresas con concentración en Administración de Hoteles y Restaurantes			X	
Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico- EUTHAC	Ciencias Aplicadas en artes Culinarias		X		

Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico- EUTHAC	Ciencias Aplicadas en Administración de Hoteles y Restaurantes		X		
UAGM José A. (Tony Santana International School of Hospitality and Culinary Art)	Gerencia de hoteles		X		
UAGM José A. (Tony Santana International School of Hospitality and Culinary Art)	Artes Culinarias		X		
UAGM José A. (Tony Santana International School of Hospitality and Culinary Art)	Science in Culinary Management			X	
UAGM José A. (Tony Santana International School of Hospitality and Culinary Art)	Science in International Hospitality Management a. Major in Hotel Management b. Major in Event and Convention Planning			X	
UAGM José A. (Tony Santana International School of Hospitality and Culinary Art)	Turismo Estratégico del Programa AHORA				X
Universidad del Sagrado Corazón	Artes en Diseño de Experiencias: Turismo y Eventos			X	
UPR Carolina - Escuela de Administración de Hoteles y Restaurantes	Estudios Multidisciplinarios, con Concentración en Cultura Turística			X	
UPR Carolina - Escuela de Administración de Hoteles y Restaurantes	Administración de Hoteles y Restaurantes			X	

Ejercicios a realizar para entregar al maestro:

Instrucciones: Debes identificar cuál de los ofrecimientos es el más que te llama la atención y orientarte sobre los requisitos de admisión para poder completar el ejercicio.

Parte A

Nombre de institución post secundaria	Nombre del ofrecimiento	C E R T I F I C A D O	A S O C I A D O	B A C H I L L E R A T O	M A E S T R Í A

Parte B

Haz una lista de al menos 3 requisitos de admisión

1. _____
2. _____
3. _____

Día #12

Tema: Diario reflexivo y trabajo especial

Ejercicios a realizar para entregar al maestro:

Instrucciones: Debes entrevistar a un empleado de un hotel y realizarle al menos 10 preguntas que guarden relación con esta lección. A continuación se incluyen unas preguntas requeridas, el resto de las preguntas deben ser creadas por ti.

1. Nombre del hotel

2. Dirección física del hotel

3. ¿Cuál es su nombre? (Nombre del empleado)

4. ¿Cuál es el porcentaje de ocupación del hotel actualmente?

5. ¿Cuáles son los meses de mayor volumen de visitantes (temporada alta)?

6. ¿Cuáles son los meses de menor volumen de personas (Temporada baja)?

7. ¿De qué países son los huéspedes que visitan el hotel (al menos 3 países que los visitan)?

8. Pregunta libre

Escribe tu pregunta:

Respuesta del empleado:

9. Pregunta libre

Escribe tu pregunta:

Respuesta del empleado:

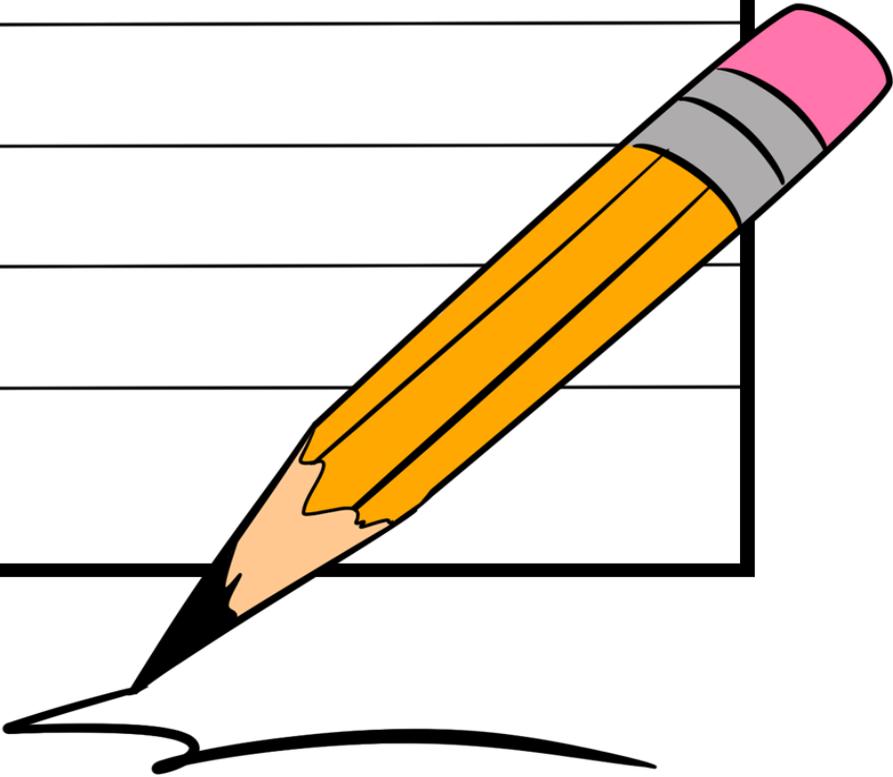
10. Pregunta libre

Escribe tu pregunta:

Respuesta del empleado:

Instrucciones: Escribe en tu diario reflexivo sobre lo aprendido en esta lección.
(Mínimo 5 oraciones)

DIARIO REFLEXIVO



Lección 3. Diversidad y complejidad

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Industria diversa y compleja
- Segmentos de la industria de la hospitalidad
- Segmento #1: Bebidas y alimentos
- Segmento #2: Alojamiento
- Segmento #3: Viajes
- Segmento #4: Turismo
- Segmento #5: Recreación
- Cierre de los segmentos de la hospitalidad

Estándares:

- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Competencias:

- 10.1.2: Analizar oportunidades de empleo en carreras de hotelería, turismo y recreación.

Objetivos:

- Luego de completar esta lección, el estudiante será capaz de:
 1. Explicar el porqué la industria de la hospitalidad se considera diversa y compleja.
 2. Mencionar los cinco (5) segmentos de la industria de la hospitalidad.
 3. Orientarse sobre ejemplos específicos de Estados Unidos de América para cada una de las categorías de los cinco (5) segmentos de la industria de la hospitalidad.
 4. Mencionar ejemplos específicos de Puerto Rico para cada una de las categorías de los cinco (5) segmentos de la industria de la hospitalidad.

Día #13

Tema: Industria diversa y compleja

La industria de la hospitalidad se considera diversa y compleja. Al leer esto, quizás te preguntes el porqué. Las razones son muy sencillas y se encuentran explicadas a continuación con el fin de que no te quedes con dudas al respecto.

Al escuchar la palabra diversidad puedes pensar en variedad. La Real Academia Española define diversidad de dos maneras, que son las siguientes: (1) variedad, desemejanza, diferencia (2) abundancia, gran cantidad de varias cosas distintas. Teniendo este contexto, pasemos a la diversidad dentro de la industria de la hospitalidad. ¿Qué es? ¿Qué significa?

Debes tener presente que al hablar de diversidad en la industria de la hospitalidad se hace referencia a los diferentes elementos que incluye, respondiendo a múltiples necesidades. Piensa en la necesidad de hospedarse que tiene un viajero. Puede escoger entre un hotel pequeño o uno grande. También esta industria se considera diversa por la variedad de personas que atiende. Estas varían en edad, sexo, culturas, religiones, entre muchos otros aspectos.

Por otra parte, el término complejo usualmente es asociado con difícil. Por definición, según la Real Academia Española, es un conjunto o unión de una o más cosas que constituyen una unidad. En la industria hospitalaria, se refiere a que tiene dos o más partes (segmentos). Específicamente tiene 5 segmentos que conocerás próximamente.

Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al tema del día, debes contestar cada una de las preguntas de manera correcta.

1. Explica en tus propias palabras porqué esta industria se considera diversa y compleja.

2. Menciona un ejemplo concreto que justifique la diversidad de esta industria.

Día #14

Tema: Segmentos de la industria de la hospitalidad

Instrucciones: Observa detenidamente cada una de las fotos que se encuentran a continuación.



Imagen de alimentos, Pérez R., 2019



Imagen de habitación de hotel, Pérez E., 2019



Imagen de un vuelo, Morales, C., 2019



Imagen de excursión turística, Pérez E., 2019



Imagen de tour de kayaks, Pérez R., 2019

Luego de observar detenidamente estas fotos, ponte a pensar. ¿En qué se relacionan? ¿Porqué forman parte del contenido del día? Estas y otras preguntas podrás responderla una vez procedas a la lectura del tema del día.

En el tema del día anterior se explicó el porqué esta industria es diversa y compleja. Para tu beneficio cito las últimas dos oraciones de la lectura: “En la industria hospitalaria, se refiere a que tiene dos o más partes (segmentos). Específicamente tiene 5 segmentos que conocerás próximamente.” Sabes, ya llegó el momento de conocer estos cinco (5) segmentos de la hospitalidad.

Los segmentos de la industria de la hospitalidad son los siguientes:

1

Bebidas y
alimentos

Alojamiento

2

3

Viajes

Turismo

4

5

Recreación

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: luego de haber dado lectura al tema del día responde la primera pregunta y realiza el ejercicio solicitado en la segunda premisa.

1. Explica la relación que tienen cada una de las fotos con el tema del día

2. Realiza un cubo con los segmentos de la hospitalidad (Las intrucciones y el molde a utilizar se encuentran próximamente)

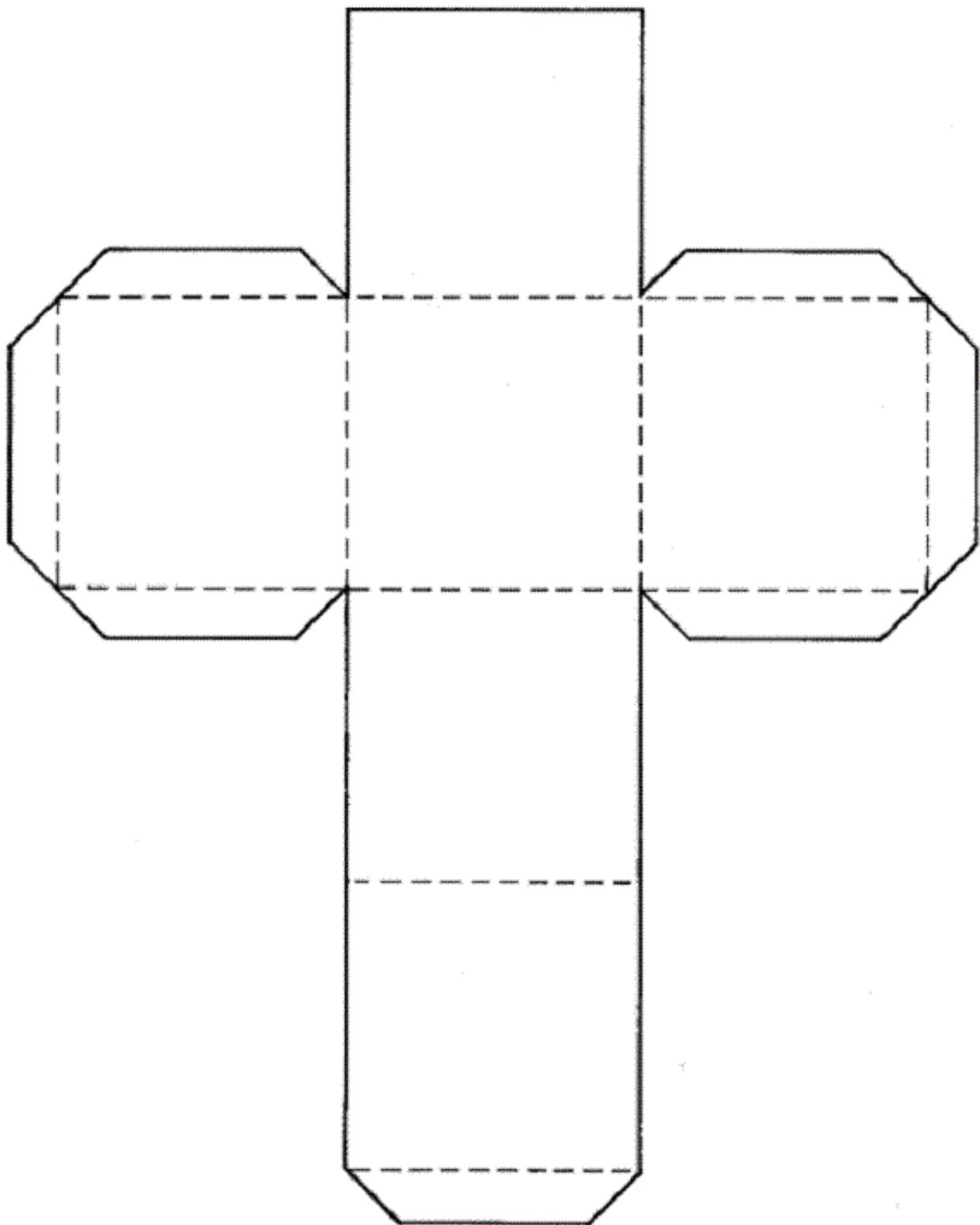
Instrucciones para la creación del cubo con los segmentos de la hospitalidad

A continuación tendrás un molde para realizar un cubo en papel o cartulina. Escribe el tema del día (Segmentos de la hospitalidad) en uno de los lados del cubo. Luego, escribe un segmento, en cada uno de los cinco lados restante. Una vez hayas escrito los segmentos realiza un dibujo o pega una lámina que guarde relación con el segmento. Finalmente une las partes, utiliza pegamento o cinta adhesiva y forma el cubo de los segmentos de la hospitalidad. ¡Se creativo, tú puedes!

Nota: Si tienes acceso a internet puedes observar este video que te guía paso a paso sobre la manera de realizar un cubo resistente.

Enlace para acceder al video: <https://www.youtube.com/watch?v=J-vwlfm1o>

Molde para crear el cubo



Día #15

Tema: Segmento #1: Bebidas y alimentos

Las bebidas y alimentos son el primer segmento de la hospitalidad que conocerás. Este segmento, como bien señala su nombre, representa a lugares que se dedican a la preparación y servicio de alimentos para los consumidores. Existe una gran variedad de negocios bajo este segmento. Hay lugares casuales y económicos, otros son muy elegantes y costosos. Cada cual responde a las necesidades e intereses de los consumidores que los visitan. No siempre se encuentran en locales individuales, sus ubicaciones y facilidades también varían.

A continuación podrás conocer sus categorías en segmentos y ejemplos específicos de cada categoría. Los ejemplos son de los Estados Unidos de América, utilizando como referencia el libro Hospitality Services (Sue, J. & Chase, D., 2018). Presta mucha atención al contenido para que al finalizar puedas realizar el ejercicio sin ninguna dificultad.



¿Que piensas antes de escoger el lugar en el que comerás?

Categorías y ejemplos específicos del segmento #1: Bebidas y alimentos



Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación. Si observas, encuentras una tabla con cada una de las categorías del segmento discutido. Debes escribir dos ejemplos específicos de cada una de las categorías que no sean los mencionados previamente. Los ejemplos deben ser de lugares de bebidas y alimentos en Puerto Rico.

Categoría	Ejemplo en Puerto Rico
Restaurantes de servicio rápido o de comida rápida	1. _____ 2. _____
Restaurantes de servicio completo	1. _____ 2. _____
Vendedores de carretera	1. _____ 2. _____
Comida para llevar ("carryout")	1. _____ 2. _____
Cafeterías	1. _____ 2. _____

Día #16

Tema: Segmento #2: Alojamiento

En el tema anterior conociste el primer segmento de la industria de la hospitalidad, sus categorías y ejemplos específicos. Hoy conocerás el segundo segmento que es el *alojamiento*. De todos los segmentos, este es el que se relaciona de manera directa con el taller al que perteneces (Hotelería y Servicio al Huésped).

Un lugar de alojamiento es aquel que se encuentra diseñado para que las personas duerman una o más noches. Las facilidades varían según el presupuesto de la población a la que impactan. Al igual que hay restaurantes económicos y otros muy costosos, hay lugares de alojamiento sumamente económicos y otros realmente costosos.

Pasemos a un ejemplo concreto, el precio de dormir una noche en Circus Circus hotel and Casino de Las Vegas (menos de \$50) no se compara con el de dormir una noche en The Venetian Resort Las Vegas (sobre \$200). Ambos son hoteles, pero sus facilidades, calidad de servicio y precios son muy distintos. El hotel The Venetian Resort Las Vegas tiene una mayor cantidad de lujos y comodidades para ofrecer al huésped.

Al estudiar esta industria es importante que conozcas opciones de alojamientos para todos los presupuestos. Conoce a Puerto Rico y opciones de alojamientos en toda la isla. Recuerda que los intereses de las personas varían y lo que te gusta a ti no necesariamente es lo que le gusta a quien te pide recomendaciones. Por esta y otras razones debes conocer variedades de alojamientos que respondan a presupuestos y atracciones diversas. A continuación, se incluyen las distintas categorías de este segmento, conócelas, que te serán de gran beneficio.

Categorías del segmento #2: Alojamiento



¿Cuál de todas las categorías de alojamiento es tu preferida?

Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación. Si observas, encuentras una tabla con cada una de las categorías del segmento discutido. Debes escribir dos ejemplos específicos de cada una de las categorías que no sean los mencionados previamente. Los ejemplos deben ser de lugares de alojamiento en Puerto Rico.

Categoría	Ejemplo en Puerto Rico
Hoteles	1. _____ 2. _____
Moteles	1. _____ 2. _____
Inns	1. _____ 2. _____
Bed and breakfasts	1. _____ 2. _____
Hostales	1. _____ 2. _____
Lugares de acampar	1. _____ 2. _____

Día #17

Tema: Segmento #3: Viajes

El tercer segmento, los viajes, se subdivide en 6 categorías. Es importante que sepas que se considera viaje cuando una persona se mueve de un lugar a otro. Para moverse entre lugares hay una gran variedad, no solo los aviones. Las categorías de este segmento practicamente representan la variedad de alternativas que tienes para realizar un viaje (moverte de un lugar a otro). Al igual que en los otros segmentos, los precios varían y responden a la diversidad de presupuestos que tienen las personas que planificar viajar.

Ahora podrás observar la lista con las categorías de este segmento y un ejemplo de cada una de estas. Los ejemplos son de los Estados Unidos de América, utilizando como referencia el libro Hospitality Services (Sue, J. & Chase, D., 2018).



¿Cuáles medios has utilizado para viajar?

Categorías del segmento #3: Viajes



Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación. Si observas, encuentras una tabla con cada una de las categorías del segmento discutido. Debes escribir los ejemplos específicos solicitados de cada una de las categorías que no sean los mencionados previamente. Los ejemplos deben ser opciones de viajes en Puerto Rico.

Categoría	Ejemplo en Puerto Rico
Lugares de alquiler de carros	1. _____ 2. _____
Guaguas	1. _____ 2. _____
Trenes	1. _____
Aviones	1. _____ 2. _____
Cruceros	1. _____ 2. _____
Agentes de viaje	1. _____ 2. _____

Día #18

Tema: Segmento #4: Turismo

Recuerdas que en la segunda lección de este módulo conociste un vocabulario introductorio a la hospitalidad. El turismo fue una de las definiciones incluídas. Este fue definido de la siguiente manera: “El turismo es considerado una de las industrias más grandes a nivel mundial. Abarca varios tipos de servicios que los viajeros necesitan, incluyendo transportación, alojamiento, atracciones y recreación de todo tipo.” Luego, tuviste la oportunidad de crear tu propia definición sobre turismo. Ahora tienes conocimiento que el turismo es considerado uno de los cinco segmentos de la hospitalidad.

Esta industria está compuesta por negocios que organizan y promueven viajes por negocios, placer y otros propósitos. Una de sus funciones principales es crear planes para diversos tipos o estilos de viajes. Es por esto que se subdivide en varias categorías. Al igual que en los otros segmentos, podrás observar la lista con las categorías de este segmento y un ejemplo de cada una de estas. Los ejemplos son de los Estados Unidos de América, utilizando como referencia el libro Hospitality Services (Sue, J. & Chase, D., 2018).

Categorías del Segmento#4: Turismo



Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación. Si observas, encuentras una tabla con cada una de las categorías del segmento discutido. Debes escribir los ejemplos específicos solicitados de cada una de las categorías que no sean los mencionados previamente. Los ejemplos deben ser opciones de viajes en Puerto Rico.

Parte A

Categoría	Ejemplo en Puerto Rico
Empresas o compañías de turismo	1. _____
Oficinas de turismo	1. _____

Parte B

1. Consideras que la CTPR realiza su trabajo adecuadamente? Explica

2. ¿Haz realizado turismo interno? (actividades turísticas en PR)

(a) Sí

(b) No

Día #19

Tema: Segmento #5: Recreación

El segmento de recreación es el que más categorías tiene, un total de ocho (8). Este segmento abarca actividades que las personas realizan con diversas finalidades. No todos buscan el mismo tipo de recreación. Algunos buscan actividades que le permitan relajarse, otros buscan descanso y otros buscan diversión. Aún así, es importante destacar que todos estos fines se encuentran cobijados por este segmento.

La meta de este segmento es tener la capacidad de refrescar el cuerpo y la mente de una persona o un grupo de personas. Para esto, la variedad es necesaria ya que no todas las personas tienen los mismos intereses ni los mismos presupuestos como ya se ha mencionado en varias ocasiones a lo largo del desarrollo del módulo.

Teniendo presente el trasfondo de este segmento, podrás conocer sus ocho (8) categorías junto a un ejemplo en cada una de estas. Recuerda que las categorías y los ejemplos son traducciones del libro de texto Hospitality Services (Sue, J. & Chase, D., 2018).



¿De qué manera se puede refrescar tu mente y tu cuerpo?

Categorías del segmento #5: Recreación



Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación. Si observas, encuentras una tabla con cada una de las categorías del segmento discutido. Debes escribir los ejemplos específicos solicitados de cada una de las categorías que no sean los mencionados previamente. Los ejemplos deben ser opciones de recreación en Puerto Rico.

Categoría	Ejemplo en Puerto Rico
Paques de diversiones	1. _____
Parques temáticos	1. _____
Parques naturales	1. _____
Museos	1. _____
Cines	1. _____
Campo de deportes	1. _____
Salas de conciertos	1. _____
Deportes participativos	1. _____

Día #20

Tema: Cierre de los segmentos de la hospitalidad

A lo largo de estos días has conocido los 5 segmentos de la hospitalidad, sus categorías y ejemplos específicos en los Estados Unidos de América. También has tenido la oportunidad de investigar ejemplos específicos de Puerto Rico en cada una de las categorías. Ahora, pasemos a evaluar tus experiencias y tus intereses para un futuro.

Instrucciones: A continuación, podrás observar una tabla con los 5 segmentos de la hospitalidad acompañada de tres opciones: Categorías experimentadas, Categorías que intereso experimentar en un futuro y Categorías que no he experimentado ni me interesa experimentar en un futuro. Debes clasificar todas las categorías de cada segmento entre estas tres opciones. Luego, recuerda llenar tu diario reflexivo.

Segmento	Categorías experimentadas	Categorías que intereso experimentar en un futuro	Categorías que no he experimentado ni me interesa experimentar en un futuro
Bebidas y alimentos			
Alojamiento			

Segmento	Categorías experimentadas	Categorías que intereso experimentar en un futuro	Categorías que no he experimentado ni me interesa experimentar en un futuro
Viajes			
Turismo			
Recreación			

Lección 4. ¿Cómo se ha desarrollado el turismo en el mundo?

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Precusores del turismo
- Precusores del turismo
- Origen de la industria de la hospitalidad
- Países con roles principales en la industria de la hospitalidad
- Siglo XX
- Turismo integral
- La hospitalidad y el turismo en la actualidad
- Cierre de lección y diario reflexivo

Estándares:

- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Expectativas:

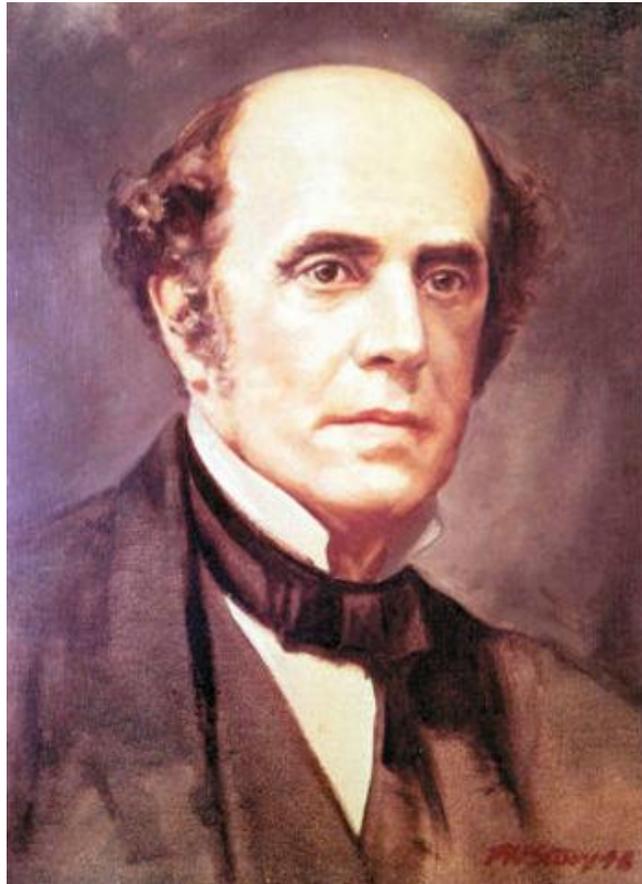
- 10.1.4: Analizar la correlación entre la industria hotelera y las economías locales, estatales, nacionales y globales.

Objetivos:

- Luego de completar esta lección, el estudiante será capaz de:
 1. Identificar a cuatro (4) precusores del turismo.
 2. Realizar un breve resumen de cada uno de los precusores del turismo.
 3. Orientarse sobre los orígenes de la industria de la hospitalidad.
 4. Mencionar los tres (3) países con roles principales en la industria de la hospitalidad.
 5. Explicar el porqué cada uno de estos países son identificados con roles principales en la industria de la hospitalidad.
 6. Mencionar sucesos relevantes que han impactado la industria de la hospitalidad.
 7. Orientarse sobre las necesidades de las poblaciones con diversidad funcional.
 8. Identificar la diferencia entre asistencia tecnológica y diseño universal.
 9. Explicar los cuatro (4) retos principales para la ndustria de la hospitalidad en la actualidad.

Día #21

Tema: Precursores del turismo



¿Quiénes son? ¿Te parecen Familiares?

Las fotos que observaste en la página anterior son de dos (2) precursores del turismo. Si no sabes quiénes son y no te parecieron familiares, presta mucha atención a esta lección. Ser un profesional en esta ruta ocupacional y no saber quiénes son ellos, es como que un electricista no sepa quién fue Thomas Alva Edison y su aportación.

¿Sabes qué es un precursor? Me parece importante que sepas qué es un precursor, sin este conocimiento, no entenderás el tema de hoy: *Precursores del Turismo*. Por definición, un precursor es alguien que va delante en el tiempo o en el espacio. Esta persona tiene la capacidad de iniciar o introducir tanto ideas como teorías que podrán desarrollarse o ejecutarse en un tiempo futuro.

Como ya se mencionó anteriormente, las dos (2) fotos de la página anterior son de dos hombres que se ganaron el título de precursores del turismo: Thomas Cook (primera foto o foto superior) y César Ritz (segunda foto o foto inferior). Ambos, se adelantaron a sus tiempos y sus aportaciones siguen siendo de impacto en la industria turística hasta el día de hoy.

El primero de los precursores que conocerás es Tomás Cook. A continuación, podrás dar lectura a una breve biografía de este hombre, extraída de *Biografía y Vida la Enciclopedia Biográfica en Línea*. Acto seguido, encontrarás la biografía de César Ritz.

Thomas Cook



(Melbourne, Derbyshire, 1808 - Leicester, 1892) Hombre de negocios británico al que se ha considerado uno de los iniciadores y propulsores del turismo moderno. Thomas Cook inició su carrera y fortuna orientando su actividad hacia una clientela obrera, numerosa aunque de escaso nivel económico.

Con la ayuda de su hijo John Mason Cook, a partir de 1865 formaría una agencia de viajes que fue acercando a los viajeros británicos de clase media a destinos turísticos como Francia (París), Italia o Egipto, además de desarrollar el turismo hacia Suiza, que se convirtió en el destino turístico por excelencia desde este momento y hasta principios del siglo XX con el auge del alpinismo.

Entre otras innovaciones, se atribuye a los Cook el haber creado los forfaits individuales, ya que a los ya indispensables billetes de tren se les acompañó de unos vouchers o hotel-coupons, válidos para pagar las habitaciones de hotel en cualquiera de aquellos que presentaba la guía de la misma agencia, evitando así los inconvenientes de tener que pagar en moneda extranjera. El éxito de la empresa le motivó a crear una amplia red de agencias de viajes con la central en Londres.

César Ritz



(Niederwald, 1850-Küssnacht, 1918) Hombre de negocios suizo. Dirigió el Gran Hotel Nacional de Lucerna y el Savoy (1890) de Londres. En 1898 creó el Ritz de París, origen de la moderna hostelería. Posteriormente fundaría los hoteles Ritz en las principales ciudades europeas y americanas.

La página web *Diferentes Puntos de Vistas Temas Relacionados al Turismo* añade mayor cantidad de datos biográficos sobre César Ritz que debes conocer. Puedes dar lectura a estos datos a continuación.

César Ritz fue un hotelero suizo, nacido en Niederwald (Suiza) el 23 de febrero de 1850. Considerado el padre de la hotelería, concibió, organizó y dirigió los hoteles de lujo del llamado Ancien Regime turístico que estuvo en vigor hasta 1914. Durante el primer tercio del siglo XIX y hasta el comienzo del siglo XX puede decirse que fue el animador de la vida elegante de la que fue de alguna forma el maestro de ceremonias, una

actividad absolutamente personal por su parte, ya que allí donde él estuviese atraía la presencia de reyes, magnates y figuras mundiales.

Padre la hotelería moderna decía “en mis hoteles, el cliente es el dueño”. Llego a manejar 12 hoteles, creo la documentación para conocer al cliente. La importancia de Ritz radica en la introducción de un nuevo concepto de hotel como establecimientos de servicio completo y personalizado, fijando los mínimos del alojamiento correcto en términos domésticos: habitaciones de espacio suficiente y decoración cuidada y lujosa - cortinajes, alfombras, polveras y tocadores provistos de jofaina y depósito de agua-, generaliza el cuarto de baño moderno en cada habitación, utiliza la iluminación indirecta y suprime los papeles pintados para remplazarlos por pintura; introduce la atención directa al cliente (servicio de habitaciones) centralizado en la recepción.

La importancia que da a la cocina y a la calidad de los vinos le llevan a eliminar los antiguos comedores de huéspedes, que se convierten en refinados restaurantes, con mesas reducidas para pocos comensales (su asociación con el gran cocinero Auguste Escoffier fue famosa); establece una diferenciación jerárquica en el personal de servicio por medio de uniformes y graduaciones, desde el camarero hasta el maître.

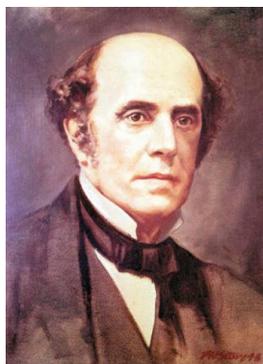
Ahora si debes tener una idea más clara de quienes fueron estos hombres y el porqué son considerados precursores del turismo. En el tema del día siguiente conocerás a otros precursores y continuarás ampliando tus conocimientos en tu ruta ocupacional.

Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación.

Parte A

Biografía de (nombre completo): _____



Fecha en que nació

Lugar de nacimiento

Aportación principal al turismo

Fecha en que falleció

Lugar en que falleció

Parte B

Biografía de (nombre completo): _____



Fecha en que nació

Lugar de nacimiento

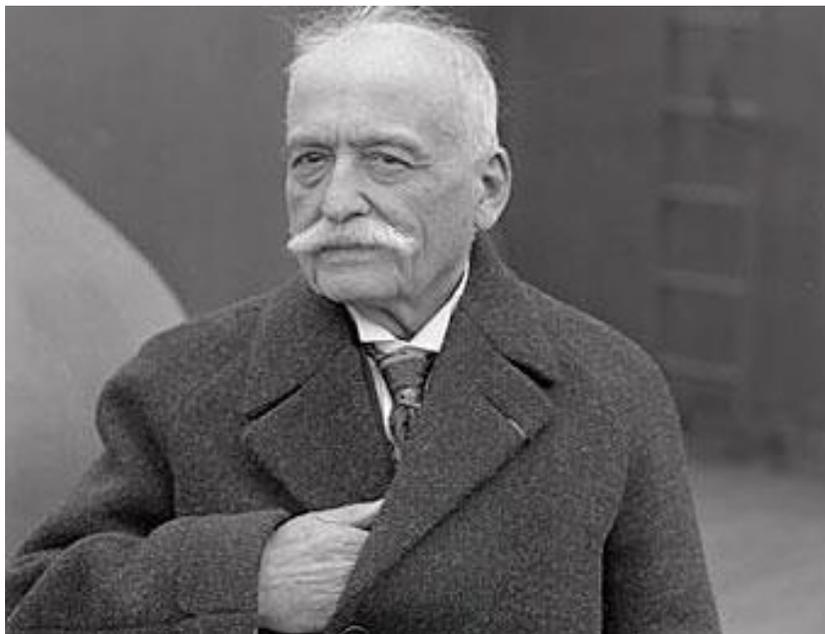
Aportación principal al turismo

Fecha en que falleció

Lugar en que falleció

Día #22

Tema: Precursores del turismo



¿Quiénes son? ¿Te parecen Familiares?

Ambas fotos son de precursores del turismo. Estos hombres, al igual que Thomas Cook y César Ritz, se adelantaron a sus tiempos. Sus nombres son los siguientes: George Pullman (el de la primera foto o foto superior) y Auguste Escoffier (el de la segunda foto o foto inferior). Así como conociste los datos biográficos de los primeros dos (2) precursores estudiados, hoy conocerás los datos biográficos de estos.

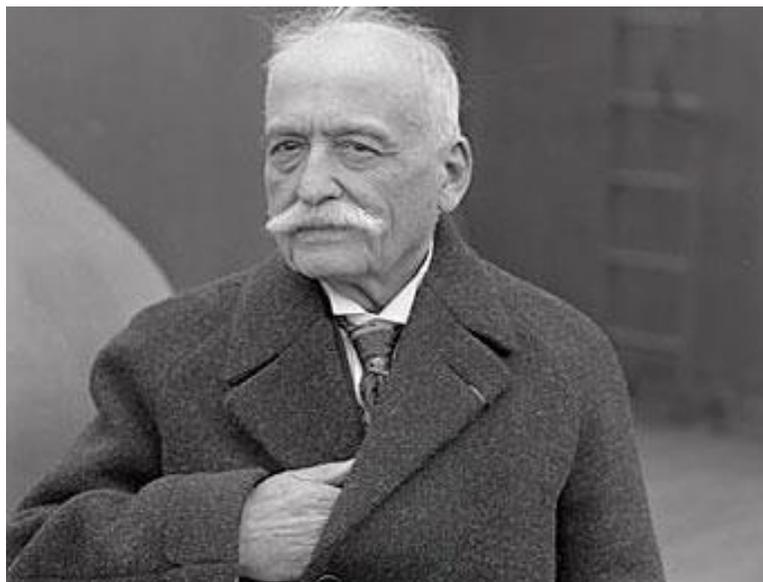
A continuación, podrás dar lectura a una breve biografía de George Pullman, extraída de *Biografía y Vida la Enciclopedia Biográfica en Línea*. Acto seguido, encontrarás la biografía de Auguste Escoffier.

George Mortimer Pullmann



(Brocton, 1831-Chicago, 1897) Industrial estadounidense. Junto con Ben Field, ideó un nuevo modelo de coche de ferrocarril, con literas desplegadas en su parte superior, que fue patentado en 1864. Al año siguiente, añadieron al mismo coche un sistema de asientos extensibles en la parte inferior. Para la fabricación de estos nuevos modelos (coches-cama) fundó la Pullman Palace Car Company.

Georges-Auguste Escoffier



(Villeneuve-Loubet, Francia, 1847 - Montecarlo, Mónaco, 1935) Cocinero y gastrónomo francés. Aprendió el arte culinario en un restaurante de Niza propiedad de su tío, donde entró a trabajar a la edad de trece años. Alcanzó gran notoriedad en las ciudades de París y Cannes, donde, en su tiempo, se concentraba la alta sociedad francesa e internacional.

Durante la guerra franco-prusiana de 1870, Auguste Escoffier dirigió el servicio de cocina del mariscal Bizaine, y luego el del emperador alemán Guillermo II, quien le otorgó el título de «emperador de los cocineros». En 1890 se trasladó a Londres para ponerse al frente de la cocina del prestigioso hotel Savoy, y de la del hotel Arlton en 1898.

Entre sus creaciones más celebradas cabe citar el melocotón Melba y los filetes de lenguado Coquelin. Por otra parte, entre sus obras de divulgación culinaria, Mi cocina (1934) ha conocido una amplia difusión y continuas reediciones. También son de su autoría La guía culinaria (1903), una de las primeras obras dedicadas a la alta cocina que mantiene su vigencia en el panorama gastronómico internacional, El libro de los menús (1912) y El arroz (1927). Escoffier fue uno de los chefs que consolidó el prestigio internacional que la cocina francesa ha adquirido en la era moderna.

Ejercicio para entregar al maestro:

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes completar el ejercicio que se encuentra a continuación.

Parte A

Biografía de (nombre completo): _____



Fecha en que nació

Lugar de nacimiento

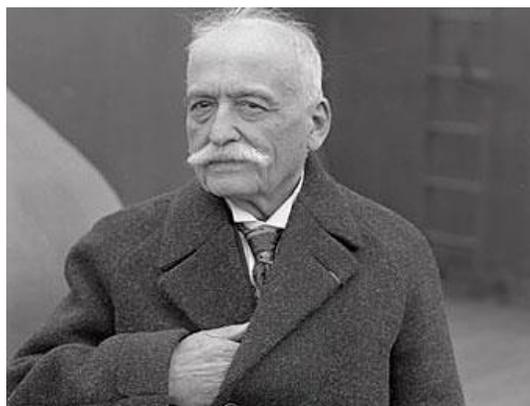
Aportación principal al turismo

Fecha en que falleció

Lugar en que falleció

Parte B

Biografía de (nombre completo): _____



Fecha en que nació

Lugar de nacimiento

Aportación principal al turismo

Fecha en que falleció

Lugar en que falleció

Día #23

Tema: Origen de la industria de la hospitalidad

Comencemos este tema de una manera diferente, con un torbellino de ideas. Plasma por escrito en cada uno de los recuadros todo aquello que pasa por tu mente al escuchar origen de la industria de la hospitalidad.



¿Cómo crees que dio origen esta industria?

Quizás te preguntes ¿Cuándo dio inicio la industria de la hospitalidad? ¿Cómo se fue desarrollando el turismo en el mundo? Esas y otras preguntas podrás aclararlas con el desarrollo del tema del día y de los próximos días.

En relación al origen de la industria de la hospitalidad, el libro de texto *Hospitality Services* (Sue, J. & Chase, D., 2018) establece que probablemente dio inicio con los sumerios. Es importante que sepas que los sumerios son considerados la civilización más antigua. Ellos dieron origen al primer negocio de hospitalidad para el 4000 a.C. ¿Cuál fue ese negocio? ¿En qué consistía el primer negocio de hospitalidad? Bueno, eran tabernas. Sí, las tabernas fueron el primer negocio de esta industria. Los sumerios compraban tabernas y vendían bebidas alcohólicas en estas.



Las tabernas fueron el primer negocio de hospitalidad

Para los tiempos medievales, era popular en Inglaterra las posadas y tabernas ubicadas en el sendero. Por definición, una posada es el lugar o espacio en el cual vive una persona. Es por esta razón que el término es equivalente a una casa o un lugar de alojamiento.



Las posadas eran lo más parecido en esa época a lo que es un hotel hoy día.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes contestar las preguntas que se encuentra a continuación.

1. ¿Cuál fue el primer negocio de hospitalidad?

2. ¿Qué es una posada?

Día #24

Tema: Países con roles principales en la industria de la hospitalidad



Mapa de referencia para el tema del día

En el tema anterior, *Origen de la industria de la hospitalidad* conociste cómo dio origen esta industria, cuál fue el primer negocio de hospitalidad, qué eran las posadas y sus fechas de origen. Hoy conocerás tres (3) países con roles principales o fundamentales en la industria de la hospitalidad. ¿Cuáles son? ¿Qué aportaron? Esas preguntas podrás responderlas al culminar el desarrollo del tema del día.

El primer país que se destaca rol principal en los primeros años de la industria de la hospitalidad es Egipto. Sí, Egipto es el primero en la lista de hoy. ¿Porqué Egipto? Egipto logra tener lugar en este "Top Three" por dos (2) razones principales. La primera es por sus pirámides. Como es del conocimiento de muchos, las pirámides eran tumbas muy elegantes diseñadas para los faraones. Estas era atracciones para

los turistas desde los 2,700 a.C. Hoy día siguen siendo un atractivo turístico. La segunda razón por la que Egipto forma parte de esta lista es por haber organizado el primer “cruise”. Consistía en un viaje de placer que se llevaba a cabo en una embarcación.

Pasamos con el segundo en la lista que es Grecia. Al igual que Egipto, se le atribuyen dos (2) contribuciones principales. La primera es el lenguaje ya que el griego fue aceptado como un idioma universal para el comercio internacional. Su segunda aportación fue la moneda. Específicamente por lograr que el dinero griego se convirtiera en el estándar de cambio para transacciones monetarias.

Ahora pasamos al tercero y último en la lista. Este lugar lo ocupa el Imperio Romano. Su principal aportación fue el desarrollo de sistemas de carreteras. Esto permitía que los viajes se realizaran de manera más rápida y más sencilla.



Seguirás conociendo lugares en el mundo y sus aportaciones a esta industria

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes realizar el ejercicio que se explica a continuación. Observarás una tabla con tres (3) divisiones. En cada una de las divisiones deberás escribir los nombres de los países con roles principales en los orígenes de la industria de la hospitalidad. Luego, realizarás dibujos o pegarás láminas que represente las aportaciones de los países que fueron explicadas en la lectura.

Nombres de los países	Aportaciones a la industria (dibujos o láminas)

Día #25

Tema: Siglo XX

Repasemos brevemente los últimos dos temas desarrollados. El primero fue *Origen de la industria de la hospitalidad*. En este conociste cómo dio origen esta industria, cuál fue el primer negocio de hospitalidad, qué eran las posadas y sus fechas de origen. El segundo fue *Países con roles principales en la industria de la hospitalidad*. En este tema conociste tres (3) países con roles principales o fundamentales en la industria de la hospitalidad que fueron los siguientes: Egipto, Grecia y el Imperio Romano, También conociste sus principales aportaciones a esta industria.

Hoy avanzarás un poco en el tiempo. Pasaremos al Siglo XX en el cual hay sucesos relevantes que han impactado la industria de la hospitalidad. Hoy los podrás conocer y de esta manera continuar ampliando tus conocimientos en tu ruta ocupacional.

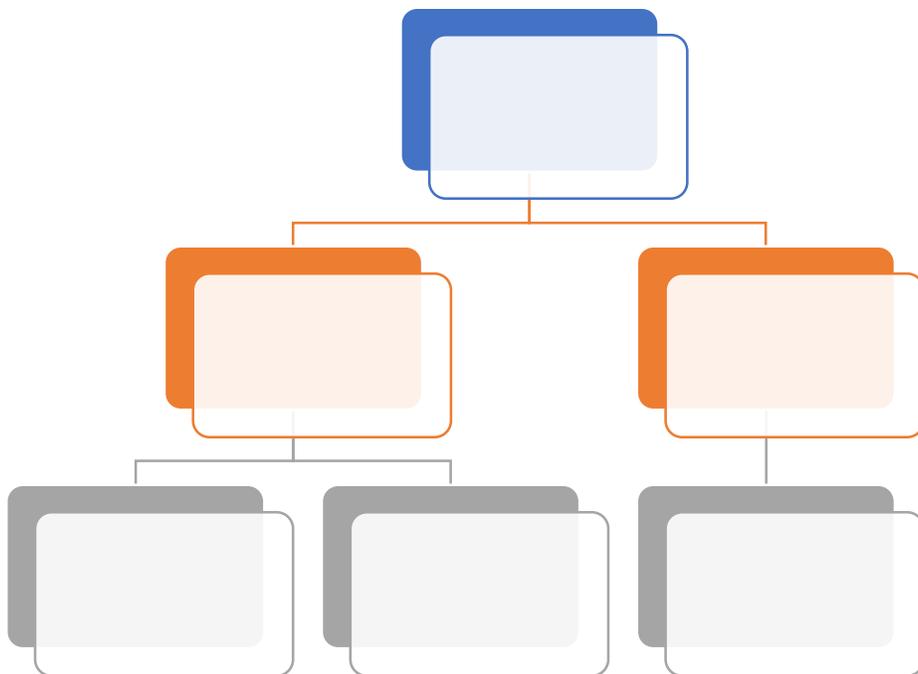
Es importante que conozcas los años que abarca el siglo XX. Este da inicio a las 12:01 de la media noche del primero de enero de 1901 y finaliza cien años más tarde, a la media noche del primero de enero del 2001. Durante este tiempo, luego de la Segunda Guerra Mundial, hubo un gran desarrollo de hoteles, moteles, restaurantes de comidas rápidas y cafeterías. Otro suceso importante en este siglo se da gracias a los “Baby Boomers”. Si no sabes quienes son, aquí tienes una breve explicación. Los “Baby Boomers” es el nombre que se le otorga a la generación que nació entre 1946 y 1965, donde hubo un gran aumento en el índice de natalidad. Teniendo esto en cuenta seguimos con sus aportaciones. Esta generación influyó grandemente con su poder adquisitivo para la década de los '80. Lograron una expansión de la hospitalidad, los viajes y el turismo.

Otro suceso importante en este siglo fue el 9-1-1. Aunque para esa fecha no habías nacido, lo más probable has escuchado mucho sobre esta tragedia. Fueron cuatro atentados terroristas suicidas que ocurrieron la mañana del martes 11 de septiembre de 2001 en los Estados Unidos de América. Los autores de esta tragedia

fueron de la red yihadista Al Qaeda. ¿Porqué este suceso se relaciona con esta industria? La respuesta es sencilla, afectó a uno de los segmentos de manera directa, al segmento de viajes. Luego de dicha tragedia los Estados Unidos de América aumentaron sus niveles de seguridad en los aeropuertos lo cual provee mayor tranquilidad a los viajeros.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes realizar el ejercicio que se explica a continuación. Tendrás la oportunidad de crear un mapa de conceptos en el que incluyas los últimos tres (3) temas que se han discutido. Es importante que seas creativo al realizar tu mapa de conceptos. Utiliza al menos tres (3) materiales distintos y extrae de cada tema la información más relevante. ¡Tú puedes!



Ejemplo de un mapa de conceptos tradicional

Día #26

Tema: Turismo integral

Como has podido observar, a lo largo de la historia esta industria se ha modificado con el fin de suplir necesidades a sus consumidores. Su desarrollo se adapta a las poblaciones que requieren de sus servicios. Es por esta razón que los profesionales de la industria de la hospitalidad no pueden olvidar la inclusión de las personas con *diversidad funcional*. Esta población debe participar de experiencias significativas, placenteras e inolvidables. Como herramientas para cumplir con esta inclusión existen dos alternativas de suma utilidad: la *asistencia tecnológica* y el *diseño universal*.

Los equipos asistivos o asistencia tecnológica hacen referencia a productos que pueden aumentar, mantener o mejorar las capacidades funcionales de una persona con impedimento. El Programa de Asistencia Tecnológica de Puerto Rico (PRATP, 2013) los define como “un objeto, sistema o producto adquirido comercialmente, adaptado o construido a base de las características y necesidades particulares de una persona con impedimentos”. González & Baños (2012) señalan que la diversidad no debería utilizarse para crear desigualdades (superioridad e inferioridad), sino para enriquecer el desarrollo de las personas.

Es necesario conocer que existe una amplia variedad de equipos asistivos para la cocina. Entre los equipos que atienden principalmente las necesidades de personas con dificultad visual se encuentra la báscula de cocina con voz o parlante, instrumentos con letras agrandadas y el sistema “braille” (PRATP, 2013). La pesa parlante permite que el estudiante escuche el peso del alimento, lo cual beneficia tanto al ciego total como al parcial. Los instrumentos con letras agrandadas benefician a los estudiantes con pérdida visual ya que les facilitan ver los números y las letras de las medidas, sin la necesidad de esforzar la visión. Finalmente, el sistema “braille” puede ser beneficioso para un segmento del grupo de las personas con problemas visuales ya que no todos conocen este sistema por su complejidad.

Son varios los beneficios de la asistencia tecnológica. Principalmente el lograr o ayudar a que el individuo pueda ser independiente. Los resultados de Siu & Lam (2012) señalan que un beneficio del uso de las computadoras con aprendizaje asistivo (CAL) para la población con problemas visuales fue el tener acceso a la literatura y escuchar documentos digitalizados. El uso de estos equipos disminuye la brecha entre los factores personales y ambientales promoviendo así la integración de las personas con funcionalidades diversas en la sociedad (Aguado et al., 2004; Aguado et al., 2008; Bausela, 2009; Santana, 2010).

Entre los beneficios cognitivos que provee la asistencia tecnológica, se encuentra principalmente el de poder comunicarse. Esto lo respalda la noticia titulada La Tecnología aliada de la inclusión (PRATP, 2013). Sus planteamientos exponen que para el joven con discapacidad visual, la posibilidad de comunicarse con los celulares, sin la necesidad de un intermediario conlleva el avanzar hacia su meta, la independencia. Esta herramienta puede utilizarse en el área académica y complementarla con otras que ya fueron mencionadas. Todo, con el fin de que el desarrollo cognitivo de los estudiantes con problemas visuales no se vea perjudicado.

Los beneficios prácticos del uso de equipos de asistencia tecnológica son diversos. Considero que el beneficio principal es la satisfacción de realizar las tareas independientemente.

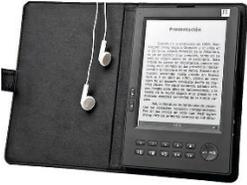
La única ayuda para la población con funcionalidades diversas no es la asistencia tecnológica. En 1990 se establecieron estándares y códigos para que los edificios públicos fueran accesibles. El término *accesible*, hace referencia a que sea un diseño libre de barreras arquitectónicas. Actualmente, el diseño universal es una sombrilla de términos designados a productos, tecnologías y entornos que son accesibles y útiles a todo tipo de persona (Kato, 2008, p.166). A la población con funcionalidades diversas, les ayuda el diseño universal, que por definición es “el diseño de productos y entornos aptos para el uso del mayor número de personas sin necesidad de adaptaciones ni de un diseño especializado” (CUD, 2012).

Este diseño busca estimular hacia la construcción de productos atractivos y comerciales que sean utilizables por cualquier tipo de persona. Está orientado al diseño de soluciones ligadas a la construcción y a los objetos que respondan a las necesidades de una amplia gama de usuarios (Mace, 1994). Siu & Lam (2012) incluyen un ejemplo de diseño universal que pueden utilizar las personas con problemas visuales. Son las computadoras con aprendizaje asistivo (CAL), por sus siglas en inglés. Este producto cumple con los principios del diseño universal que son: (a) igualdad de uso, (b) flexibilidad, (c) simple e intuitivo, (d) información fácil de percibir, (e) tolerante a errores, (f) poco esfuerzo físico, y (g) dimensiones apropiadas.

Entre los principales beneficios del diseño universal, se encuentra que se adapta a las necesidades durante todo el ciclo de vida del ser humano. Además, cada uno de los principios se refleja como un beneficio a la población con funcionalidades diversas. De los siete principios, entiendo que el de mayor relevancia es el de igualdad de uso. Para que se cumpla con el principio, el producto debe ser fácil de utilizar y adecuado para todas las personas independientemente de sus capacidades y habilidades.

Ejemplos de asistencia tecnológica

Nombre	Ilustración	Función	Población que impacta
Báscula parlante		Permite que el usuario pueda escuchar el peso del objeto.	Personas con pérdida visual parcial o total
Instrumentos con letras agrandadas		Permite que el usuario pueda leer esforzando menos la vista.	Personas con pérdida visual parcial

<p>Sistema braille</p>		<p>Permite que el usuario pueda leer mediante el sentido del tacto.</p>	<p>Personas con pérdida visual parcial o total</p>
<p>Libros parlantes</p>		<p>Permiten que el usuario pueda escuchar los textos de un libro.</p>	<p>Personas con pérdida visual parcial o total</p>
<p>Cubiertos con mangos agrandados</p>		<p>Permite que el usuario tenga un mejor agarre de los cubiertos.</p>	<p>Personas con problemas motrices</p>
<p>Picador con bordes elevados y clavos sujetadores</p>		<p>Permite que el usuario pueda cortar los alimentos con una sola mano sin que se muevan o salgan del picador.</p>	<p>Personas con problemas motrices, inmovilidad o pérdida de un brazo.</p>
<p>Programas operativos de computadoras</p>		<p>Existen diversos según las necesidades del consumidor.</p>	<p>Personas con pérdida visual o total, deficiencias auditivas y con problemas motrices.</p>

Ejemplos de diseño universal en la cocina

Nombre	Ilustración	Función	Población que impacta
Cortador de manzana		Instrumento que permite cortar una manzana en pedazos, eliminándole el centro con solo presionar.	Personas con problemas motrices
Abridor eléctrico con imán		Instrumento que permite abrir latas y remover tapa con solo colocarlo en el lugar correspondiente.	Personas con problemas motrices
Cortador rotativo		Instrumento que permite cortar con solo deslizar.	Personas con problemas motrices
Cortador de alimentos		Instrumento que permite realizar diversos cortes en los alimentos con solo ejercer presión en la parte superior.	Personas con problemas motrices
Gabinetes con espacios abiertos		Este modelo de gabinete facilita el tránsito y acceso a las personas en silla de ruedas.	Personas en sillas de ruedas

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes contestar las preguntas que se encuentra a continuación.

1. Son productos que pueden aumentar, mantener o mejorar las capacidades funcionales de una persona con impedimento:
 - a. Equipos asistivos
 - b. Diseño universal
2. La báscula de cocina con voz o parlante es un equipo que beneficia a _____.
 - a. sordos
 - b. ciegos
 - c. personas en silla de ruedas
3. Un ejemplo de beneficios de la asistencia tecnológica es _____.
 - a. lograr o ayudar a que el individuo pueda ser independiente
 - b. crear dependencia de los individuos
4. El poder comunicarse es un beneficio cognitivo.
 - a. Sí
 - b. No
5. Los beneficios prácticos del uso de equipos de asistencia tecnológica son diversos.
 - a. Sí
 - b. No
6. ¿A qué se refiere el término accesible?
 - a. un diseño libre de barreras arquitectónicas
 - b. un diseño con barreras arquitectónicas
7. Entre los principales beneficios del diseño universal, se encuentra que se adapta a las necesidades durante todo el ciclo de vida del ser humano.
 - a. Sí
 - b. No

Día #27

Tema: La hospitalidad y el turismo en la actualidad

La industria de la hospitalidad y el turismo han sido parte de la vida de muchas poblaciones por periodos de tiempos muy prolongados. En el siglo XIX esta industria sigue en pie. Ha enfrentado grandes retos y nuevas tendencias. Pero a su vez ha tenido la capacidad de enfrentarse a los cambios e ir mejorando con el pasar de los años.

El libro de texto menciona cuatro (4) retos principales para esta industria en la actualidad y son los siguientes:

- Ofrecer un servicio consistente
- Diversidad de la fuerza laboral
- Acoger a las personas con necesidades especiales
- Impacto de las temporadas

El primer reto, *ofrecer un servicio consistente* es crucial para que los negocios en esta industria puedan prevalecer. Como ya estudiaste, en los inicios de este módulo, el servicio de calidad es el corazón de la hospitalidad. Este servicio, es ofrecido por personas (empleados) a otras personas (huéspedes, comensales o consumidores en general). Ese decir es “people serving people”. Por tal razón, los empleados deben ser bien entrenados, de manera que logren cumplir con los estándares de servicio del lugar en el cual laboran.

El segundo reto es la *diversidad en la fuerza laboral*. Hace referencia a que hoy día, en muchos lugares del mundo trabajan tanto hombres como mujeres. Estos, a su vez, tienen culturas, religiones, creencias y lenguajes diferentes. ¿Por qué esto es un reto? Es un reto porque ningún empleado debe sentirse marginado o rechazado. Sus necesidades, por más distintas que sean a las del resto, deben ser suplidas.

Pasamos al tercer reto, *acoger a las personas con necesidades especiales*. Esta población fue descrita de manera detallada en el tema anterior. Es importante que la conozcas ya que como profesional de esta industria pueden tener compañeros de

trabajos o consumidores pertenecientes a esta población. Si tu visión es que esta población se mantiene en sus hogares y no disfruta de la industria de la hospitalidad, debes modificarla. Cada año aumenta la cantidad de personas con diversidad funcional que viajan, realizan turismo y se integran en la fuerza laboral.

Llegamos al cuarto reto, el *impacto de las temporadas*. Recuerdas que ya leíste sobre esto, temporada alta y temporada baja. Según la temporada del año en la que nos encontremos, el volumen de turistas aumenta o disminuye en los distintos países. Como tienes conocimiento, las condiciones del tiempo cambian según la temporada en la que nos encontremos. En unos países es más notable que en otros, pero siempre hay cambios.

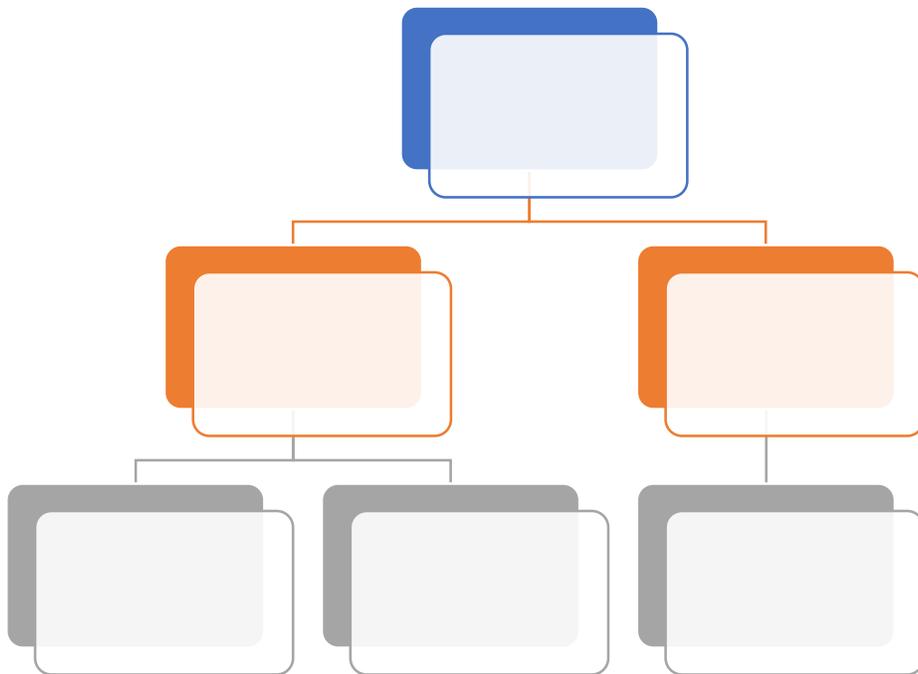
Para finalizar con los retos, no se puede pasar por alto los huracanes, los terremotos y las pandemias. En los últimos años, Puerto Rico ha enfrentado estos tres fenómenos, pero se ha reinventado. En las diversas circunstancias muchos hoteles cerraron, pero reabrieron más fuertes y proveyendo mayor seguridad a sus huéspedes.



¿Haz estado en un hotel al ocurrir algún evento atmosférico?

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al contenido del día debes realizar el ejercicio que se explica a continuación. Tendrás la oportunidad de crear un mapa de conceptos tradicional en el que expongas los cuatro (4) retos discutido y una breve explicación de cada uno.



Ejemplo de un mapa de conceptos tradicional

Día #28

Tema: Cierre de lección y diario reflexivo

Si deseas conocer más sobre la historia de la hospitalidad y los temas discutidos en clase puedes acceder a los enlaces que se encuentran a continuación:

- <https://venngage.net/p/160728/precursores-del-turismo-rra>
- <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-hospitalidad--5>
- <https://www.primerahora.com/estilos-de-vida/ph-mas-saludable/notas/aumenta-la-poblacion-con-diversidad-funcional/>
- <https://pasaportesindestino.net/hoteleria-post-covid-19-los-cambios-que-veremos/>
- <https://www.reportur.com/colombia/2020/04/23/los-4-cambios-los-hoteles-atraer-al-turista-post-coronavirus/>

Puedes seguir navegando en la web y encontrarás artículos, noticias, vídeos, blogs con una gran variedad de información al respecto.



Lección 5. Desarrollo de la Hospitalidad y el Turismo en Estados Unidos de América

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Los primeros pasos de la Hospitalidad en Estados Unidos de América
- Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1900-1928)
- Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1929-1948)
- Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1950-1990)
- Evolución del turismo en Estados Unidos de América (Parte1)
- Evolución del turismo en Estados Unidos de América (Parte2)
- Cierre de lección y diario reflexivo

Estándares:

- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Competencias:

- 10.1.4: Analizar la correlación entre la industria hotelera y las economías locales, estatales, nacionales y globales.

Objetivos:

- Luego de completar esta lección, el estudiante será capaz de:
 1. Orientarse sobre la evolución del turismo en los Estados Unidos de América.
 2. Mencionar eventos específicos que forman parte de la evolución del turismo en Estados Unidos de América.
 3. Mencionar fechas destacadas en la industria del turismo en Estados Unidos de América.
 4. Identificar atractivos turísticos en diversos estados.

Día #29

Tema: Los primeros pasos de la Hospitalidad en Estados Unidos de América

Comencemos este tema con varias palabras que forman parte del desarrollo. Las palabras se encuentran desordenadas, debes tratar de formarlas. Busca un reloj y calcula el tiempo que tomaste en lograr decifrar las palabras. ¡Éxito!

LTOEH - _____

MELOT - _____

NSACEDA - _____

QRSFANIUACI - _____

Tiempo que necesitaste para lograrlo: _____

Ya que formaste cada una de las palabras, pasemos al desarrollo del tema. Al hablar de hospitalidad y turismo, no podemos olvidar mencionar a los Estados Unidos de América. Cuando piensas en grandes hoteles, moteles, cadenas de restaurantes, negocios de comida rápida y franquicias, todos estos tienen sus orígenes en esa nación. A continuación (en la próxima página) se incluyen los primeros pasos de la hospitalidad en Estados Unidos de América. Estos fueron obtenidos de la siguiente página web: <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-hospitalidad--5>



¿Cuál fue el primer hotel en Estados Unidos?

Primeros pasos de la Industria de la Hospitalidad en Estados Unidos

1794

- El primer hotel estadounidense, el City Hotel
- Se inauguró en la ciudad de Nueva York. El City Hotel contaba con 73 cuartos para huéspedes, cuyo propósito único era el hospedaje.

1800

- Revolución Industrial: Las tabernas europeas comenzaron a combinar hospedaje con servicio de comida y bebida.

1810

- Durante la época colonial en Estados Unidos, las posadas siguieron el modelo de las tabernas europeas, en las que dos o más huéspedes compartían las habitaciones.

1829

- La TremontHouse. Construcción del primer hotel en Boston de lujo, Fue el primer hotel que ofreció habitaciones con llave. Cada habitación tenía un lavabo, una jarra y una barra de jabón. Otra de sus innovaciones fue emplear personal de tiempo completo.

1850

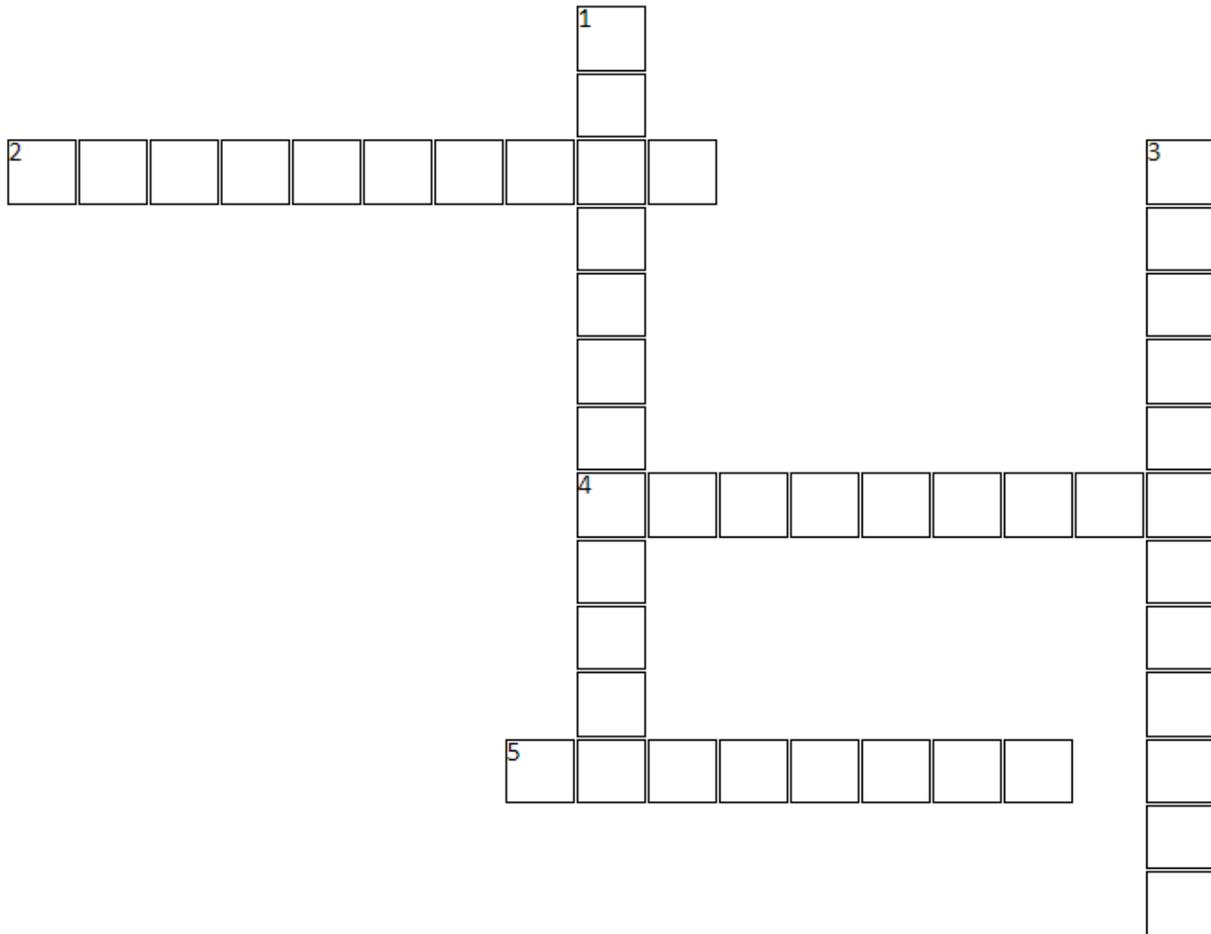
- Siglo XIX Mejoramiento de Servicio en Estados Unidos
- Los posaderos estadounidenses mejoraron los servicios y continuaron construyendo propiedades de mayor tamaño y las equiparon más ampliamente. Tales establecimientos se localizaban en los puertos y operaban junto con las tabernas. La tendencia viajera de los estadounidenses produjo una constante inspiración en las casas de hospedaje.

1874

- Hotel más Lujoso del Mundo: Palace Hotel
- Ralston se dio a la tarea de construir el hotel más lujoso del mundo. Su grandiosa creación, el Palace Hotel, ostentaba 800 habitaciones y se erguía a la altura de 7 pisos. Este hotel se convirtió en un símbolo de la transición de San Francisco: de un pueblo floreciente a una prominente ciudad de estatura internacional.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Completa el crucigrama. Es importante que utilices como referencia el contenido de la lección del día.



Horizontales	Verticales
2. ¿Cuál fue el primer hotel estadounidense? 4. En 1800 Las tabernas europeas comenzaron a combinar el _____ con servicio de comida y bebida 5. En el año 1850 mejoraron el _____	1. ¿En qué hotel hubo como innovación emplear a personas de tiempo completo? 3. ¿Cuál era el nombre del hotel más lujoso en EEUU según esta línea de tiempo?

Día #30

Tema: Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1900-1928)

Comencemos con la misma dinámica del tema anterior. Las palabras se encuentran desordenadas, debes tratar de formarlas. Busca un reloj y calcula el tiempo que tomaste en lograr decifrar las palabras. ¡Éxito!

SBÑOA - _____

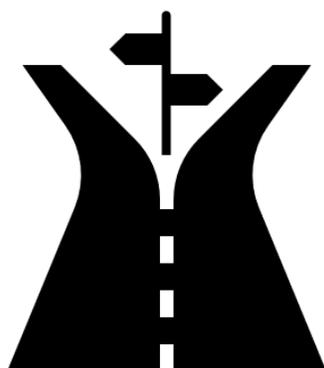
TIHNABIACÓ - _____

LIHNTA - _____

RTMRIOTA - _____

Tiempo que necesitaste para lograrlo: _____

El tema de hoy es continuación del anterior. Ya conoces los primeros pasos de esta industria en los Estados Unidos de América. Hoy podrás observar como continuó expandiéndose con el pasar de los años. Específicamente desde el 1900, hasta el 1928. Toda la información presentada a continuación (en la próxima página), fue extraída de la siguiente página web: <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-hospitalidad--5>



¿Hacia dónde se dirigió la hospitalidad en USA de 1900-1928?

1900

- Una Habitación y un Baño por un Dólar y Medio.
- A principios del siglo XIX, un nuevo tipo de viajero entró en escena -el hombre de negocios- para quien el alojamiento era un dilema: los grandes hoteles eran muy caros y las posadas al estilo antiguo, antihigiénica.

1900

- Se dan cuartos privados e higiénicos y los baños privados
- Se tomó el concepto de los cuartos privados e higiénicos y se añadió el baño privado. El lema publicitario -una habitación y un baño por un dólar y medio- fue bien conocido entre los viajeros estadounidenses de principios del siglo XX.

1908

- Inicio del Hotel Comercial
- Los grandes hoteles eran muy caros y las posadas al estilo antiguo, antihigiénicas. Para alojar a este nuevo tipo de huéspedes, se inventó un nuevo tipo de establecimiento: el hotel comercial. El primero se inauguró en Búfalo, Nueva York, en enero de 1908.

1925

- Compra de farmacia y una fuente de soda.
- Howard Johnson obtuvo un préstamo de 500 dólares para comprar una farmacia y una fuente de sodas. Al experimentar con un congelador de manivela, Jonson creó su propia línea de nieve, la cual hizo de la fuente de sodas el comedor público más popular del lugar.

1927

- Hilton- se estableció en Chicago.
- Compra de Stevens Hotel y se transforma en Hilton. Durante varias décadas, continuó siendo el hotel más grande del mundo. Poco tiempo después, principió la construcción de un nuevo hotel lujoso, el Waldorf-Astoria en Nueva York.

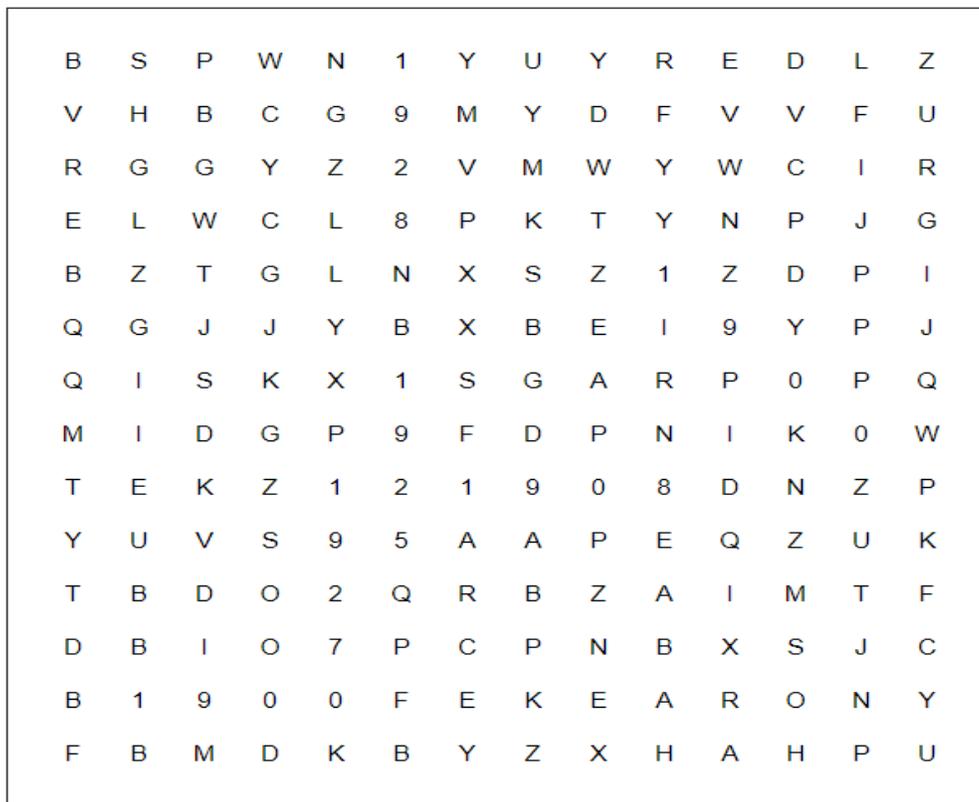
•1928

- Comienzo de restaurante
- Otro famoso hotelero, Willard Marriott, comenzó como dueño de un restaurant de comida rápida. Marriott convirtió su cadena regional de puestos de cerveza en pequeñas tiendas de sandwiches.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Busca y resalta cada una de las fechas relacionadas con los sucesos relevantes de la línea de tiempo del desarrollo de la hospitalidad y el turismo en Estados Unidos. Luego, deberás completar la tabla final escribiendo un evento que sucedió para esa fecha. ¡Éxito!

Tema: Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1900-1928)



Fechas	Descripción de los eventos
1900	
1900	
1908	
1925	
1927	
1928	

Día #31

Tema: Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1929-1948)

Repasemos la línea de tiempo recorrida durante los últimos dos (2) temas. Esta dio inicio en 1794 y culminó en 1928. Es decir, ya se han recorrido 134 años del desarrollo de la hospitalidad y el turismo en los Estados Unidos de América. Durante este tiempo fue creado el primer hotel de Estados Unidos. Se crearon hoteles de lujo, habitaciones privadas y muchos otros avances en esta industria.

Hoy tendrás la oportunidad de conocer otros cambios que surgieron en esta industria durante un periodo de 19 años (1929-1948). La línea de tiempo que estudiarás hoy da inicio con un mal momento, un evento que causó la quiebra de muchos hoteles. ¿Cuál fue ese evento? Observa la línea de tiempo en la próxima página y podrás conocer el evento. Aunque, afortunadamente el cierre de esta línea de tiempo fue positivo. Es decir, nos permite ver los altos y bajos de esta industria que ha prevalecido con el pasar de los años. Toda la información de la línea del tiempo fue recuperada de la siguiente página web: <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-hospitalidad--5>



¿Qué cambios ocurrieron en estos 19 años (1929-1948)?

1929

- Caída de la bolsa de valores.
- Caída de la bolsa de valores en 1929, 85% de los hoteles estadounidenses se fue a la quiebra. Pero Conrad Hilton se las arregló para mantenerse a flote gracias a sus inversiones en petróleo y gas.

1929

- Habitaciones por \$2.50.
- Incluía tres alimentos. Compró un hotel que había dejado de funcionar, en Texas, y después de meses de renovación transformó la operación en una empresa productiva.

1942

- Adquisición de Town House en Los Ángeles y los hoteles Roosevelt y Plaza en Nueva York y el Waldorf-Astoria.
- Hilton adquirió la Town House en Los Ángeles y los hoteles Roosevelt y Plaza en Nueva York y el Waldorf-Astoria.

1945

- Los estadounidenses comenzaron a viajar como nunca antes.
- Las familias que viajaban necesitaban un alojamiento al que pudiera llegarse desde las autopistas y que tuviera lugares amplios para estacionarse.

1946

- Compra y Construcción de hoteles alrededor del mundo
- Compró o construyó en todo el mundo un gran número de hoteles de lujo y comprometió a las dos cadenas hoteleras más grandes de ese tiempo - Sheraton y Statler- a trabar una feroz competencia.

1948

- Construcción de un Imperio Hotelero.
- Marriott se extendió al campo del hospedaje 20 años más tarde y finalmente construyó un imperio hotelero. La cadena ocupa el segundo lugar en el mundo.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes contestar cada una de las preguntas que se encuentran a continuación utilizando como referencia el contenido del día.

1. ¿Con qué evento da inicio esta línea de tiempo?

2. ¿Para qué año los estadounidenses comenzaron a viajar como nunca antes?

3. ¿A qué cadena hotelera se le atribuye la construcción de un imperio hotelero?

4. ¿Cuántos alimentos eran incluidos en una habitación con una tarifa de \$2.50?

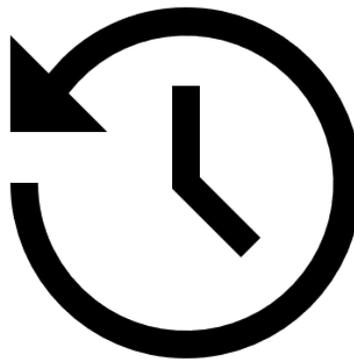
Día #32

Tema: Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1950-1990)

Con el tema de hoy se da cierre a la línea de tiempo del desarrollo de la hospitalidad y el turismo en los Estados Unidos de América. Con estas líneas de tiempo puedes recorrer 153 años de historia. Existen muchos otros eventos, esto son sólo pinceladas de una historia muy interesante.

En el día de hoy podrás conocer parte de la historia de la industria de la hospitalidad y turismo en Estados Unidos desde el año 1950, hasta el 1990. Son cuarenta años de historia en los que se destacarán nueve, los más relevantes en esta industria. Presta atención a cada uno de los eventos y no te limites a la línea de tiempo, busca más información y amplía tus conocimientos.

Al igual que en las otras líneas de tiempo, esta información ha sido recuperada de la siguiente página web: <https://www.timetoast.com/timelines/historia-de-la-hospitalidad--5>



¿Qué crees que ocurrió en estos 40 años?

Hospitalidad y Turismo de Estados Unidos (1950-1990)

1950

- **Revolución Motelera:** A lo largo de la década de los 50, la tendencia motelera se diseminó por el oeste y sur de Estados Unidos, especialmente en Florida y Texas. Dos hombres, Kemmons Wilson y Howard Johnson, fueron los primeros innovadores en el ascenso del motel (motor hotel).

1952

- Construcción de cadena de hoteles estándares.
- Kemmons Wilson empezó a construir una cadena de hoteles estándares por todo Estados Unidos, a orillas de las carreteras. La propiedad contaba con 130 habitaciones para huéspedes, cada una con baño privado, aire acondicionado y teléfono. Las características adicionales eran hielo gratis, estacionamiento gratis y perreras. Aunque en la actualidad estas comodidades se consideran normales en los establecimientos de alojamiento, en aquel tiempo revolucionaron la industria hotelera.

1956

- Primer hotel Económico de éxito Travelodge.

1959

- Johnson le dio las riendas de su pequeño imperio comercial a su hijo, quien dirigió las operaciones de la cadena hasta 1980, cuando la compañía fue vendida.

1960

- **Primer Motor hotel o Motel:** Para 1960, el motor hotel o, como se conoce en la actualidad, el motel, se convirtió en una fracción permanente que influyó en la industria de la hospitalidad.
- **Creación de hotel Económico o Budget hotel:** Nuevo tipo de establecimiento para hospedaje - el hotel económico o budget hotel- entró en escena. Estos nuevos establecimientos vendían sólo el espacio de habitación, sin servicio de comida o bebida.

•1970

- La Era de la competencia
- La cadena más grande de hoteles económicos, DaysInn, fue fundada en 1970 por Cecil B. Day, quien abrió seis moteles austeros.

•1980

- El porcentaje de expansión de hoteles en 1980 superó al de la expansión de toda la industria de viajes.

•1982

- Construcción de Embassy Suites y Crowne Plaza.

•1990

- **Competencia Hotelera.** Una premisa ciertamente se mantendrá durante la década de los 90 y en el próximo siglo: la competencia por los clientes será más intensa que en cualquier otro tiempo en la historia.
- La organización Days llegó a ser la cadena de moteles económicos más grande de Estados Unidos.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear una línea de tiempo de manera creativa. En esta debes incluir los seis eventos que según tu criterio son los más relevantes de la industria de la hospitalidad y el turismo en Estados Unidos de América. Debes utilizar las 4 líneas de tiempo que has estudiado a lo largo de estos cuatro días. ¡Éxito!

Línea de tiempo Hospitalidad en EEUU

Día #33

Tema: Evolución del turismo en Estados Unidos de América (Parte1)

A lo largo del recorrido por la línea de tiempo de hospitalidad y turismo en Estados Unidos de América, es palpable la evolución que ha ocurrido. Según US Traveler (2020), “La vocación turística de los Estados Unidos de América nació desde la gestación del propio país, cuando se abrió este lugar de América a migrantes de todas las regiones del planeta.”

No se puede pasar por alto que existe una gran diversidad turística y creaciones de productos turísticos en esta nación. A continuación se incluirán varios destinos turísticos de Estados Unidos y los términos con los que son identificados:

California



Mapa de Estados Unidos de América resaltando el estado de California

En la parte superior de este texto se encuentra el mapa de Estados Unidos, resaltando el estado de California. Es importante destacar que Los Ángeles es la ciudad más poblada de California. En adición a esto, es la segunda ciudad más poblada de EEUU. ¿Cómo crees que se le llama a Los Ángeles desde el punto de vista turístico? Los Ángeles California es conocido como *la capital del entretenimiento*. Es el centro de la industria cinematográfica y entre sus atractivos principales se encuentra Hollywood.



Nevada



Mapa de Estados Unidos de América resaltando el estado de Nevada

Continuamos con otro destino turístico muy popular en EEUU. En este caso, el estado que se encuentra resaltado es Nevada. Nos concentraremos en la ciudad de Las Vegas. En el ámbito turístico, Las Vegas es conocida como la *capital del juego*. En esta ciudad existe una diversidad sorprendente de hoteles y atracciones turísticas. Por ejemplo, el MGM Grand Hotel and Casino tiene un total de 5.034 habitaciones, un casino de 171,000 pies cuadrados, y el club nocturno Hakkasan que es considerado el más grande del mundo.



Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes colorear en el mapa los dos estados que han formado parte de la discusión del día. Utiliza dos colores diferentes. Luego crea una leyenda en la que incluyas el color y el nombre de cada uno de los estados. Finalmente menciona los atractivos principales de cada uno de estos estados.



Color	Nombre del estado	Atractivos principales
<input type="checkbox"/>		
<input type="checkbox"/>		

Día #34

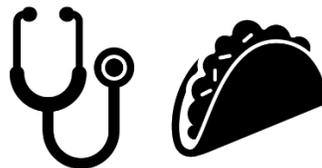
Tema: Evolución del turismo en Estados Unidos de América (Parte2)

Texas



Mapa de Estados Unidos de América resaltando el estado de Texas

En el estado de Texas se encuentran dos ciudades destacadas en el turismo. Cada una tiene su atractivo turístico particular. La primera es la ciudad de Houston. En el ámbito turístico es conocida como la capital del turismo médico. Esto se debe a que es ahí donde se encuentra el Texas Medical Center. Este lugar es citado por US Traveler (2020) como “el mayor complejo médico y de investigación internacional, con 7.1 millones de pacientes atendidos al año”. La segunda ciudad es San Antonio. Esta es conocida en el ámbito turístico como la ciudad más mexicana. La razón de ese título es por el alto volumen de mexicano que se han asentado en ella.

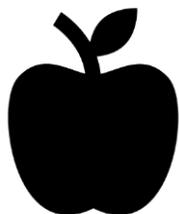


New York



Mapa de Estados Unidos de América resaltando el estado de New York

El último estado que se discutirá desde el título que ha obtenido en el ámbito turístico es New York, específicamente la ciudad de Nueva York. Esta es conocida como la ciudad más cosmopolita del mundo. También se conoce como la gran manzana y la ciudad que nunca duerme. Su dinámica turística atrae año tras años a personas de diferentes nacionalidades. Por el alto volumen de visitantes, cuenta con una diversidad de hoteles y lugares de alojamiento que responden a variedades de presupuestos. Un ejemplo de un hotel lujoso en New York es el Baccarat Hotel and Residences New York. Por otra parte, un ejemplo de un hotel económico en la ciudad de New York es Hyatt Place New York City/Times Square.



Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes seleccionar un estado de interés que no sea ninguno de los que se ha mencionado y discutido hasta el momento. Una vez seleccionado el estado, procederás a hacer lo mismo que se ha hecho con los cuatro estados discutidos. A continuación se te provee el mapa para que colorea el estado seleccionado y las líneas para el desarrollo de tu texto. ¡Éxito!

Nombre del estado: _____



Mapa de Estados Unidos de América resaltando el estado de _____

Día #35

Tema: Cierre de lección y diario reflexivo

Durante el desarrollo del tema *Evolución del turismo en Estados Unidos de América*, has tenido la oportunidad de conocer los atractivos turísticos principales en cuatro estados de Estados Unidos de América. Hay muchos más ya que cada estado tiene su atractivo turístico y en EEUU vive una gran variedad de culturas que ayudan a enriquecer el turismo. Explora en la web, busca los “City Pass” de cada estado y te sorprenderás con la diversidad turística existente.

Es increíble como se ha diversificado una nación y la variedad de alternativa que ofrece a sus visitantes. Otro atractivo turístico en EEUU son los parques de diversiones. Entre los principales se encuentran los que fueron creados por Disney, Sea World, Universal Studios y Six Flags. En fin, no te conformes con lo que has leído, sigue buscando y conociendo las opciones turísticas dentro y fuera de tu país.



Busca, analiza, investiga... Aprende a ampliar tus horizontes

Lección 6. Desarrollo del Turismo en Puerto Rico

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR)
- Propuestas que buscan incentivar el turismo interno
- Turismo por el norte de Puerto Rico
- Turismo por el sur de Puerto Rico
- Turismo por el este de Puerto Rico
- Turismo por el oeste de Puerto Rico
- Turismo por el centro de Puerto Rico
- Trabajo especial
- Cierre de lección y diario reflexivo

Estándares:

- 10.2: Demostrar procedimientos aplicados a cuestiones de seguridad, protección y medio ambiente.

Competencias:

- 10.2.1: Explicar la importancia de la seguridad, la protección y los problemas ambientales relacionados con las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.

Objetivos:

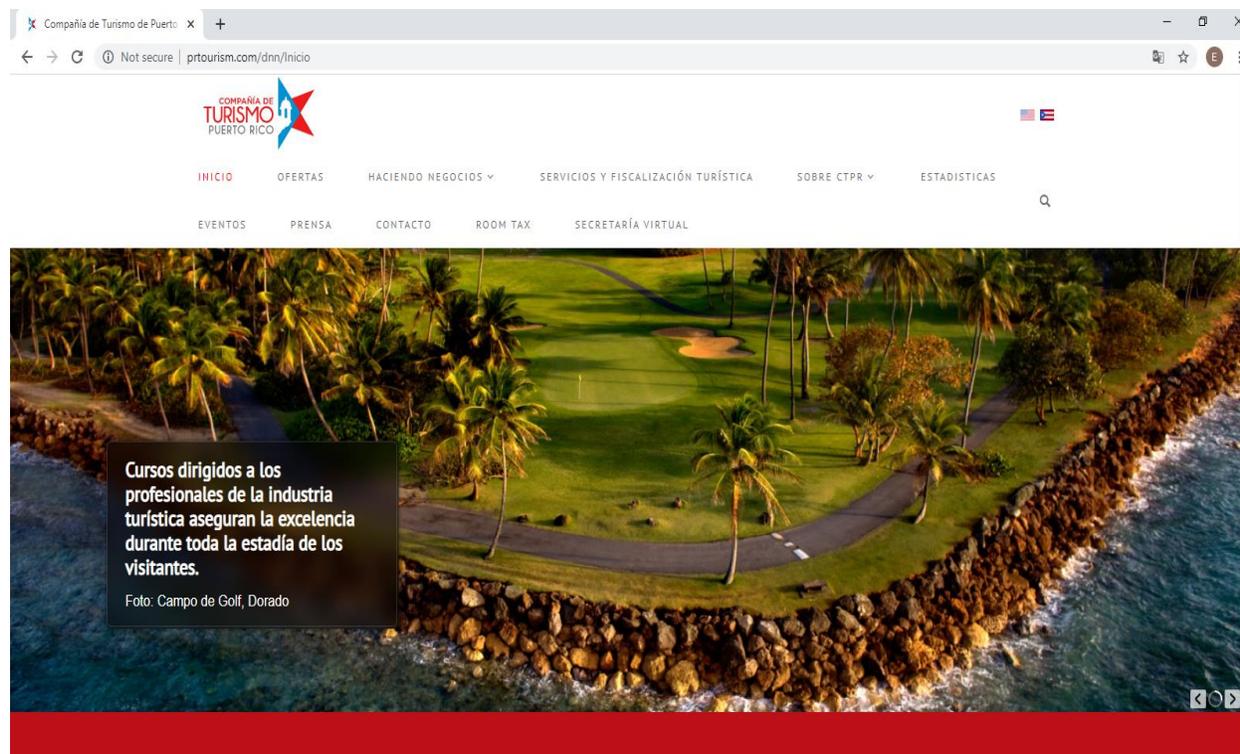
- Luego de completar esta lección el estudiante será capaz de:
 1. Establecer la importancia de la Compañía de Turismo de Puerto Rico.
 2. Identificar las divisiones regionales de Puerto Rico.
 3. Mencionar atracciones específicas de cada uno de los pueblos de Puerto Rico.
 4. Crear una ruta turística que cumpla con todos los criterios establecidos.

Día #36

Tema: Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR)

Hoy se dará inicio a la lección 6 de este módulo. Esta lección se titula Desarrollo del Turismo en Puerto Rico. Al discutir este tema no podemos pasar por alto mencionar a la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR). ¿Recuerdas su definición? Esta fue definida a inicios del módulo como parte del vocabulario introductorio. Para refrescar tu memoria incluyo la definición que ya habías estudiado: “Son las siglas de la Compañía de Turismo de Puerto Rico, corporación pública dedicada al turismo de PR desde los siguientes aspectos: planificación, desarrollo, ofrecimiento de endosos, incentivos, oportunidades de crecimiento y auspicio de eventos.”

Pasemos a conocer esta compañía de una manera un poco más detallada. Si accedes a su página web: <https://www.prtourism.com/dnn/Inicio> te encontrarás con una imagen similar a esta:



Captura de pantalla de la página oficial CTPR

La página web tiene un total de 11 pestañas principales que se suman al encasillado de búsqueda “search”. Estas herramientas facilitan la adquisición y organización de información incluida en la página. Por ejemplo, al acceder a la pestaña sobre CTPR pueden conocer unos datos generales de CTPR, su misión, visión y la junta de directores.

Misión

La Compañía tiene la misión de crear y facilitar la implementación de política pública para hacer de Puerto Rico un destino único y líder dentro de la industria turística a nivel mundial.

Su enfoque es lograr posicionar a Puerto Rico como el destino principal en la región del Caribe.

Visión

Mercadear a Puerto Rico como líder en todos los renglones de desarrollo económico.

Junta de directores

- *Ing. Manuel Laboy Rivera, Presidente*
- *Dr. Marcos Vecchini Lugo*
- *Lcdo. Ricardo X. Ramos*
- *Sr. Roy E. Ramos Pérez*
- *Lcdo. José E. Talavera Del Valle*
- *Lcdo. Carlos M. Yamín Rivera*

Nota: Es importante que tengas conocimiento que el nombre de la directora actual del Turismo en Puerto Rico es Carla Campos.

Por otra parte, en la pestaña de estadísticas pueden obtener una gran variedad de datos sobre el turismo en Puerto Rico (casinos, cruceros, hoteles, empleos, otros). Una de las estadísticas es sobre el perfil de los visitantes en Puerto Rico. Es bueno que la conozcas, cuando tengas la oportunidad visita la página. Con esos datos

puedes conocer mejor lo que buscan las personas que visitan Puerto Rico y sus movimientos mientras se encuentran en PR.

Otro dato importante de CTPR es que ofrece talleres de desarrollo profesional. El poder participar de estos amplía tus conocimientos y puedes añadirlo a tu resumé. Uno de los talleres que ofrecen es *El Turismo y las Profesiones en Turismo describe el rol de la actividad turística en la economía y establece la importancia de estar preparados en la industria de la hospitalidad*. Este se coordina a nivel de escuela y si es aprobado tendrás la oportunidad de tomarlo antes de culminar el duodécimo grado.



Logo de la Compañía de Turismo de Puerto Rico (CTPR, 2020)

Día #37

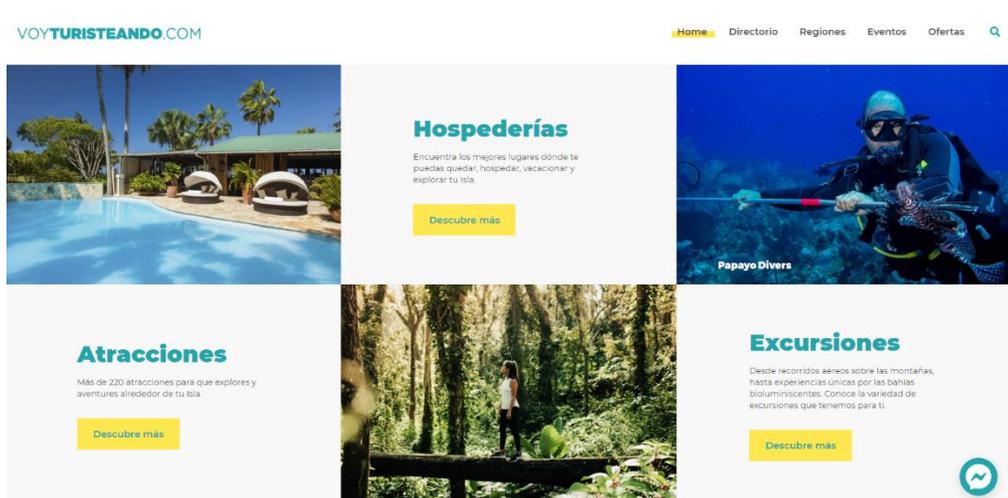
Tema: Propuestas que buscan incentivar el turismo interno

En una de las lecciones anteriores se te había preguntado si habías realizado turismo interno. En caso de haber dado como respuesta un sí, debías mencionar algunos de los lugares que habías visitado como parte del turismo interno que habías realizado. Hoy, continuaremos ofreciendo mayores detalles de lo que es el turismo interno y de propuestas que buscan incentivarlo. La propuesta principal en el desarrollo del día es la de Check In por tu isla. Aunque se mencionarán otras herramientas mediante las cuales se incentiva el turismo interno.

La campaña Check In por tu isla busca fomentar el turismo interno a pesar de la pandemia del COVID-19 que enfrenta Puerto Rico. Al entrar a la página web <https://voyturisteando.com/> rápidamente se da una breve explicación de la campaña que es la siguiente:

Ya puedes volver a hacer turismo interno con la confianza de que cuentas con los estándares más altos de salud y seguridad. Conoce más sobre las rigurosas medidas que debes encontrar en nuestras hospederías y haz check in seguro.

La página también te ofrece alternativas de hospederías, excursiones y atracciones junto a ofertas para los residentes de Puerto Rico. Si accedes desde una computadora, observarás esta sección de la página similar a la de la imagen que se encuentra a continuación.



También puedes dar lectura a reseñas de personas que han visitado las hospederías, atracciones y excursiones recomendadas en la página. De esta manera puedes conocer las opiniones de otros previo a visitar el lugar.

Es importante que existen otras herramientas que buscan promover el turismo interno. A continuación se incluye una lista de distintas páginas web que puedes visitar y conocer más sobre las alternativas turísticas en Puerto Rico.

- Páginas de facebook e instagram tales como:
 - Voy turisteando
 - Puerto Rico Tourism Company
 - Turismo Interno Puerto Rico
 - Y nos fuimos de Turismo por Puerto Rico
 - Turistiando por Puerto Rico
 - Ruta turismo Puerto Rico
 - Turismo Interno Puerto Rico Tour Desk
- Páginas con experiencias de personas que han visitado los lugares
 - Trip Advisor

Luego de tener esta lista, es importante que conozcas una división usual que se realiza en el mapa de Puerto Rico para decidir qué hacer o a dónde ir. Con colores, se divide a Puerto Rico entre norte, sur, este, oeste y centro. Cada una de estas divisiones se estará discutiendo en los próximos días. Presta atención al mapa que se encuentra a continuación para que sepas que pueblos caen dentro de cada una de las divisiones.



Mapa por regiones recuperado de boricua online

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir cada uno de los pueblos en el mapa de Puerto Rico. Luego colóralo según las divisiones del mapa por regiones de *boricua online* y crea una leyenda con los respectivos colores de las divisiones. No es necesario que utilices los mismos colores del mapa *boricua online*.



Día #38

Tema: Turismo por el norte de Puerto Rico

Hoy iniciamos conociendo de manera más detallada cada región de Puerto Rico. La primera región que conocerás es la del norte. Esta tiene un total de 18 municipios que son los siguientes:

1. Arecibo
2. Barceloneta
3. Camuy
4. Cataño
5. Corozal
6. Dorado
7. Florida
8. Guaynabo
9. Hatillo
10. Isabela
11. Manatí
12. Quebradillas
13. Morovis
14. San Sebastián
15. Toa Alta
16. Toa Baja
17. Vega Alta
18. Vega Baja

Existe una gran variedad de ofrecimientos turísticos en el norte de Puerto Rico. Esta región se conoce como la tierra de cuevas, ríos y costa. También se conoce como Porta Atlántico. Sus pueblos tienen muchísimas atracciones que permiten ser un potencial para el turismo tanto interno como externo. Dos de sus atracciones principales son las cuevas de Camuy y el radiotelescopio de Arecibo.

Las cuevas de Camuy son el tercer sistema de cuevas más grande del mundo. ¿Has visitado las cuevas de Camuy? Si no lo has hecho, ponlo en tu lista de lugares para visitar. Muchas personas viajan de distintos destinos para ver estas cuevas tomando un avión o un crucero y tú puedes llegar en automóvil.

Por otra parte, el radiotelescopio de Arecibo fue el más grande del mundo por mucho tiempo. Luego, lo desplazó a un segundo lugar el mayor telescopio del mundo

El FAST, que cuenta con 500 metros de diámetro, casi el doble que el del radiotelescopio de Arecibo. Este se encuentra en el sudoeste de China. Aún así, este radiotelescopio sigue siendo un atractivo turístico y una gran herramienta para las ciencias. Si no lo has visitado añádelo también a tu lista.



Cuevas de Camuy (El Vocero, 2019)



Radiotelescopio de Arecibo (Angelfire, 2020)

Es importante que sepas que estas no son las únicas atracciones del norte. Esta región ofrece mucho más a sus visitantes. Tiene unas playas espectaculares, exhibiciones arqueológicas e históricas, bosques y una gran variedad de restaurantes.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir un atractivo turístico en cada uno de los pueblos del norte. Los atractivos pueden ser parte de cualquiera de los segmentos del turismo. Puedes utilizar como referencia la página web <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>

Nombre del pueblo	Atractivo turístico
Arecibo	
Barceloneta	
Camuy	
Cataño	
Corozal	
Dorado	
Florida	
Guaynabo	
Hatillo	
Isabela	
Manatí	
Quebradillas	
Morovis	
San Sebastián	
Toa Alta	
Toa Baja	
Vega Alta	
Vega Baja	

Día #39

Tema: Turismo por el sur de Puerto Rico

La segunda región que conocerás es la del sur. Esta tiene un total de 10 municipios que son los siguientes:

1. Coamo
2. Guayama
3. Guayanilla
4. Juana Díaz
5. Peñuelas
6. Ponce
7. Salinas
8. Santa Isabel
9. Villalba
10. Yauco

Esta región se conoce como Porta Caribe. Respecto al clima, es la región más seca ya que su promedio de lluvia anual es de 36 pulgadas. En general, su temperatura es cálida y húmeda. Las personas que tienen interés en actividades al aire libre y ecoaventuras, pueden considerar el sur. Su belleza estriba en las ciudades costeras, en sus playas y comunidades.



Atracciones turísticas del sur (Boricuaonline, 2020)

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir un atractivo turístico en cada uno de los pueblos del sur. Los atractivos pueden ser parte de cualquiera de los segmentos del turismo.

Puedes utilizar como referencia la página web <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>

Nombre del pueblo	Atractivo turístico
Coamo	
Guayama	
Guayanilla	
Juana Díaz	
Peñuelas	
Ponce	
Salinas	
Santa Isabel	
Villalba	
Yauco	

Día #40

Tema: Turismo por el este de Puerto Rico

La tercera región que conocerás es la del este. Esta tiene un total de 10 municipios que son los siguientes:

1. Arroyo
2. Caguas
3. Canóvanas
4. Carolina
5. Ceiba
6. Culebra
7. Fajardo
8. Gurabo
9. Humacao
10. Juncos
11. Las Piedras
12. Loíza
13. Luquillo
14. Maunabo
15. Naguabo
16. Patillas
17. Río Grande
18. San Lorenzo
19. Trujillo Alto
20. Yabucoa

La región este también se conoce como “Porta Antillas”. Tiene tres atracciones turísticas naturales que son muy visitadas tanto por turismo interno como externo. Las tres atracciones principales del este son: El Yunque, Puerto Mosquitos en Vieques y playas en Culebra. Referente al Yunque, es el único bosque subtropical en el Servicio Forestal Nacional de Estados Unidos. Culebra se destaca por sus hermosas playas, siendo Flamenco una de las más visitadas. Por último, la isla de Vieques tiene varios atractivos entre los cuales se destaca la bahía bioluminiscente de Puerto mosquito. Esta bahía tiene dinoflagelados luminiscentes que se iluminan cuando se ven afectados por el movimiento. Cabe destacar que Puerto Rico tiene tres de las cinco bahías bioluminiscentes activas durante todo el año a nivel mundial. Estas se encuentran en Fajardo, Vieques y Lajas.



Imagen de La Mina en el Yunque, De Rosa, 2019



Imagen de bahía bioluminiscente de Fajardo, De Rosa, 2019



Imagen de playa Flamenco de Culebra, De Rosa, 2019

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir un atractivo turístico en cada uno de los pueblos del este. Los atractivos pueden ser parte de cualquiera de los segmentos del turismo.

Puedes utilizar como referencia la página web <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>

Nombre del pueblo	Atractivo turístico
Arroyo	
Caguas	
Canóvanas	
Carolina	
Ceiba	
Culebra	
Fajardo	
Gurabo	
Humacao	
Juncos	
Las Piedras	
Loíza	
Luquillo	
Maunabo	
Naguabo	
Patillas	
Río Grande	
San Lorenzo	
Trujillo Alto	
Yabucoa	

Día #41

Tema: Turismo por el oeste de Puerto Rico

La cuarta región que conocerás es la del oeste. Esta tiene un total de 13 municipios que son los siguientes:

1. Aguada
2. Aguadilla
3. Añasco
4. San Germán
5. Cabo Rojo
6. Guánica
7. Hormigueros
8. Lajas
9. Mayagüez
10. Moca
11. Isla de Mona
12. Rincón
13. Sabana Grande

La región oeste también se conoce como Porta Del Sol. Esta es muy visitada por los amantes del “surf” locales e internacionales y es por esto que la apodan la meca del surf de Puerto Rico. También es atractiva para las personas que practican buceo ya que su costa se compone de cientos de millas que añaden popularidad a sus playas.



Imagen de evento de surf en Playa Middles Isabela (Isla oeste, 2019)

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir un atractivo turístico en cada uno de los pueblos del oeste. Los atractivos pueden ser parte de cualquiera de los segmentos del turismo. Puedes utilizar como referencia la página web <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>

Nombre del pueblo	Atractivo turístico
Aguada	
Aguadilla	
Añasco	
San Germán	
Cabo Rojo	
Guánica	
Hormigueros	
Lajas	
Mayagüez	
Moca	
Isla de Mona	
Rincón	
Sabana Grande	

Día #42

Tema: Turismo por el centro de Puerto Rico

La quinta y última región que conocerás es la del centro. Esta tiene un total de 16 municipios que son los siguientes:

1. Porta Cordillera
2. Adjuntas
3. Aguas Buenas
4. Aibonito
5. Barranquitas
6. Cayey
7. Ciales
8. Cidra
9. Comerío
10. Jayuya
11. Las Marías
12. Lares
13. Maricao
14. Naranjito
15. Orocovis
16. Utuado

La región del centro es mejor conocida como Porta Cordillera. Sus condiciones climáticas favorecen el cultivo de productos agrícolas. Esta región se destaca por ser portadora de la cadena montañosa más grande de Puerto Rico. Se caracteriza por la Cordillera Central, cuya altura se eleva entre 3.500 y 4.389 pies sobre el nivel del mar. A diferencia de otras regiones, su clima se mantiene fresco durante todo el año.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir un atractivo turístico en cada uno de los pueblos del centro. Los atractivos pueden ser parte de cualquiera de los segmentos del turismo. Puedes utilizar como referencia la página web <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>

Nombre del pueblo	Atractivo turístico
Porta Cordillera	
Adjuntas	
Aguas Buenas	
Aibonito	
Barranquitas	
Cayey	
Ciales	
Cidra	
Comerío	
Jayuya	
Las Marías	
Lares	
Maricao	
Naranjito	
Orocovis	
Utua	

Día #43

Tema: Trabajo especial día 1

Hoy darás inicio a un trabajo en el que mostrarás dominio de los temas discutidos previamente y utilizarás tu creatividad. Con este trabajo darás cierre a la lección Desarrollo del Turismo en Puerto Rico. Consiste en crear un opúsculo, pero antes irás recopilando información día a día de su contenido.

A lo largo de estos días has conocido páginas que promueven el turismo en Puerto Rico y las divisiones regionales. Aprendiste sobre la región norte que es mejor conocida como Porta Atlántico, el sur mejor conocido como Porta Caribe, el este mejor conocido como Porta Antillas, el oeste mejor conocido como Porta del sol y el centro mejor conocido como Porta Cordillera.

Cada una de estas regiones tiene sus respectivos atractivos turísticos. Según su ubicación geográfica y condiciones climáticas, ofrecen diversidad de atracciones a los turistas.



¡Deja fluir tu creatividad!

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Debes escoger una de las regiones de Puerto Rico (norte, sur, este, oeste o centro) para poder trabajar una ruta turística. Es importante que expliques el porqué decidiste escoger esa región y contestar cada una de las preguntas que se encuentran a continuación

1. Marca con una **X** la región de PR que seleccionaste

_____ Norte

_____ Sur

_____ Este

_____ Oeste

_____ Centro

2. ¿ Porqué decidiste escoger esa región? Explica

3. ¿Cuáles de los pueblos de esta región son de mayor interés para ti?

Día #44

Tema: Trabajo especial día 2

Es importante que no olvides que existen diversos tipos de turismo. En la lección de Diversidad y Complejidad de esta industria se explicaba que no todos los restaurantes, hospederías y atracciones turísticas responden a los mismos intereses. A continuación, conocerás algunos tipos de turismo que se practican, de manera que puedas tener un mayor dominio al respecto.

1. Turismo de sol y playa: Las visitas del turista se concentran en el esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar. Es importante que este cuente con espacios públicos para este fin.
2. Turismo de aventura: Se divide en tres clasificaciones que son las siguientes:
 - a. Ecoturismo: la modalidad del turismo sostenible que consiste en la visita y experiencias de atractivos naturales y culturales, en donde se asegure la protección de los recursos, se genere actividad económica que beneficie directamente a las poblaciones locales, sin comprometer las opciones de las futuras generaciones (CTPR).
 - b. Turismo de aventura: su motivo principal es realizar actividades recreativas que impliquen un esfuerzo emocional y físico.
 - c. Turismo rural: el turista busca convivir e interactuar con los residentes.
3. Turismo cultural: Tiene dos clasificaciones principales que son las siguientes:
 - a. Turismo religioso: Los principales destinos de esta tipología turística son los lugares santos que representan lugares de devoción y de peregrinaje, así como sitios destacados por su peculiaridad histórico-cultural (Revista Iberoamericana de turismo, 2011).
 - b. Turismo gastronómico: Este turista busca conocer la gastronomía local y la cultura culinaria. Usualmente van en busca de creaciones gastronómicas más representativas del lugar visitado.

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al desarrollo del tema del día, debes decidir para que tipo de turista trabajarás tu ruta. Es importante que contestes cada una de las preguntas que se encuentran a continuación.

1. ¿Para qué tipo de turista trabajarás tu ruta?

_____ Turismo de sol y playa

_____ Turismo de aventura

_____ Turismo cultural

2. Menciona atracciones de interés en los pueblos de preferencia que se ajusten a este tipo de turista

Día #45

Tema: Trabajo especial día 3

Al momento de preparar una ruta turística hay varios factores que debes considerar y varios pasos a seguir. A continuación se te proveen algunas alternativas que debes considerar para establecer tu ruta en la región seleccionada

-  **Elige un lugar adecuado para dar inicio a tu ruta (punto de partida)**
-  **Realiza un inventario de los equipos o materiales que necesitas (en caso de que vayan a realizar algún tipo de excursión que no incluya los equipos)**
-  **Decide cuánto tiempo tardará el recorrido (establece un aproximado de las horas, contemplando el tiempo de traslado de un lugar a otro)**
-  **Establece un tema para tu ruta**
-  **Selecciona puntos de interés que llenen o superen las expectativas del turista**
-  **Diseña tu ruta**
-  **Ten a la mano un mapa o GPS**
-  **Crea un plan en el que desgloces el itinerario**
-  **Especifica si la ruta será guiada, autoguiada o mixta**
-  **Busca retroalimentación de los participantes de la ruta**

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al desarrollo del tema del día, debes contestar cada una de las preguntas que se encuentran a continuación.

1. ¿Cuál será el lugar de partida de tu ruta? (pueblo y lugar específico)

2. ¿Cuál será la hora de partida? (especifica am o pm)

3. Menciona tres lugares específicos que visitarán en tu ruta turística. Estos lugares deben responder al tipo de turista de interés.

Nombre del pueblo	Nombre del lugar

Día #46

Tema: Trabajo especial día 4

Hasta el momento has decidido con cuál de las 5 regiones trabajarás tu ruta, has identificado el tipo de turista para el que realizarás tu ruta, has seleccionado tres lugares a visitar, entre otros detalles. Hoy podrás seguir refinando los detalles de tu ruta turística. Establecerás el tiempo de duración y describirás lo que se hará en cada una de las paradas.

Para el fin de estimar el tiempo de traslado entre lugares se recomienda utilizar un GPS. En este debes introducir el punto de partida y el lugar de destino. El GPS te mostrará la distancia del recorrido y el tiempo aproximado para llegar a tu destino. Recuerda que pueden ocurrir situaciones extraordinarias que afecten el flujo del tránsito. Es por esta razón que siempre debes dejar un margen de error en el tiempo de traslado.



Escoge lugares atractivos para el turista

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber dado lectura al desarrollo del tema del día, debes contestar cada una de las preguntas que se encuentran a continuación.

1. Describe brevemente los tres lugares que seleccionaste para las paradas y explica el porqué los seleccionaste.

Nombre del lugar de la parada	Breve descripción	Explicación del porqué seleccionaste este lugar

2. ¿Cuál es la distancia entre tu punto de partida y la primera parada?

Distancia en km entre punto de partida y parada 1 & Tiempo aproximado según GPS	_____ km _____ minutos
Distancia en km entre parada 1 y parada 2 & Tiempo aproximado según GPS	_____ km _____ minutos
Distancia en km entre parada 2 y parada 3 & Tiempo aproximado según GPS	_____ km _____ minutos
Distancia en km entre parada 3 y punto de partida & Tiempo aproximado según GPS	_____ km _____ minutos

3. ¿Qué cantidad de tiempo estarán en cada parada?

Paradas	Cantidad de tiempo en la parada
Parada 1	
Parada 2	
Parada 3	

Día #47

Tema: Trabajo especial día 5

Ejercicio para entregar al maestro

Instrucciones: Luego de haber completado cada uno de los ejercicios de los pasados días podrás proceder a realizar un opúsculo (*Brochure*). En este debe quedar plasmada la ruta turística que creaste. Es importante que incluyas imágenes y textos. Puedes realizarlo utilizando una computadora o manual. Es importante que cuides tu ortografía, que el opúsculo sea atractivo y que crees un tema para tu ruta. ¡Éxito!



Ejemplo de un opúsculo con atracciones turísticas utilizando computadora (Pinterest)



Ejemplo de opúsculo con atracciones turísticas de manera manual (Pinterest)

Día #48

Tema: Cierre de lección y diario reflexivo

¡Felicidades! Hoy completas tus primeras diez semanas del curso de Fundamentos del Turismo. Como ya es de costumbre, al dar cierre a esta lección, procederás a completar tu diario reflexivo.

Lección 7. Importancia de la comunicación en la industria de la Hospitalidad

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Vocabulario introductorio
- La comunicación en la industria hotelera
- Importancia de la buena comunicación en la industria hotelera
- Proceso de comunicación
- 7 puntos importantes de la comunicación
- Habilidades esenciales para comunicarte efectivamente
- Errores que evitan una comunicación efectiva (No escuchar efectivamente)
- Otros errores que evitan una comunicación efectiva (No expresarse con claridad)
- Importancia de la dicción
- Comunicación con la población de diversidad funcional

Estándares:

- 1.1: Analizar estrategias para gestionar múltiples roles y responsabilidades (individual, familiar, profesional, comunitario y global).
- 1.2: Demostrar conocimientos, actitudes y habilidades técnicas y de empleabilidad transferibles en la escuela, la comunidad y el lugar de trabajo.
- 1.3: Evaluar los efectos recíprocos de la participación individual y familiar en actividades comunitarias y cívicas.
- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.
- 10.2: Demostrar procedimientos aplicados a cuestiones de seguridad, protección y medio ambiente.
- 10.3: Aplicar conceptos de servicio de calidad para asegurar la satisfacción del cliente.
- 10.4: Demostrar prácticas y habilidades involucradas en ocupaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.5: Demostrar prácticas y habilidades para los servicios relacionados con viajes.

- 10.6: Demostrar el manejo de programas y eventos de recreación, esparcimiento y otros.

Competencias:

- 1.1.1: Resuma las políticas, los problemas y las tendencias locales y globales en el lugar de trabajo, la comunidad y las dinámicas familiares que afectan a las personas y las familias.
- 1.2.7: Analizar los factores que contribuyen a mantener entornos escolares, laborales y comunitarios seguros y saludables.
- 1.3.5: Analizar los efectos de las políticas, agencias e instituciones públicas federales, estatales y locales en la familia.
- 10.1.1: Explicar los roles y funciones de las personas que se dedican a las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.2: Analizar oportunidades de empleo en carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.3: Resumir los requisitos y oportunidades de educación y capacitación para carreras profesionales en las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.4: Analizar la correlación entre la industria hotelera y las economías locales, estatales, nacionales y globales.
- 10.1.5: Crear una cartera de empleo para comunicar conocimientos y habilidades en hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.6: Analizar el papel de las organizaciones profesionales en las profesiones de hotelería, turismo y recreación.
- 10.2.1: Explicar la importancia de la seguridad, la protección y los problemas ambientales relacionados con las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.
- 10.2.2: Demostrar procedimientos para garantizar la seguridad de los huéspedes o clientes.
- 10.2.3: Evaluar planes de evacuación y procedimientos de emergencia.
- 10.2.3: Demostrar gestión y conservación de recursos para la eficiencia energética y protección del medio ambiente.
- 10.2.4: Diseñar un sistema para documentar, investigar y tomar medidas en materia de seguridad, protección y medio ambiente.
- 10.3.1 Aplicar estándares de la industria para un servicio que cumpla con las expectativas culturales y geográficas de los huéspedes o clientes.
- 10.3.2 Analizar cómo las disposiciones de los empleados pueden afectar la satisfacción del cliente.
- 10.3.3 Aplicar un sistema para evaluar y resolver quejas de empleados, empleadores, huéspedes o clientes.

- 10.3.4 Analizar los efectos de las relaciones con los clientes sobre el éxito de la industria de la hospitalidad, el turismo o la recreación.
- 10.3.5 Demostrar una conciencia cultural eficaz y relaciones con los clientes para satisfacer las necesidades de hospitalidad, turismo y recreación de poblaciones especiales.
- 10.4.1 Demostrar habilidades de recepción, oficina y servicio al cliente.
- 10.4.2 Demostrar prácticas contables y transacciones financieras.
- 10.4.3 Gestionar funciones de apoyo a convenciones, reuniones y banquetes.
- 10.4.4 Aplicar habilidades básicas de preparación y servicio de alimentos en las operaciones de catering.
- 10.4.5 Gestionar el uso, cuidado, almacenamiento, mantenimiento y operaciones seguras de equipos, herramientas y suministros.
- 10.4.6 Aplicar las habilidades de administración, mantenimiento y servicio de las instalaciones a las operaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.4.7 Aplicar habilidades de gestión del tiempo y del trabajo a las tareas de servicio de las instalaciones.
- 10.4.8 Analizar las funciones de ventas y marketing en las operaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.5.1 Investigar la geografía, el clima, los sitios, las zonas horarias y las influencias políticas y globales de varias regiones y países.
- 10.5.2 Investigar las costumbres de hospitalidad, hospedaje, turismo y recreación de varias regiones y países.
- 10.5.3 Aplicar el conocimiento de alimentos, bebidas y etiqueta de varias regiones y países a las decisiones sobre hospitalidad, alojamiento, turismo y recreación.
- 10.5.4 Investigar las regulaciones y expectativas culturales para determinar la información necesaria para clientes diversos para viajes nacionales e internacionales.
- 10.5.5 Crear documentos de viaje e itinerarios, utilizando tecnología actual.
- 10.5.6 Analizar los arreglos de viaje utilizando sistemas computarizados.
- 10.6.1 Coordinar las consultas y solicitudes de los clientes.
- 10.6.2 Diseñar temas, cronogramas, presupuestos, agendas e itinerarios para programas y eventos específicos.
- 10.6.3 Organizar recursos e información sobre ubicaciones, instalaciones, proveedores y vendedores para servicios específicos.
- 10.6.4 Preparar los materiales del evento para su distribución.
- 10.6.5 Demostrar habilidades relacionadas con la promoción y publicidad de eventos.
- 10.6.6 Gestionar programas y eventos para grupos de edad específicos o poblaciones diversas.
- 10.6.7 Promover iniciativas de bienestar a través de programas y eventos de recreación y esparcimiento.

- 10.6.8 Evaluar la efectividad general de eventos específicos.
- 10.6.9 Describir las organizaciones y agencias relacionadas con el turismo y su impacto en las operaciones de hospitalidad, alojamiento, viajes y recreación.

Objetivos:

- Luego de completar la lección, el estudiante será capaz de:
 1. Definir conceptos relacionados con la lección.
 2. Identificar cada uno de los elementos del proceso de comunicación.
 3. Explicar cada uno de los elementos del proceso de comunicación.
 4. Explicar la importancia de escuchar efectivamente.
 5. Orientarse sobre destrezas necesarias para comunicarse de manera efectiva con la población de diversidad funcional.
 6. Identificar errores que evitan que la comunicación sea efectiva.
 7. Analizar puntos importantes de la comunicación.

Día#49

Tema: Vocabulario Introdutorio

En esta lección aprenderás sobre la importancia de la comunicación en la industria de la Hospitalidad. Para este fin, es importante que amplíes tu vocabulario, conociendo nuevos conceptos. Quizás ya conozcas y domines algunas de las palabras que forman parte del vocabulario introductorio. Aún así, se incluyen y definen cada uno de los conceptos, con el fin de beneficiar a quienes no conocen el significado de cada una de estas palabras.

El vocabulario introductorio se compone de 16 palabras que formarán parte del contenido a lo largo de esta lección. Primeramente te incluyo la lista de cada una de estas y un espacio al lado para que escribas lo que piensas al escuchar cada una de las palabras o con qué las asocias.

1. Acciones - _____

2. Comprensión- _____

3. No verbal- _____

4. Receptor- _____

5. Canal - _____

6. Código- _____

7. Emisor- _____

8. Preguntas- _____

9. Respuestas- _____

10. Empatía- _____

11. Problemas- _____

12. Soluciones- _____

13. Comunicación- _____

14. Gestos- _____

15. Procesos- _____

16. Verbal- _____

Ya tuviste la oportunidad de exponer lo que piensas al escuchar cada una de estas palabras o con qué las asocias. Ahora pasaremos a definir cada una de ella de manera que puedas conocer si acertaste o si puedes mejorar en cuanto a lo que piensas del vocabulario introductorio.

Acciones

- Una acción hace referencia al momento en el que una persona, animal o cosa actúa o se mueve o cambia ya sea de manera voluntaria o involuntaria.

Comprensión

- Es la capacidad que se desarrolla para tener una idea clara de algo.

No verbal

- El lenguaje no verbal es aquel que se emplea sin hablar, se utilizan gestos o acciones, pero no se emiten palabras habladas.

Receptor

- Es la persona que recibe un mensaje, el destinatario.

Canal

- Es el medio que se utiliza para llevar el mensaje.

Código

- Son los signos del mensaje o los símbolos utilizados con el fin de que este pueda ser entendido.

Emisor

- Es quien emite, produce o lleva el mensaje.

Preguntas

- Son cuestionamientos o interrogantes que se establecen a raíz de un interés de recibir información.

Respuestas

- Es la información adquirida o emitida ante una pregunta.

Empatía

- Es la capacidad de entender lo que le sucede, siente o piensa a otra persona sin la necesidad de que te suceda a ti.

Problemas

- Son situaciones conflictivas que requieren de una solución o explicación.

Soluciones

- Son las respuestas o explicaciones a problemas presentados.

Comunicación

- Es un proceso en el cual se produce, envía y recibe un mensaje.

Gestos

- Son expresiones o movimientos que no requieren de palabras. Principalmente se utilizan movimientos faciales y de las manos.

Procesos

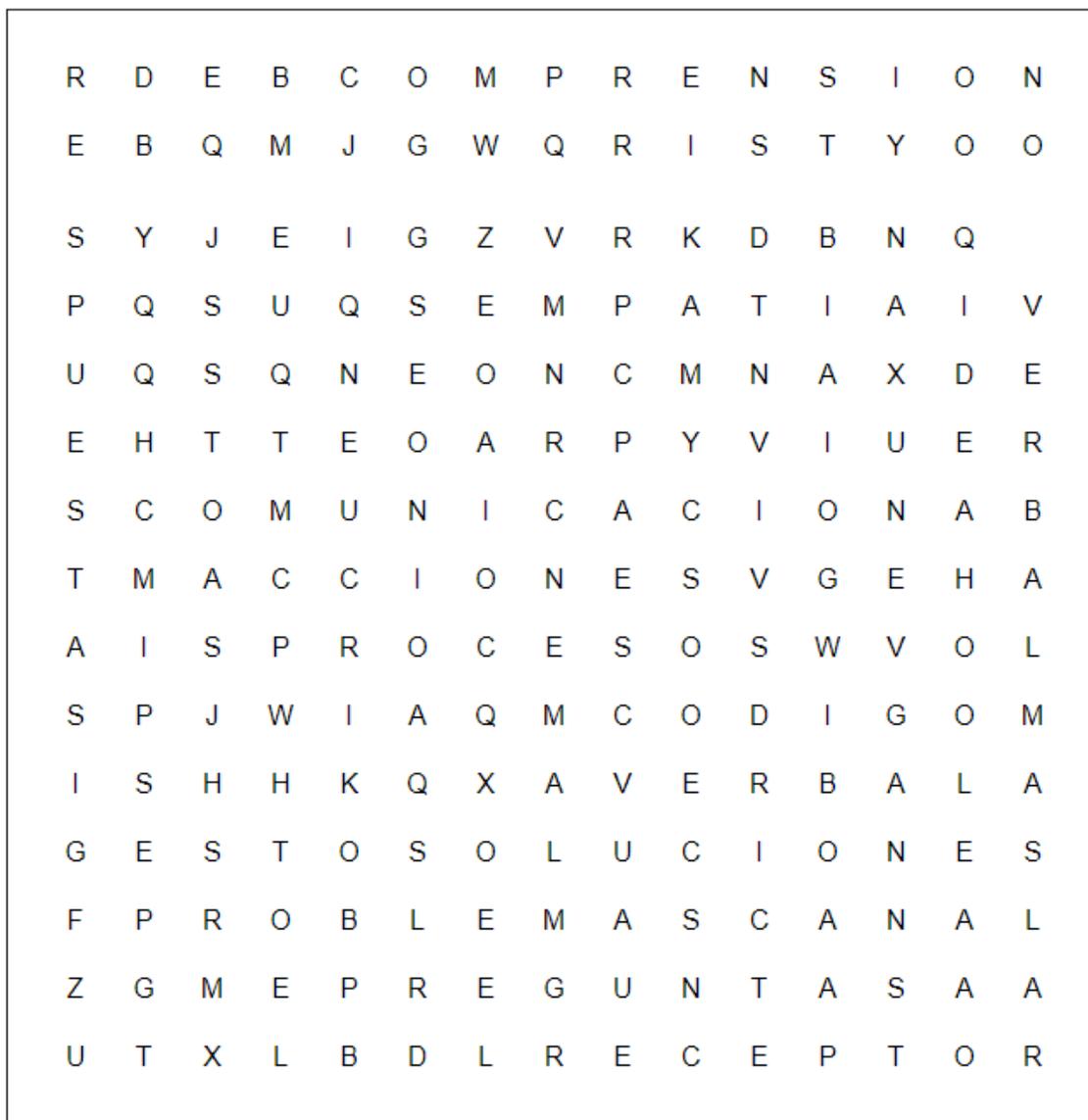
- Son una serie de pasos que tienen una secuencia establecida.

Verbal

- El lenguaje verbal es aquel de utiliza la lingüística para llevar el mensaje.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Busca y resalta cada una de las palabras relacionadas con el vocabulario introductorio



Colorea cada una de las palabras mientras las vayas identificando en la sopa de letras.

Acciones	Comprensión	no verbal	Receptor
Canal	Emisor	Preguntas	Respuestas
Código	Empatía	Problemas	Soluciones
Comunicación	Gestos	Procesos	verbal

Instrucciones: Debes definir cada uno de los conceptos en tus propias palabras. Para este fin, utiliza como referencia cada una de las definiciones ofrecidas en el desarrollo del día.

1. Acciones - _____

2. Comprensión- _____

3. No verbal- _____

4. Receptor- _____

5. Canal - _____

6. Código- _____

7. Emisor- _____

8. Preguntas- _____

9. Respuestas- _____

10. Empatía- _____

11. Problemas- _____

12. Soluciones- _____

13. Comunicación- _____

14. Gestos- _____

15. Procesos- _____

16. verbal- _____

Día #50

Tema: La comunicación en la industria hotelera

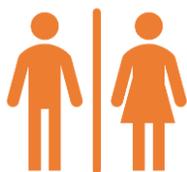


¿Qué pasa por tu mente al observar esta imagen?

La imagen que observaste guarda relación con el tema del día. Hoy conocerás varias maneras en las que un empleado de un hotel puede comunicarse con un huésped y viceversa. Como ya se definió en el vocabulario introductorio, la comunicación es “un proceso en el cual se produce, envía y recibe un mensaje” (Pérez, 2020).

No existe una sola manera para comunicarse entre empleados y entre huéspedes. La cantidad de opciones varía según el hotel en el que seas empleado o en el que te estés alojando. Algunas de las opciones que tienen los empleados para comunicarse entre ellos mismos o con el huésped son presentadas a continuación (en la próxima página):

Opciones que tienen los empleados para comunicarse entre ellos mismos o con el huésped



Presencial

Teléfono



Correo electrónico

Cuestionarios



Correo postal

PMS



PBX

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Busca información sobre cada una de las opciones de comunicación presentadas e identifica quienes pueden tener acceso a estas. Ejemplo, a la comunicación presencial puede tener acceso tanto el huésped como el empleado.
¡Éxito!

Marca con una X quién o quiénes tienen acceso a esta opción de comunicación (empleado, huésped o ambos).

Opciones de comunicación	Empleados solamente	Huéspedes solamente	Ambos
Presencial			X
Teléfono			
Correo electrónico			
Cuestionarios			
Correo postal			
PMS			
PBX			

Día #51

Tema: Importancia de una buena comunicación en la industria hotelera

Ya has ampliado tu vocabulario y has conocido varias opciones para comunicarse en la industria hotelera ya sea entre empleados o con los huéspedes. Hoy analizarás la importancia de la comunicación en la industria hotelera. Para esto, es importante que inicies completando el torbellino de ideas que se encuentra a continuación. Escribe en los recuadros palabras o frases que pasan por tu mente que se relacionen con la importancia de la comunicación.



¿ Crees que es importante tener una buena comunicación en la industria hotelera?

Ya que has completado el torbellino de ideas, pasemos a analizar algunas situaciones.

Situación #1

Amalia es huésped en un hotel de cinco estrellas. Ella tenía mucho frío, así que solicitó una frisa adicional. Le dijeron que la llevarían a su habitación rápidamente. Ha pasado más de una hora y no la ha recibido. Como consecuencia, Amalia está muy molesta y disgustada.

Análisis Situación #1

Cuando al huésped se le indica que se suplirá su necesidad rápidamente, esta debe ser respondida según fue indicada. Si tienen mucho trabajo acumulado que va a impedir suplir la necesidad rápidamente, le deben indicar al huésped el tiempo estimado en el cual su necesidad será suplida.

Situación #2

Emilio es huésped en un hotel. Él necesita hacer el check out rápidamente debido a que tuvo que adelantar su viaje. Por tal razón guarda todas sus pertenencias y llega al front desk para realizar su check out. Es un único en turno para ser atendido y ambos agentes se encuentran hablando por sus celulares (en llamadas personales). Ningún empleado ha atendido a Emilia y lleva más de 30 minutos en espera.

Análisis Situación #2

El primer error que podemos identificar en esta situación es que los agentes están atendiendo llamadas personales en sus horas laborables. Ambos agentes caen en este error. A esto se añade que las llamadas no son breves, sino que sueran los 30 minutos. Durante todo este tiempo el huésped no recibe ningún tipo de atención por parte de los agentes a pesar de ser el único en turno y tener el tiempo limitado porque tuvo que adelantar su vuelo.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes escribir una situación que has enfrentado en un hotel o en otro lugar donde tu necesidad no haya sido suplida. Luego, haz el análisis en el que expongas las fallas que hubo por parte de esa o esas personas que esperabas que atendieran tu situación. ¡Éxito!

Situación

Análisis Situación

Día #52

Tema: Proceso de comunicación

Hoy tendrás la oportunidad de conocer cada uno de los componentes del proceso de comunicación. Este es definido en la página web conceptos.es de la siguiente manera:

El proceso de comunicación, el proceso comunicativo o el acto comunicativo, es la transmisión efectiva de un mensaje a través de un canal de comunicación desde un emisor hasta un receptor. Es decir, es el circuito completo de la comunicación efectiva, en cualquier ámbito en que éste se pueda dar.

No olvides que ampliaste tu vocabulario con 16 palabras incluidas en el tema vocabulario introductorio. Varias de esas palabras son los componentes del proceso de comunicación. ¿Cuáles son? Los componentes del proceso de comunicación son los siguientes:

Emisor

Receptor

Canal

Código

Mensaje

Aunque cada uno de estos conceptos fueron definidos previamente. Hoy conocerás definiciones un poco más amplias y detallistas que serán para tu beneficio.

- **Emisor.** Aquel individuo que inicia el proceso de la comunicación, y que por lo tanto codifica el mensaje de acuerdo a sus capacidades y deseos, dependiendo del caso. Este es siempre el punto de partida del circuito, si bien es posible que emisor y receptor intercambien sus roles de manera continua, retroalimentándose como hacemos en una conversación. Podemos pensar al emisor como la persona que empieza a hablar, como un conferencista ante una multitud o un locutor de radio, pero también un perro que le gruñe a otro, o un ave que canta para atraer a una hembra.

- **Receptor.** Aquel a quien está dirigido el mensaje del emisor, o sea, quien lo recibe y por lo tanto lo decodifica, lo interpreta, deduce de algún modo lo que le quieren decir. Esta posición no es pasiva, sino que requiere de la atención del receptor y de su voluntad. A menudo puede intercambiarse con el emisor, para que exista reciprocidad en la comunicación. Son ejemplos de receptores quien escucha hablar a otro, el público de una conferencia, quien enciende su radio para oír al locutor, o el perro al cual le gruñe otro perro, o un ave hembra atraída por el canto de un macho.

- **Canal.** El canal es el medio físico a través del cual se establece la comunicación, y que puede presentar a su vez elementos que faciliten o dificulten la misma, conocidos como ruido o como obstáculos o barreras comunicativas. El medio no tiene que ver con el emisor y el receptor, sino con el vehículo físico del mensaje, como son las ondas sonoras en el aire cuando hablamos o cuando un perro ladra o un pájaro canta, pero también las ondas hertzianas que nuestra radio recibe para que escuchemos al locutor, o las páginas impresas de un periódico, por ejemplo.

- **Código.** El código es el conjunto de reglas que permite al receptor captar el mensaje del emisor y comprenderlo, ya sea mediante el manejo de una lengua, como hacemos al hablar, o bien mediante esa comprensión un poco misteriosa de los animales. Son códigos cada idioma que hablamos, que nos permiten codificar y decodificar los mensajes que emitimos y recibimos, pero también el código binario de las computadoras que usamos para enviarnos e-mails, o las frecuencias moduladas que recibe nuestro aparato de radio y que nos permite sintonizar la estación que queremos y no otra.

- **Mensaje.** Finalmente, el mensaje es el fragmento de información que el emisor le envía al receptor, sea cual sea. Una instrucción, una conferencia, una advertencia, una invitación a reproducirse, un relato de algo acontecido, todos pueden ser mensajes, siempre que un emisor los codifique y transmita, y un receptor los reciba y decodifique.

Ahora pasemos a visualizar todo lo que se ha explicado. Esta información se puede resumir con el siguiente dibujo.



Imagen del proceso de comunicación (Página curso procesos de comunicación)

Ejercicios a realizar para entregar al maestro

Instrucciones: Debes realizar un ejemplo en el cual presentes cada uno de los elementos del proceso de comunicación de manera concreta. Puedes observar el ejemplo ofrecido en la sección de ejemplos (página 286).

Día #53

Tema: Ayuda individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Día #54

Tema: Proceso de comunicación

Si tienes la oportunidad, observa accede al enlace que se encuentra a continuación y observa el video. En este se resume el proceso de comunicación que pudiste estudiar en el día anterior.

Enlace para observar el video: <https://www.youtube.com/watch?v=wSJ9JjpIVEo>



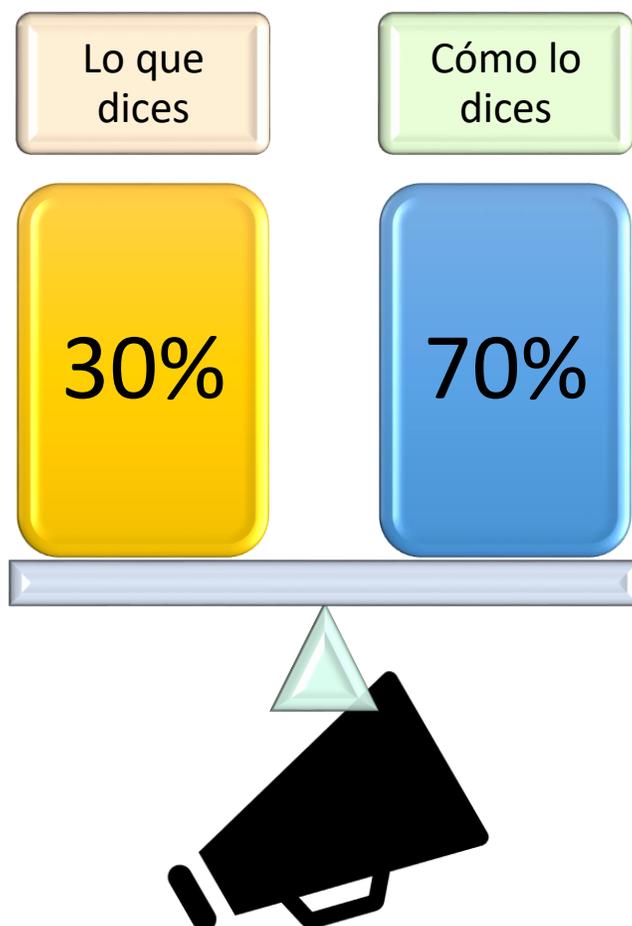
Cómo es el proceso de la comunicación

Video de YouTube, Cómo es el proceso de comunicación

Espero que el video haya sido de tu agrado, que hayas podido observarlo y que te permitiera repasar el material del día anterior. Hoy continuarás aprendiendo sobre el proceso de comunicación, se añadirán varios detalles que debes conocer de este.

Es importante que tengas presente que el emisor piensa y transmite un mensaje y que el receptor percibe e interpreta este mensaje. Pero, no en todas las ocasiones es percibido o interpretado de manera correcta. ¿Porqué? Esa y otras preguntas podrás aclararlas a medida que continúes leyendo.

Un dato curioso es que de lo que dice el emisor, el receptor recibe un 30%. Léste bien, solo un 30% ya que el otro 70% proviene del cómo lo dice el emisor. Es decir, un emisor no debe considerar solamente lo que va a decir, también debe considerar cómo lo va a decir. De esta manera el receptor podrá percibir e interpretar el mensaje correctamente.



A esta información debes añadir que existen diversos estilos de comunicación y cada uno produce resultados distintos. A continuación se incluyen los distintos estilos de comunicación.

Efectivo, sabe escuchar

Establece límites

Establece observaciones y no juicios

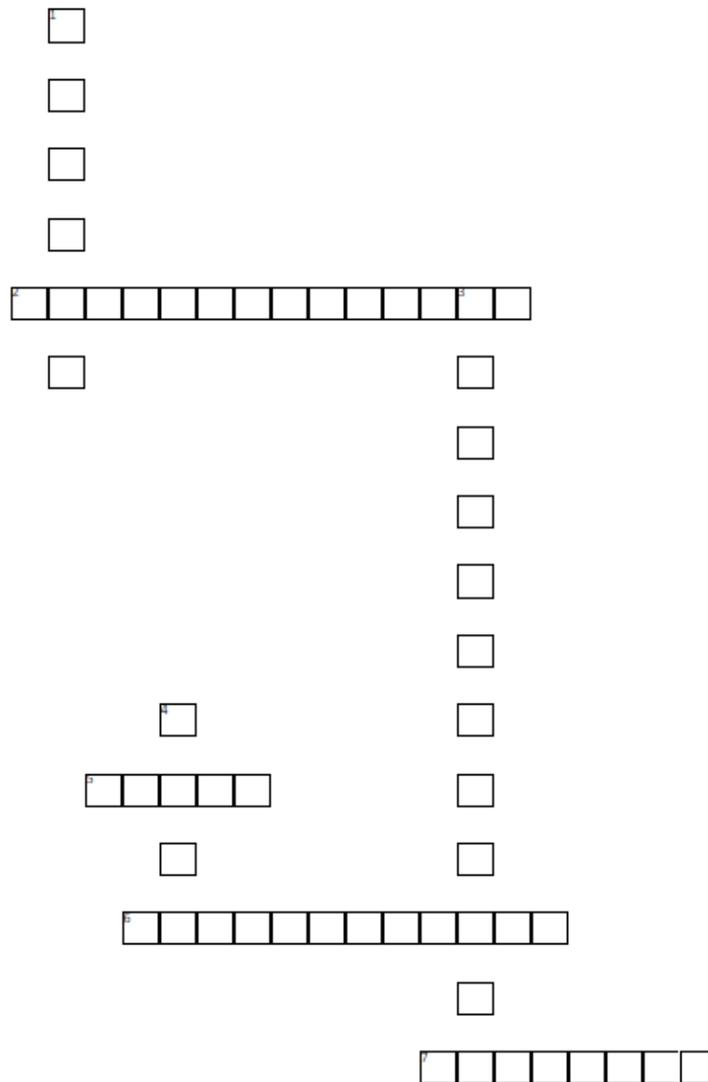
Se expresa de manera directa, honestamente

Considera los sentimientos de los demás.

Según el panorama en el que te encuentres, tu estilo de comunicación puede variar. Aún así, hay unos detalles que siempre debes recordar al comunicarte. Uno de ellos es saber escuchar. De ese detalle aprenderás en uno de los temas que se desarrollará próximamente.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes contestar el crucigrama utilizando como referencia el contenido del día.

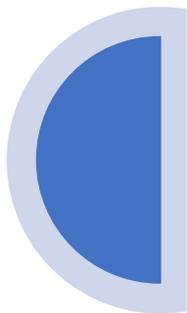


Vertical	Horizontal
<p>1. La persona que provee el mensaje se llama _____.</p> <p>3. Un 70% del mensaje que recibe el receptor es por _____.</p> <p>4. Se discutieron _____ estilos de comunicación.</p>	<p>2. Un 30% del mensaje que recibe el receptor es por _____.</p> <p>5. El medio que se utiliza para transmitir el mensaje se llama _____.</p> <p>6. Establecer límites es un estilo de _____.</p> <p>7. La persona que recibe el mensaje se llama _____.</p>

Día #55

Tema: 7 puntos importantes de la comunicación

Hoy tendrás la oportunidad de conocer siete (7) puntos importantes de la comunicación. A medida que comprendas cada uno de los puntos que se explicarán próximamente, lograrás tener mayor éxito al comunicarte con los demás.



7 Puntos importantes de la comunicación

- Es importante lo que decimos y entender lo que nos dicen
- Parafrasear al otro
- Expresiones de refuerzo
- El problema no son las personas
- Ser breve, conciso y directo
- Evitar los reproches
- No dejar pasar los temas

Luego de haber leído los siete (7) puntos importantes de la comunicación, pasemos a los detalles.

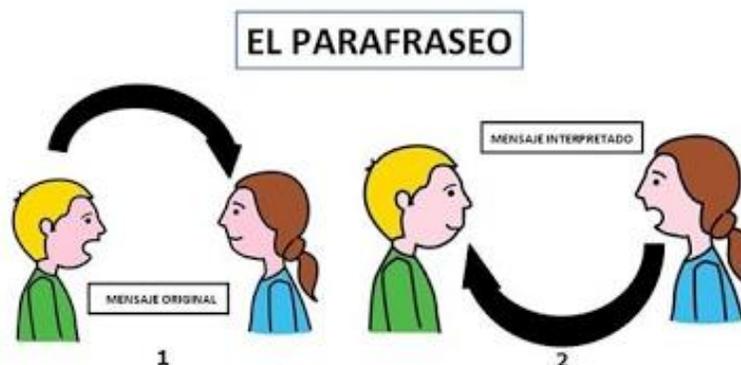
Punto #1: Es importante lo que decimos y entender lo que nos dicen

En este sentido, no olvides un dato que aprendiste en uno de los temas anteriores. El receptor recibe solo un 30% de lo que dicen, el otro 70% depende de cómo lo dicen. Por tal razón es importante una buena complementación del lenguaje verbal y el no verbal.



Punto #2: Parafrasear al otro

Es importante que luego de haber recibido la información repitas de manera resumida lo que entendiste (parafrasea). De esta manera puedes confirmar si estás entendiendo correctamente o si hay algo que no estás entendiendo bien. Una frase que puedes utilizar es: Lo que usted quiere decir es...



Punto #3: Expresiones de refuerzo

Hay ocasiones, en especial cuando son conversaciones extensas, que se puede perder o deteriorar la atención. Es por esto que se recomienda que añadas expresiones de refuerzo a lo largo de la conversación, en especial cuando está por culminar . Se cuidadoso al utilizarlas, no sea que la persona se sienta interrumpida.

Punto #4: El problema no son las personas

Cuando una persona (un cliente) te presenta un problema, no pierdas de perspectiva que el problema no es la persona. Énfocate en la situación que está enfrentando la persona y que está provocando incomodidad o dificultad.

Paso #5: Ser breve, conciso y directo

Evita redundar mucho en el tema, sintetiza la información. Es importante que el fondo del mensaje no debe quedar opacado o minimizado por datos irrelevantes.

Paso #6: Evitar los reproches

El reprochar al cliente no va a incentivar que la comunicación tenga mayor efectividad. Al contrario, puede hacer que el cliente se moleste y actúe agresivamente. Por tal razón, evita los reproches.

Paso #7: No dejar pasar los temas

Acumular los temas es un error. Esto disminuye la probabilidad de que haya una comunicación efectiva. Los temas deben ser enfrentados y solucionados, especialmente si son negativos.

Día #56

Tema: Habilidades esenciales para comunicarte efectivamente

En la presentación que se encuentra a continuación podrás conocer 8 habilidades esenciales para comunicarte de manera efectiva. Presta mucha atención.

1. Comprender a la gente

- * Las personas no solo vienen en todo tipo de formas y tamaños, sino también con diferentes personalidades. Seguramente querrás refrescar tus conocimientos sobre cómo comunicarte con las cuatros tipos principales de personalidades leyendo este artículo.
- * Las personas son individuos con tantas similitudes como diferencias. Para comunicarse más efectivamente, cada tipo de personalidad requiere un estilo diferente, usar su propio lenguaje, su gestualidad, su ritmo y entonación.

2. Expresar tu pensamiento y sentimientos de manera clara

- * Somos bombardeados con mensajes cada segundo del día, por eso, para competir con ese aluvión de “ruido” que cada persona enfrenta, tu mensaje tiene que ser claro, sucinto y directo al punto.
- * También recuerda que la sinceridad es un asunto subjetivo. Lo que tú puedes encontrar desagradable en una persona puede ser igualmente deseable desde otro punto de vista.

3. Decir lo que piensas cuando tus necesidades no son satisfechas

- * Decir lo que uno piensa para asegurar satisfacer sus necesidades es parte fundamental de una relación, ya sea comercial o personal.
- * hay seis formas diferentes de ser asertivos sin ser agresivos:
 1. ensayando su comportamiento previo a la comunicación;
 2. repitiendo su comunicación (la técnica del “disco rayado”);
 3. aplicando la técnica de la nebulosa;
 4. pidiendo feedback negativo;
 5. realizando un acuerdo tentativo con feedback negativo y
 6. promoviendo un compromiso factible.

4. Pedir feedback a los otros y a su vez darlo

- * Además de la técnica de la asertividad, dar y recibir feedback es una habilidad comunicacional clave que debe ser aprendida si deseas tener la posibilidad de desarrollar relaciones de largo alcance.
- * Toastmasters International enseña una técnica muy útil para dar feedback y revisión crítica – haz primero un cumplido sincero, seguido de sugerencias prácticas para mejorar y luego termina con otro elogio sincero.
- * Esto se conoce como '**CRC**', o '**Cumplido, Recomendación, Cumplido**', un excelente modelo de tres pasos para dar un feedback de calidad.

5. Influir la forma de pensar y actuar de otras personas

- * Todos los días tenemos la posibilidad de dar forma a los pensamientos o las acciones de la gente que nos rodea.
- * Hay muchas formas de liderar o de delinear las conductas y las actitudes requeridas. Desde algo tan simple como sonreír y decir "Hola!" como forma de influir en el humor de la otra persona, hasta liderar con el ejemplo durante un intenso período de cambio.
- * Recuerda que una postura conduce a una emoción, la que a su vez lleva a la acción. Da forma a las actitudes y tendrás una forma mas confiable de predecir acciones.

6. Traer los conflictos a la luz y resolverlos

- * Tus empleados puede estar hospedando resentimientos secretos contra tí y, a menos, que descubras de que se trata, de que traiga esos “oscuros secretos” a la luz del día, nunca podrás manejarlos exitosamente.
- * Requiere de un alto nivel de paciencia, no tomar directamente la defensiva, sino darle a la gente la oportunidad de expresar sus preocupaciones, desilusiones y enojo, cara a cara; te da una tremenda oportunidad de poner las cosas en su lugar o ayudarlos a ver cuando sus pensamientos o sentimientos están fuera de lugar.

7. Colaborar con otros en vez de hacer todo sola/o

- * aprender a delegar y compartir
- * La forma más rápida de enterrarse en detalles excesivos y estar sobrecargado es tratar de hacer todo uno mismo. Compartir la carga de trabajo puede ser una de las cosas más inteligente que hagas.
- * El apalancamiento es hacer uso de sus capacidades y habilidades y permitir que otros magnifiquen tu potencial de trabajo. Los entrena para que hagan lo que tú haces y mientras tanto tú haces otra cosa.

8. Hacer un cambio cuando la relación no es productiva

- * A veces es necesario alejarse. A veces necesitas eliminar las cargas perjudiciales. Y a veces es necesario dar pasos drásticos para recuperarse

No olvides...

- * La habilidad para tratar con los recursos humanos tiene que ver con sacar, en cada situación, lo mejor de los otros en vez de lo peor. Dominando estas 8 habilidades esenciales para tratar con la gente incrementarás dramáticamente las posibilidades de conseguir los mejores resultados de su interacción y desafíos empresariales.

Día #57

Tema: Ayuda Individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Día # 11

Tema: Errores que evitan una comunicación efectiva (No escuchar efectivamente)

Hoy, ya debes conocer el vocabulario introductorio, qué es el proceso de comunicación, su importancia, habilidades esenciales y puntos importantes sobre este. Aún queda material importante en esta lección. El tema de hoy es muy importante y te será de gran ayuda al momento de comunicarte de manera efectiva. Conocerás algunos errores que cometen las personas, impidiendo que la comunicación sea efectiva. El enfoque del desarrollo se encuentra en no escuchar efectivamente.



Es importante escuchar lo que desean comunicarte

La Prof. Carmen Lourido incluye en su blog un documento titulado Destrezas para escuchar efectivamente. En este se enumeran 6 destrezas que debes utilizar y dominar al momento de comunicarte con los clientes (los huéspedes).

1. Use un lenguaje corporal adecuado

- a. *Haga contacto visual, y mire al cliente a los ojos.*
- b. *Las acciones dicen más que las palabras.*
- c. *Observe los gestos no verbales del cliente y el tono de voz – esto le ayudará a determinar su emoción.*
- d. *Detenga cualquier otra actividad que esté haciendo (trabajo en la computadora, trabajo administrativo, etc.).*

2. Al pensar, aprenda usar ese tiempo de forma constructiva

- a. *Evite distraerse con sus propios pensamientos*

3. Conviértase en observador –controle lo que dice

- a. *Es imposible hablar y escuchar a la vez.*

4. Escuche con mente abierta y evite los prejuicios

- a. *Evite la tendencia a resistirse a ideas que no sean de interés personal, y trate de no bloquear las ideas que no prefiera no oír.*

5. No salte a conclusiones

- a. *Evite pasar juicio sobre los clientes, terminar las oraciones por ellos o interrumpirlos.*

6. Permita que el que habla perciba que lo escucha y lo entiende

- a. *Dé respuestas alentadoras. Resuma lo que ha entendido. Reflexione sobre los sentimientos del cliente, no sólo en sus palabras.*

Luego de haber dado lectura a cada una de estas destrezas y sus explicaciones, es importante que comprendas que saber escuchar es sumamente necesario para que la comunicación sea efectiva.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear un acróstico con la palabra escuchar. Es importante que cada una de las palabras que utilices para formar el acróstico guarden relación con el contenido del día referente a saber escuchar efectivamente.

E _____

S _____

C _____

U _____

C _____

H _____

A _____

R _____

Día #58

Tema: Otros errores que evitan una comunicación efectiva

El no escuchar durante el proceso de comunicación, es un impedimento para que la comunicación sea efectiva. A este se añaden otros errores o barreras que evitan una comunicación efectiva. Las barreras que se discutirán a continuación forman parte del curso Procesos de comunicación de la página web que se encuentra a continuación:

<https://sites.google.com/site/unidadii/productividadhumana/procesos-de-comunicacion/2-4-barreras-contra-la-comunicacion-eficaz>

Barreras contra la comunicación eficaz.

Barreras semánticas.

Tiene que ver con el significado de las palabras orales o escritas. Cuando no precisamos su sentido, estas se presentan a diferentes interpretaciones y así el receptor entiende no lo que dijo el emisor, sino lo que su contexto cultural le indica.

Barreras psicológicas.

Hay muchos factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea, algunos de ellos son: No tener en cuenta el punto de vista de los demás, sospecha o aversión, preocupación o emociones ajenas al trabajo, timidez, explicaciones insuficientes, sobrevaloración de sí mismo, etc, Para obtener resultados se necesita algo más que únicamente hablar. A una persona generalmente es necesario explicarle, convencerla, observar su actuación y también dejarle que ella le hable a usted. Esto nos trae a nuestro objetivo final: comprender a otros. Algunas de las causas que contribuyan para formar barreras psicológicas son: Altos status (título), poder para emplear o despedir, uso de sarcasmo, actitud despótica, crítica punzante, uso de conocimientos precisos y detallados, facilidad en el uso del lenguaje, maneras demasiado formales, apariencia física imponente, interrumpir a los demás cuando hablan, etc.

Barreras fisiológicas.

De este tipo son las que impiden emitir o recibir con claridad y precisión un mensaje, debido a los defectos fisiológicos del emisor o receptor. Tales defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos.

Barreras físicas.

La distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, así como las interferencias en el radio o el teléfono. Estos son ejemplos de barreras físicas que debemos tomar en cuenta al comunicarnos, a fin de eliminarlas lo más posibles.

Barreras administrativas.

Son aquellas causadas por las estructuras organizacionales, como mala planeación y deficiente operación de los canales.

La filtración es la manipulación de la información del emisor para que sea vista más favorablemente por el receptor. Los intereses personales y las percepciones de lo que es importante de aquellos que resumen están presentes en los resultados de la información, lo que hace imposible que los receptores consigan información objetiva. Mientras más vertical es la estructura de la organización más posibilidades de filtración habrá.

Percepción selectiva en el que los receptores ven y escuchan en forma selectiva basados en sus necesidades, motivaciones, experiencia, antecedentes lo que no permite que se perciba la realidad y en su lugar se interprete según el parecer de cada cual.

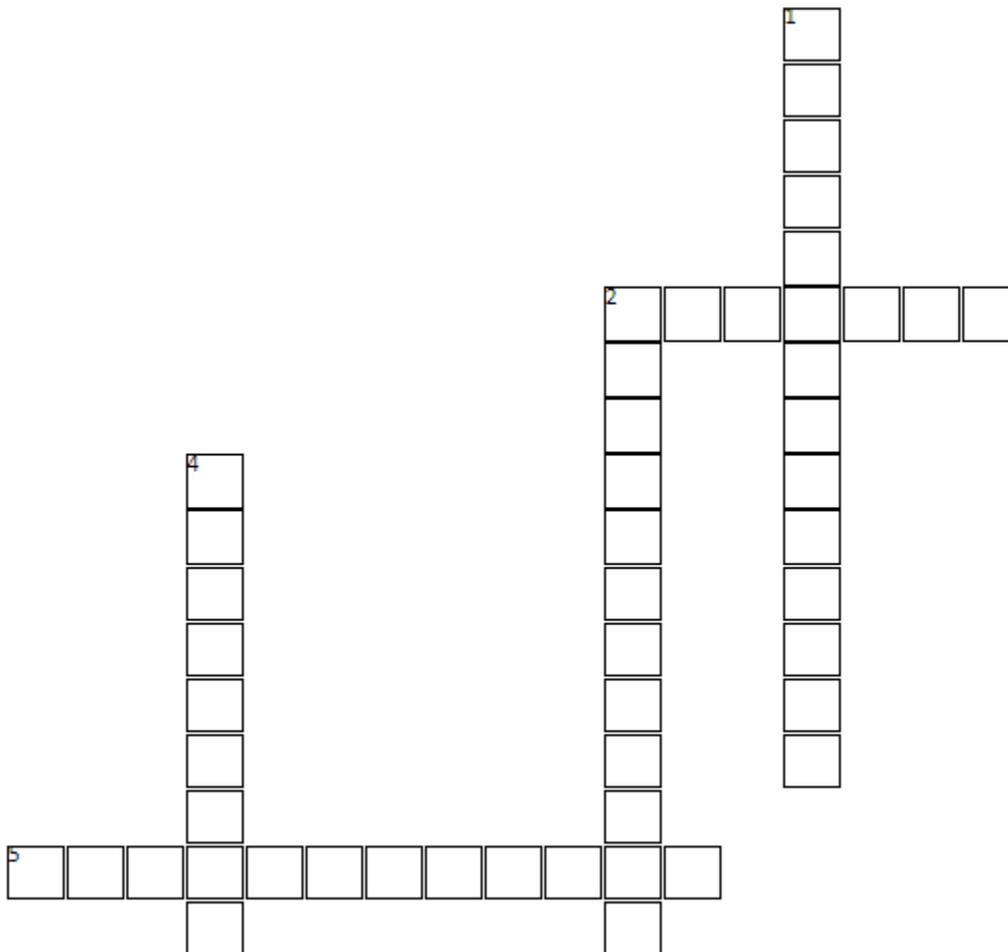
Defensa.

Cuando el receptor se siente amenazado, tiende a reaccionar en formas que reducen su habilidad para lograr entendimiento mutuo, respondiendo en formas que retardan la comunicación eficaz.

Lenguaje. *La edad, la educación y los antecedentes culturales son variables que influyen en el lenguaje que una persona usa. Las palabras significan diferentes cosas para diferentes personas lo que crea dificultades en la comunicación.*

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes contestar el crucigrama utilizando como referencia el contenido del día. ¡Éxito!



Horizontales

- 2 Cuando la distancia y el exceso de ruido dificultan la comunicación, esto es un ejemplo de barreras _____
- 5 Cuando hay factores mentales que impiden aceptar o comprender una idea se conoce como barreras _____

Verticales

- 1 Una deficiente operación de los canales es un ejemplo de una barrera _____
- 2 Cuando hay defectos pueden afectar a cualquiera de los sentidos se conoce como barreras _____
- 4 Cuando se malinterpreta lo que se dijo, es una barrera _____

Día #59

Tema: Importancia de la dicción

¿Qué es dicción? ¿Cómo puedes definirlo?



La dicción es definida por el diccionario de la Real Academia Española de dos maneras:

1. f. Manera de hablar o escribir, considerada como buena o mala únicamente por el empleo acertado o desacertado de las palabras y construcciones.
2. f. Manera de pronunciar. Dicción clara y limpia.

De estas definiciones, nos enfocaremos en la segunda, la manera clara y limpia de pronunciar las palabras. Cuando estás en el proceso de comunicación, intercambiar palabras de manera clara y accesible es vital. Por tal razón lo único importante no es lo que se dice sino también cómo se dice.

¿Cómo es tu dicción? Si tuvieras que clasificarla y las opciones fueran excelente, buena, regular, pobre o pésima. ¿Cuál escogerías? Si la opción con la que clasificas tu dicción no es excelente ni buena, debes tener presente que existen ejercicios para mejorar la dicción.

Según la página web Importancia una guía de ayuda, desarrollar la dicción es una habilidad y en ocasiones se enfrentan problemas. En este sentido, exponen el siguiente argumento:

En la actualidad, la dicción es uno de los problemas más comunes de la comunicación y esto tiene que ver directamente con el hecho de que las nuevas tecnologías facilitan y simplifican la comunicación escrita pero la alteran a nivel

oral. Así, suele ser común cambiar el significado de las palabras, o agregar términos originales de otro idioma sin demasiada lógica (proceso que se conoce como barbarización).

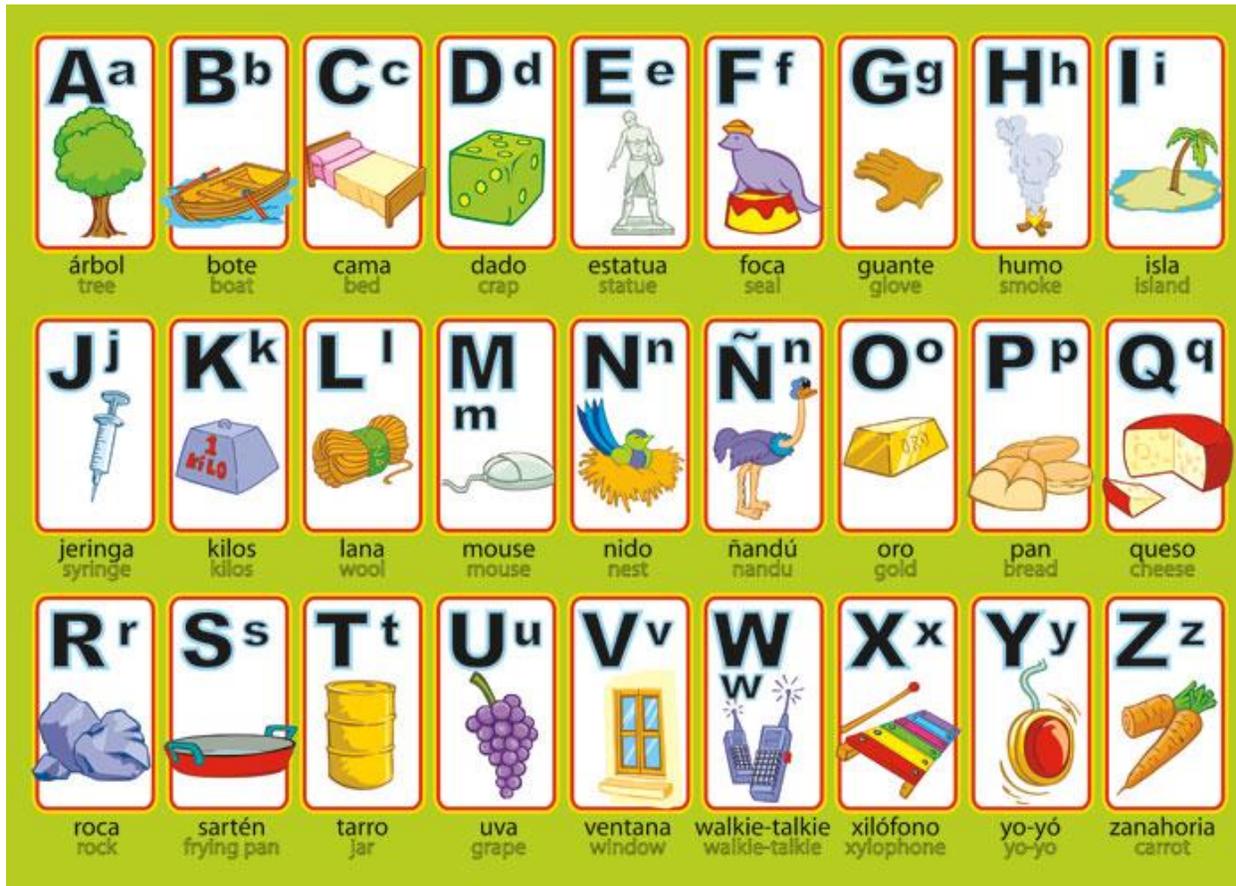
También se abrevian palabras, se cometen errores, se resuelven de forma incorrecta las conjugaciones verbales y todas estas cuestiones suelen establecerse y fijarse una vez que se masivizan y luego es muy difícil cambiar las formas por más que uno sea conciente del error. Por otro lado, las poblaciones cambian permanentemente sus lenguajes y más en esta era, por lo cual ser rígido con estas cuestiones significa alejarse más y más de la comunicación de la mayor parte de la población.

La dicción como habilidad que se trabaja y se desarrolla con el tiempo

Dicho todo lo anterior, es claro y podemos acordar que la dicción es una habilidad que puede lograrse o no. No hablamos de una capacidad pre-dada, que no se puede desarrollar o que se genera a través de la genética. Esto quiere decir que la correcta dicción y el correcto modo de hablar son ambas estrategias desarrollables que se pueden lograr con éxito a partir de la práctica, tanto de la lectura, como especialmente del correcto uso de los términos.

Luego de haber leído esto te pregunto: ¿Deseas mejorar tu dicción? Próximamente conocerás opciones para trabajar con tu dicción y mejorarla cada día. Pero antes pasemos a conocer una técnica utilizada para conformar que la persona esté recibiendo o transmitiendo la información correcta. Esta técnica es el abecedario con palabras. Cuando estás proveyendo un nombre o código, es importante no cometer errores. Por tal razón se va deletreando unido a una palabra que inicia con esa letra. Por ejemplo: El nombre de la persona es Haydee. Este se deletrearía de la siguiente manera, humo, arbol, yoyo, dado, estatua, estatua. Al utilizar esta técnica, evitas errores de interpretación. A continuación (en la próxima página) se incluye un abecedario en palabras que puedes utilizar como referencia para deletrear nombres o códigos.

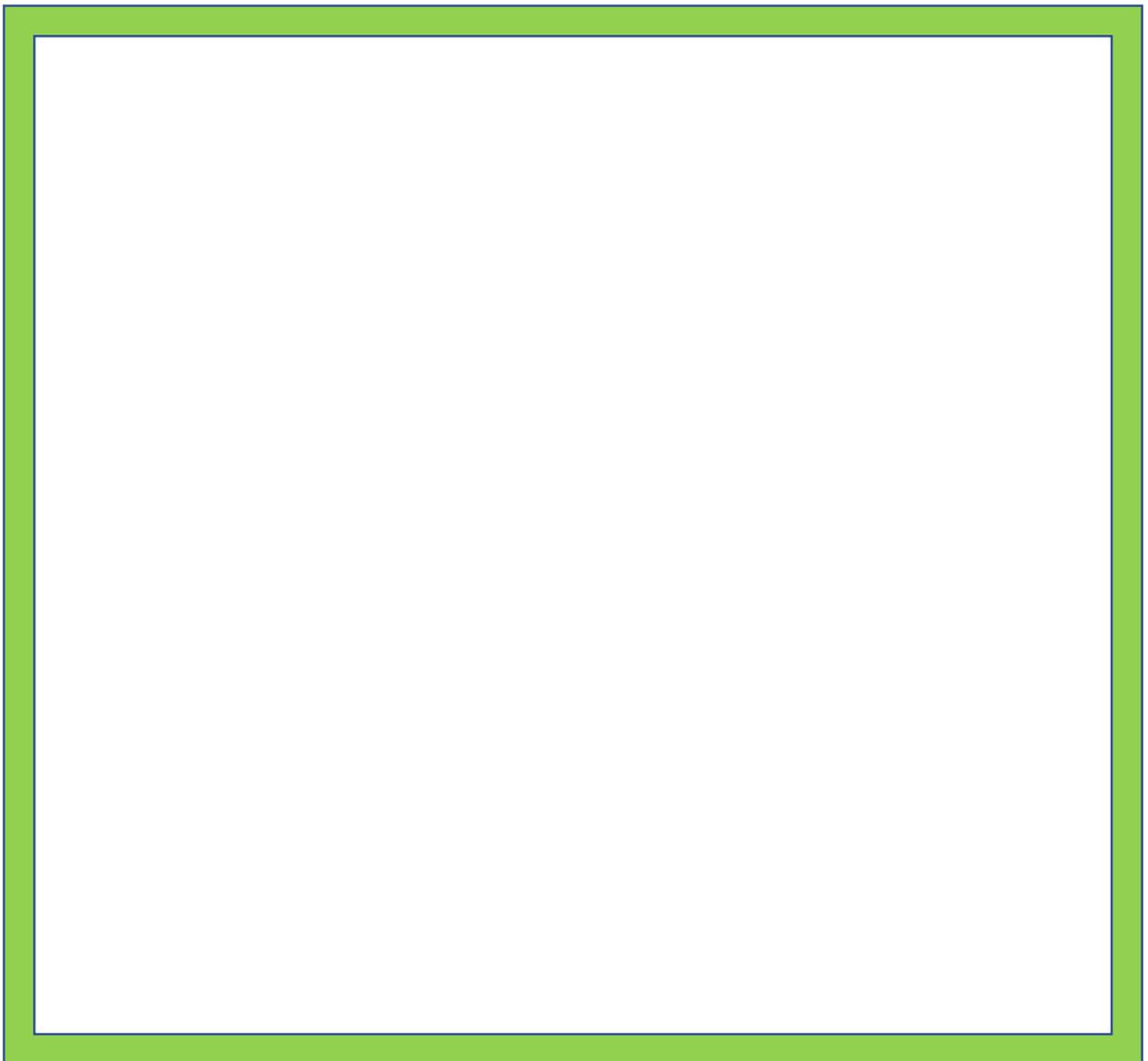
Abecedario con palabras



Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear tu propio abecedario con palabras. Hazlo similar al que se mostró como ejemplo en el desarrollo del día, pero sin utilizar las mismas palabras. Debes incluir todas las letras, una palabras por letra y una imagen de cada una de las palabras. En adición al abecedario, debes practicar trabalenguas (esto ayuda a mejorar tu dicción) y hablar con un lapiz en tu boca desde primera posición hasta tercera posición. Próximamente se incluirán los travalenguas a practicar e ilustraciones de las tres posiciones del lapiz.

1. Creación de abecedario con palabras

A large empty rectangular box with a green border, intended for creating a word-based alphabet. The box is currently blank, providing space for the student to draw and write.

2. Trabalenguas para practicar

mundo primaria

María Chuchena techaba su choza,
y un techador que por allí pasaba, le dijo:
-María Chuchena,
¿tú techas tu choza, o techas la ajena?

Ni techo mi choza, ni techo la ajena, que techo la choza de María Chuchena



www.mundoprimary.com

mundo primaria

Tres tristes trapecistas con tres trapos troceados hacen trampas truculentas porque suben al trapecio por trapos y no por cuerdas.



www.mundoprimary.com

mundo primaria

Hay suecos en Suiza y hay suizos en Suecia, pero hay más suizos en Suiza que suizos en Suecia, y más suecos en Suecia que suecos en Suiza.



www.mundoprimary.com

mundo primaria

Confucio confabulaba una confusa confabulación confundido no confiaba en la confundida confabulación que Confucio acababa de confabular.



www.mundoprimary.com

mundo primaria

Amaya tiene un gallo que no calla, siempre está ese gallo apoyado en una valla.

Si oyes gallear un gallo no falla, es el de Amaya que siempre está apoyado cantando sobre la valla.



www.mundoprimary.com

mundo primaria

Un trabalenguista muy trabalenguado creó un trabalenguas muy trabalenguoso.

Ni el mejor trabalenguista ni el más trabalenguado pudo trabalenguëear aquel trabalenguas tan trabalenguoso.



www.mundoprimary.com

Nota: Si deseas practicar más trabalenguas, puedes acceder al siguiente enlace:

<https://www.mundoprimary.com/trabalenguas/trabalenguas-dificiles>

3. Las tres (3) posiciones del lapiz en tu boca

Debes practicar hablar con un lapiz en tu boca similar a como se muestra en la imagen. Entre lo que hablarás con el lapiz en tu boca puedes incluir los trabalenguas. En la primera posición el lapiz queda sujetado con los dientes del frente, en la segunda con los caninos y en la tercera con los molares. ¡Diviértete mientras mejoras tu dicción!



Día #60

Tema: Ayuda individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Día #61

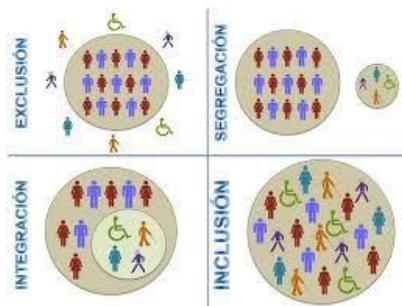
Tema: Comunicación con la población de diversidad funcional

Al momento de comunicarte, no puedes perder de perspectiva a la población con diversidad funcional. ¿Quiénes son? Si este concepto es nuevo para ti, presta atención a la definición que provee la Guía de Inclusión de la Comisión Permanente de Acción Social Para la Defensa de los Derechos Humanos y la Inclusión (2017) que es la siguiente:

Es un término alternativo al de discapacidad que ha comenzado a utilizarse por iniciativa de las personas afectadas. Fue propuesto en el Foro de Vida Independiente, publicado por Romañach y Lobato en enero de 2005, y pretende sustituir otros términos cuyo significado puede considerarse despectivo, tales como “impedimento” o minusvalía”. Se propone un cambio hacia una terminología no peyorativa, no rehabilitadora, sobre la diversidad funcional.

CPTSPR Los profesionales de la industria de la hospitalidad no pueden olvidar la inclusión de las personas con diversidad funcional.

Esta población debe participar de experiencias significativas, placenteras e inolvidables. Para esto, es necesario que exista una comunicación efectiva. Es importante reflexionar a la luz de las palabras emitidas por Margaret Meade en las que expone lo siguiente: “Si queremos conseguir una cultura más rica, debemos cimentar una en la que cada habilidad humana tenga un lugar apropiado.” Por tal razón, hoy conocerás como comunicarte con esta población, específicamente con sordos, personas con problemas del habla, ciego total o parcial y personas en silla de rueda.



Aprende a incluir, no excluyas, segregues o integres.

Conocerás como comunicarte con: sordos parciales o totales, personas con problemas del habla, ciego total o parcial y personas en silla de rueda.



Sordo

Con problemas
del habla



Ciego total o
parcial

En silla de
rueda



Se analizará cada una de las categorías en cuanto a cómo comunicarse efectivamente. Este análisis es importante ya que existen leyes que protegen a esta población. Una muy mencionada por muchas personas es la Ley ADA del 26 de enero de 1992. Esta ley establece que se les debe garantizar (a las personas con diversidad funcional) el derecho de disfrutar de todos los servicios, privilegios, beneficios, acomodos ofrecidos al público en general, y el acceso a las oportunidades de empleo. Otra ley un poco mas reciente es la Ley Número 238 del año 2004. En el Artículo cuatro (4) expone lo siguiente:

Toda persona con impedimentos tendrá derecho a:

(a) Que se le garanticen plenamente todos los derechos, beneficios, responsabilidades y privilegios en igualdad de condiciones a los de una persona sin impedimentos.

(b) Estar libre de interferencia, coacción, discrimen o represalia para o al ejercer sus derechos civiles.

Como complemento de las leyes, se han desarrollado unos mandamientos de cortesía. Estos forman parte de una presentación audiovisual de la Sra. Carmen Lourido y son los siguientes:

1. Hable directamente con el huésped discapacitado, no con el acompañante.
2. Acepte el hecho que las discapacidades existen.
3. Trate al huésped como una persona saludable.
4. No excluya o excuse al huésped con discapacidad de participar de algo solo por su condicion.
5. Relajese. Las personas con discapacidades tienen tambien como usted, sentido del humor.
6. Entienda la necesidad de tener parqueaderos accesibles para ellos y dejelos libres para cuando ellos lo necesiten.
7. Coloque a la persona antes de su discapacidad como parte de respeto.
Colóquese al nivel de los ojos.
8. Entienda que esta persona necesitara mas tiempo.

9. No toque o tome prestada su silla de ruedas.
10. Si le brinda ayuda, empuje su silla de ruedas a una velocidad normal.
11. Mantenga abierta la puerta del elevador y otras puertas para alguien en silla de ruedas.
12. Si alguien esta utilizando un andador o bastón, debe ofrecerle su brazo como apoyo.
13. Si la persona necesita cargar algo, ofrézcale la ayuda.

Por hoy, llegamos hasta aquí. En la próxima clase tendrás detalles más específicos para cada una de las poblaciones de diversidad funcional.

Día #62

Tema: Comunicación con la población de diversidad funcional

Como ya fue mencionado en el tema anterior, hoy conocerás detalles específicos de cómo comunicarte con las personas de diversidad funcional. Cada cual tiene sus particularidades, es importante que prestes atención. Estas recomendaciones han sido obtenidas del blog de la Sra. Carmen Lourido del curso Hotelería y Servicio al Huésped y de una entrevista con un joven ciego llamado Luis Jabdiel Pérez.

Discapacidad de lenguaje

En esta clasificación se incluyen a personas con problemas del habla. En ocasiones pueden hablar lentamente y en ocasiones no emiten palabras, sólo sonidos. Sea cual sea el caso, es importante que consideres las recomendaciones que se encuentran a continuación.

- Sea paciente y déle a la persona su total atención
- Escuche cuidadosamente o deletree usted mismo
- Si usted no entiende, pida a la persona que le repita que dijo
- Si la persona puede escribir, déle un papel y un lápiz para que escriba una nota
- Pregúntele a la persona que le muestre que necesita
- Hable directamente con la persona y tenga un contacto visual
- Hable claramente y en forma moderada.

Discapacidad visual

En esta división, debes tener presente que existen ciegos totales y ciegos parciales. En ocasiones utilizan bastones y/o perros guías. Según el tipo de cliente (huésped) que vayas a tender utiliza las recomendaciones que apliquen.

- Identifíquese usted y las demás personas inmediatamente se este acercando. También, déjele saber cuando se va.
- Déle instrucciones claras y específicas
- Cuando haga un cambio de dinero, identifique cada billete y moneda separadamente
- Oriente a la persona en el espacio. Describa el lugar y los posibles obstáculos
- Verbalmente comparta la información escrita si el braille no es usado
- Si la persona tiene un perro guía, explique dónde es el área especial para el perro
- No mime al perro.
- Cuando le ofrezca una silla a la persona, digale la ubicación de la silla y coloque su mano en el espaldar

Discapacidad auditiva

Las personas con discapacidad auditiva pueden ser sordos totales o parciales. En ocasiones utilizan audífonos para poder escuchar mejor. Esa es una manera de poder identificarlos. Lo importante es que si estás atendiendo a un cliente que no te escucha bien o no escucha nada de lo que dices consideres las siguientes recomendaciones.

- Necesitara una señal para llamar la atención de esta persona.
- Si la persona tiene un interprete, háblele directamente a la persona, no al interprete.

- Si la persona puede leer los labios, mire directamente a la persona y así sus labios pueden ser leídos.
- Asegúrese que hay buena iluminación para que la persona vea su cara y sus labios.
- Si se necesita, escriba notas para ayudar la comunicación.
- No omita información con el propósito de aligerar la charla.

Discapacidad de Movilidad

En este grupo se incluyen a las personas que utilizan sillón de ruedas ya sea manual o eléctrico. Esta diversidad no les impide hablar ni escuchar, pero hay unos detalles que debes considerar al comunicarte con ellos.

- No te agaches al dirigirles la palabra (puede incomodar a la persona), bajar tu mirada es suficiente.
- No manipules su silla de ruedas.
- Informale sobre las facilidades disponles para su beneficio.
- No utilices la palabra invalido (a) para referirte a la persona.

Importante

Debes tener cortesía al comunicarte. Evita el uso de palabras inapropiadas tales como: un invalido, un retardado, un postrado en silla de ruedas, un pobre mudo, un incapacitado, deforme o anormal. No olvides que el término diversidad funcional o población con funcionalidades diversas es bien aceptado por esta población. También puedes hacer referencia a la diversidad específica apropiadamente.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Crea unas tirillas cómicas en las que puedas establecer un diálogo que guarde relación con el contenido del día y el del día anterior. Considera cada uno de los aspectos discutidos relacionados con la comunicación con la población de diversidad funcional ¡Se creativo!

Día #63

Tema: Repaso de lo aprendido y diario reflexivo

A lo largo de esta lección has estado aprendiendo sobre la comunicación. Hoy llegó el fin de esta lección. Es hora de demostrar lo que has aprendido a raíz de los temas desarrollados que fueron los siguientes:

- Vocabulario introductorio
- La comunicación en la industria hotelera
- Importancia de la buena comunicación en la industria hotelera
- Proceso de comunicación
- 7 puntos importantes de la comunicación
- Habilidades esenciales para comunicarte efectivamente
- Errores que evitan una comunicación efectiva (No escuchar efectivamente)
- Otros errores que evitan una comunicación efectiva (No expresarse con claridad)
- Importancia de la dicción
- Comunicación con la población de diversidad funcional

Día #64

Tema: Ayuda individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Lección 8. Servicio y atención al cliente

Tiempo de trabajo: 100 minutos cada tema

Temas:

- Vocabulario introductorio
- ¿Qué es el servicio al cliente?
- Frases prohibidas en el servicio al cliente
- Factores para una buena atención al cliente
- Retención y pérdida de clientes
- Manejo de quejas
- Momentos críticos en el servicio al cliente
- ¿Qué debo y qué no debo hacer?
- Servicio al cliente para las personas con diversidad funcional
- Película Ratatouille
- Tarea de desempeño de servicio al cliente

Estándares:

- 1.1: Analizar estrategias para gestionar múltiples roles y responsabilidades (individual, familiar, profesional, comunitario y global).
- 1.2: Demostrar conocimientos, actitudes y habilidades técnicas y de empleabilidad transferibles en la escuela, la comunidad y el lugar de trabajo.
- 1.3: Evaluar los efectos recíprocos de la participación individual y familiar en actividades comunitarias y cívicas.
- 10.1: Analizar trayectorias profesionales dentro de las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.
- 10.2: Demostrar procedimientos aplicados a cuestiones de seguridad, protección y medio ambiente.
- 10.3: Aplicar conceptos de servicio de calidad para asegurar la satisfacción del cliente.
- 10.4: Demostrar prácticas y habilidades involucradas en ocupaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.5: Demostrar prácticas y habilidades para los servicios relacionados con viajes.

- 10.6: Demostrar el manejo de programas y eventos de recreación, esparcimiento y otros.

Competencias:

- 1.1.1: Resuma las políticas, los problemas y las tendencias locales y globales en el lugar de trabajo, la comunidad y las dinámicas familiares que afectan a las personas y las familias.
- 1.2.7: Analizar los factores que contribuyen a mantener entornos escolares, laborales y comunitarios seguros y saludables.
- 1.3.5: Analizar los efectos de las políticas, agencias e instituciones públicas federales, estatales y locales en la familia.
- 10.1.1: Explicar los roles y funciones de las personas que se dedican a las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.2: Analizar oportunidades de empleo en carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.3: Resumir los requisitos y oportunidades de educación y capacitación para carreras profesionales en las carreras de hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.4: Analizar la correlación entre la industria hotelera y las economías locales, estatales, nacionales y globales.
- 10.1.5: Crear una cartera de empleo para comunicar conocimientos y habilidades en hotelería, turismo y recreación.
- 10.1.6: Analizar el papel de las organizaciones profesionales en las profesiones de hotelería, turismo y recreación.
- 10.2.1: Explicar la importancia de la seguridad, la protección y los problemas ambientales relacionados con las industrias de la hospitalidad, el turismo y la recreación.
- 10.2.2: Demostrar procedimientos para garantizar la seguridad de los huéspedes o clientes.
- 10.2.3: Evaluar planes de evacuación y procedimientos de emergencia.
- 10.2.3: Demostrar gestión y conservación de recursos para la eficiencia energética y protección del medio ambiente.
- 10.2.4: Diseñar un sistema para documentar, investigar y tomar medidas en materia de seguridad, protección y medio ambiente.
- 10.3.1 Aplicar estándares de la industria para un servicio que cumpla con las expectativas culturales y geográficas de los huéspedes o clientes.
- 10.3.2 Analizar cómo las disposiciones de los empleados pueden afectar la satisfacción del cliente.
- 10.3.3 Aplicar un sistema para evaluar y resolver quejas de empleados, empleadores, huéspedes o clientes.

- 10.3.4 Analizar los efectos de las relaciones con los clientes sobre el éxito de la industria de la hospitalidad, el turismo o la recreación.
- 10.3.5 Demostrar una conciencia cultural eficaz y relaciones con los clientes para satisfacer las necesidades de hospitalidad, turismo y recreación de poblaciones especiales.
- 10.4.1 Demostrar habilidades de recepción, oficina y servicio al cliente.
- 10.4.2 Demostrar prácticas contables y transacciones financieras.
- 10.4.3 Gestionar funciones de apoyo a convenciones, reuniones y banquetes.
- 10.4.4 Aplicar habilidades básicas de preparación y servicio de alimentos en las operaciones de catering.
- 10.4.5 Gestionar el uso, cuidado, almacenamiento, mantenimiento y operaciones seguras de equipos, herramientas y suministros.
- 10.4.6 Aplicar las habilidades de administración, mantenimiento y servicio de las instalaciones a las operaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.4.7 Aplicar habilidades de gestión del tiempo y del trabajo a las tareas de servicio de las instalaciones.
- 10.4.8 Analizar las funciones de ventas y marketing en las operaciones de hotelería y alojamiento.
- 10.5.1 Investigar la geografía, el clima, los sitios, las zonas horarias y las influencias políticas y globales de varias regiones y países.
- 10.5.2 Investigar las costumbres de hospitalidad, hospedaje, turismo y recreación de varias regiones y países.
- 10.5.3 Aplicar el conocimiento de alimentos, bebidas y etiqueta de varias regiones y países a las decisiones sobre hospitalidad, alojamiento, turismo y recreación.
- 10.5.4 Investigar las regulaciones y expectativas culturales para determinar la información necesaria para clientes diversos para viajes nacionales e internacionales.
- 10.5.5 Crear documentos de viaje e itinerarios, utilizando tecnología actual.
- 10.5.6 Analizar los arreglos de viaje utilizando sistemas computarizados.
- 10.6.1 Coordinar las consultas y solicitudes de los clientes.
- 10.6.2 Diseñar temas, cronogramas, presupuestos, agendas e itinerarios para programas y eventos específicos.
- 10.6.3 Organizar recursos e información sobre ubicaciones, instalaciones, proveedores y vendedores para servicios específicos.
- 10.6.4 Preparar los materiales del evento para su distribución.
- 10.6.5 Demostrar habilidades relacionadas con la promoción y publicidad de eventos.
- 10.6.6 Gestionar programas y eventos para grupos de edad específicos o poblaciones diversas.
- 10.6.7 Promover iniciativas de bienestar a través de programas y eventos de recreación y esparcimiento.

- 10.6.8 Evaluar la efectividad general de eventos específicos.
- 10.6.9 Describir las organizaciones y agencias relacionadas con el turismo y su impacto en las operaciones de hospitalidad, alojamiento, viajes y recreación.

Objetivos:

- Luego de completar la lección, el estudiante será capaz de:
 1. Definir de manera correcta conceptos relacionados a esta lección.
 2. Explicar qué es el servicio al cliente.
 3. Orientarse sobre las 5 frases prohibidas en el servicio al cliente.
 4. Identificar barreras que impiden que el servicio al cliente sea de calidad.
 5. Identificar estrategias para el manejo de quejas.
 6. Orientarse sobre lo que debe y lo que no debe hacer al ser un empleado de servicio al cliente.
 7. Analizar qué destrezas de servicio al cliente tiene desarrolladas y cuáles le faltan por desarrollar.
 8. Explicar cómo tratar a los clientes según su personalidad o clasificación.
 9. Orientarse sobre estrategias de servicio al cliente para la población de diversidad funcional.

Día #65

Tema: Vocabulario introductorio

En esta lección aprenderás sobre la importancia de un buen servicio al cliente en la industria de la Hospitalidad. Para este fin, es importante que amplíes tu vocabulario, conociendo nuevos conceptos. Quizás ya conozcas y domines algunas de las palabras que forman parte del vocabulario introductorio. Aún así, se incluyen y definen cada uno de los conceptos, con el fin de beneficiar a quienes no conocen el significado de cada una de estas palabras.

El vocabulario introductorio se compone de 8 palabras que formarán parte del contenido a lo largo de esta lección. Primeramente te incluyo la lista de cada una de estas y un espacio al lado para que escribas lo que piensas al escuchar cada una de las palabras o con qué las asocias.

1. Servicio - _____

2. Huésped- _____

3. Consumidor- _____

4. Satisfacción del cliente- _____

5. Servicio al cliente - _____

6. Servicio de calidad- _____

7. Recursos Humanos - _____

8. Cliente- _____

Ya tuviste la oportunidad de exponer lo que piensas al escuchar cada una de estas palabras o con qué las asocias. Ahora pasaremos a definir cada una de ella de manera que puedas conocer si acertaste o si puedes mejorar en cuanto a lo que piensas del vocabulario introductorio.

Cada uno de estos conceptos se ha definido utilizando como referencia el libro de texto Hospitality Service (2018).

Definiciones de conceptos

Servicio

- Actividad que se realiza hacia otra persona.

Huésped

- Consumidor que compra productos o servicios en los negocios de la hospitalidad.

Consumidor

- Es alguien que compra productos o servicios en algún negocio.

Satisfacción del cliente

- Sentimiento positivo del consumidor por las necesidades suplidas en un negocio.

Servicio al cliente

- Actividad con el fin de suplir las necesidades del cliente.

Servicio de calidad

- Servicio que reúne o excede las expectativas del cliente.

Recursos humanos

- Personas que trabajan en una compañía (el personal).

• Cliente

- Persona que compra bienes o servicios.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Busca y resalta cada una de las palabras relacionadas con el vocabulario introductorio



Colorea cada una de las palabras mientras las vayas identificando en la sopa de letras.

Calidad	Consumidor	Humanos	Satisfacción
Cliente	Huésped	Recursos	Servicios

Instrucciones: Debes definir cada uno de los conceptos en tus propias palabras. Para este fin, utiliza como referencia cada una de las definiciones ofrecidas en el desarrollo del día.

1. Servicio - _____

2. Huésped- _____

3. Consumidor- _____

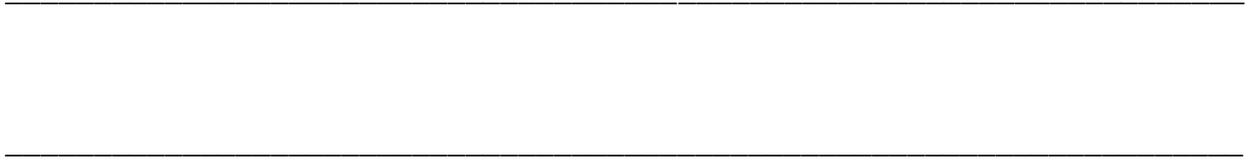
4. Satisfacción al cliente- _____

5. Servicio de calidad - _____

6. Recursos Humanos- _____

7. Cliente- _____

8. Servicio de calidad- _____



Día #66

Tema: ¿Qué es el servicio al cliente?

En el vocabulario introductorio pudiste dar lectura a la siguiente definición de servicio al cliente: “Sentimiento positivo del consumidor por las necesidades suplidas en un negocio.” A continuación se incluye una definición un poco mas detallada que forma parte de la presentación titulada Servicio al Cliente de la Sra. Carmen Lourido:

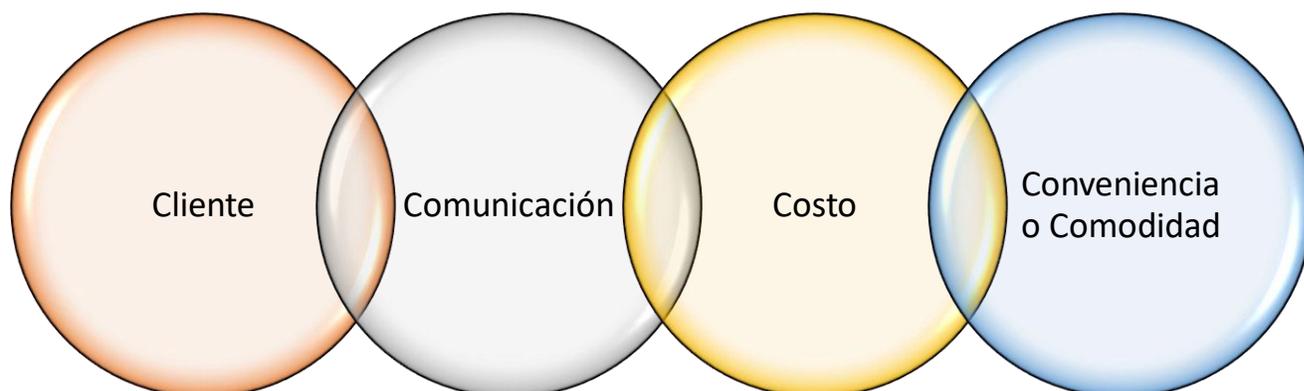
Son actividades reconocibles, intangibles, que son resultado de los esfuerzos humanos o mecánicos que producen un hecho, un desempeño o un esfuerzo que implica generalmente la participación del cliente y que no es posible poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos en renta o a la venta; por lo tanto, pueden ser objetivo principal de una transacción ideada para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes

Como ya se ha mencionado, server es una actividad, requiere de una acción o de varias acciones. Cuando sustituyes cliente por huésped, llegas al concepto servicio al huésped, concepto utilizado en la industria de la hospitalidad. Este también requiere de acciones, siendo el cliente un huésped. No debes perder de perspectiva que la base de esta industria es el servicio y que un empleado siemore debe estar dirigido a ofrecer un servicio de calidad.

Tu manera de decir y hacer las cosas será fundamental para que clasifiquen el servicio. No se trata de cumplir la necesidad del huésped sino de esforzarse para supercar sus expectativas. Para esto, necesitas dominar varias estrategias y procesos que serán discutidos en esta lección. También debes recordar cumplir cada una de las recomendaciones para que la comunicación sea efectiva.

Pasemos con las 4 C del Servicio ¿Qué son? Son 4 conceptos que inician con la letra c y no debemos olvidarlos al formar parte del grupo de empleados que trabaja en el servicio al cliente. Las 4 C del servicio son: cliente, comunicación, costo y conveniencia. A continuación obtendrás detalles de cada una de estas C.

Las 4 c del servicio



El cliente es la persona que compra bienes o servicios, en la industria de la hospitalidad se conoce como huésped. Es indispensable contar con la absoluta disposición de complacerlo; o sea, diseñar el servicio en la medida de lo posible, de acuerdo con sus necesidades: si ofreces un servicio al cliente mejor que competencia, el cliente se va a sentir satisfecho y será leal a la empresa.

En ocasiones, para lograr satisfacer al cliente es necesario realizar cambios. Por tal razón la industria de la hospitalidad no debe tener miedo al cambio. Al contrario, debe ir evolucionando cada día.

Cabe destacar que una particularidad de esta industria es que se enfoca en el servicio y no en el producto. Cuando se comercializa el servicios, se debe tener presente que tienen características diferentes a los productos tangibles. Al ser intangibles no utilizas tus cinco (5) sentidos para evaluarlos (la vista, el oído, el olfato, el tacto y el gusto).

Comunicación

Referente a la comunicación, recuerda cada uno de los aspectos discutidos en la lección anterior. Siempre ten presente la manera en la que dices las cosas. Recuerda que un 30% del mensaje se recibe por lo que dices y un 70% por cómo lo dices. En adición, recuerda que es un proceso que también requiere escuchar. Escucha a la persona, identifica sus necesidades y trabaja para la satisfacción de estas.

Costo

Es importante que la persona sienta que está pagando un precio justo por el servicio que se le ha ofrecido o que se le ofrecerá. Cabe destacar que no existen precios fijos por servicios, estos varían dependiendo de quien o cómo sea ofrecido el servicio solicitado.

Conveniencia o comodidad

Los negocios que forman parte de la industria de la hospitalidad deben tener presencia que proveer comodidades al huésped aumentan la calidad del servicio. Por tal razón, es importante que cada empresa que forma parte de esta industria se esfuerce por conocer a sus clientes e identificar aspectos que le proporcionan a este una mayor comodidad o conveniencia. Al tomar estas consideraciones, las expectativas del cliente pueden ser suplidas y superadas.

En adición a estas 4 C, ten presente estas reglas de servicio al cliente:



Día #67

Tema: Las cinco frases prohibidas en el servicio al cliente

A lo largo de esta lección te has ido orientando sobre acciones y palabras correctas e incorrectas en el servicio al cliente. Hoy conocerás cinco (5) frases prohibidas en el servicio al cliente. Sí, has leído bien, estas frases están completamente prohibidas en el servicio al cliente. Presta atención a cada una de ellas y evita utilizarlas al atender a un cliente (huésped).

Las cinco frases prohibidas

No sé

No podemos hacer eso

Usted tendrá que...

Mantengase en línea un segundo

¡No!



Ya conoces las cinco (5) frases prohibidas. Ahora conocerás como sustituirlas o que palabras utilizar en lugar de esas. ¡Presta mucha atención!

Frase #1

Frase
prohibida

No sé

Utilice en
cambio

Esa es una buena
pregunta,
permitame
preguntar.



El proyectarte con poco o ningún dominio no es bien visto en el servicio al cliente. Tu propósito es servir al cliente y aportar para la aclaración de sus dudas. Si desconoces la información solicitada es importante que preguntes, te orientes y aclares la duda o inquietud del cliente.

Frase #2

Frase
prohibida

No podemos
hacer eso.

Utilice en
cambio

Veamos a ver que
podemos hacer.
Luego, halle una
solución aterna.



No!

La negatividad o negación a una petición debe ser disimulada o minimizada. Existen peticiones que simplemente no se pueden cumplir porque no van acorde con lo permitido en tu lugar de trabajo. Al no poder hacer algo solicitado, debes buscar vías alternas (soluciones alternas) para que el cliente (huésped) quede satisfecho sin que alteres o violentes algunas de las normativas de tu liugar de trabajo.

Frase #3

Frase prohibida

Usted tendrá que....

Utilice en cambio

Suavice la orden con frases como: "Necesita..." o "Le podemos ayudar de esta forma con eso" o "La próxima vez que eso le suceda, esto es lo que debe hacer."



Debes evitar sonar autoritario. Aprende a decir lo que necesitas decir con amabilidad y suavizando tus palabras. Recuerda un 30% es lo que dices y un 70% cómo lo dices.

Frase #4

Frase prohibida

Manténgase en línea un segundo:

Utilice en cambio

Estaré con usted de inmediato: "Me podría tomar dos o tres minutos o el tiempo que realmente tomará dicho trámite eso."



Es de suma importancia que le dejes claro al cliente el tiempo aproximado que deberá esperar para lo que esté solicitando. Si le indicas una cantidad menos de tiempo a la que conoces que realmente toma dicho trámite, esto creará desesperación e irritabilidad en el cliente. Es mejor decir que va a tardar y lograrlo antes que decir que será rápido y demorarte más de lo proyectado.

Frase #5

Frase prohibida

¡No! (Cuando se utiliza al principio de una oración)

Utilice en cambio

Si usted piensa antes de hablar puede convertir toda pregunta en una respuesta positiva.



El pronunciar un No al inicio de una oración puede crear cierta incomodidad. Es importante que logres parafrasear lo que deseas decir de manera positiva. Por ejemplo: En lugar de decir “No llegues tarde” dices “Es importante que llegues temprano”. El mensaje es el mismo, la estructura cambió.

Día #68

Tema: Factores para una buena atención al cliente

Los cuatro factores para una buena atención al cliente son:



Presentación personal

La presentación personal del empleado o el cómo se vea es un factor que influye en el servicio al cliente. Es por esta razón que muchos lugares en la industria del alojamiento tienen códigos de vestimenta para sus empleados. Cuando se hace referencia a códigos de vestimenta para empleados, son regulaciones sobre la manera en la que se permite vestir en el lugar de trabajo, lo que se considera apropiado o no apropiado para un empleado.

Debes tener presente en todo momento que al estar trabajando pasas a ser parte de la imagen del hotel. Tu vestimenta y tus actos deben ser reflejo de esa imagen. Cuando hay un uniforme establecido para tu puesto de trabajo, debes tener fiel cumplimiento en su uso. Al utilizarlo, este debe estar limpio y planchado. No debes añadir elementos decorativos a tu uniforme, sólo en nametag que se ubica al lado izquierdo y cualquier

pin o distintivo adicional aceptado por el hotel. No hay excusas para justificar que te presentes a tu lugar de trabajo sin el uniforme asignado.

Otra parte de la presentación personal es la higiene. Es importante que tengas un buen cuidado de tu cabello, uñas y dientes. El cabello debe estar bien peinado y limpio, las uñas deben estar bien cuidadas y limpias. En cuanto a su tamaño, deben ser cortas. Finalmente los dientes, estos deben estar bien cepillados, con apariencia limpia y la boca debe tener un buen aliento.

Si deseas utilizar joyería y/o maquillaje, hay varios aspectos que debes conocer. Las joyas deben ser sencillas, con un tamaño moderado. El maquillaje debe ser neutral y sencillo. Es decir, puedes maquillarte y utilizar joyas siempre y cuando sean sencillas.

Sonrisa

La sonrisa es conocida como el lenguaje universal de las personas inteligentes. En la industria de la hospitalidad es de suma importancia que usted mantenga una sonrisa con el huésped siempre que esté en contacto con este.

Amabilidad

Si recuerdas la definición de hospitalidad tendrás presente que la amabilidad forma parte de esta. Al estar en esta industria no debes ser rudo, cruel o insensible al tratar con los clientes. Por el contrario, debes ser amable en todo cuanto hagas o digas. Ser empático te ayudará a ser amable con los huéspedes.

Educación

Educación hace referencia a ser cortés con el huésped. Este factor se complementa con el anterior, la amabilidad. Por ningún motivo se justifica una falta de respeto hacia un huésped. Si hay una situación difícil recuerda que la persona no es el problema, hay un problema que la persona te está presentando para que le ayudes a solucionarlo.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones:

1. El cliente es la persona que compra bienes o servicios, en la industria de la hospitalidad se conoce como huésped es la definición de:
 - a. Servicio al cliente
 - b. Cliente
 - c. Comunicación
 - d. Ninguna de las anteriores es correcta
2. Sentimiento positivo del consumidor por las necesidades suplidas en un negocio es la definición de:
 - a. Servicio al cliente
 - b. Cliente
 - c. Comunicación
 - d. Ninguna de las anteriores es correcta
3. Cliente, comunicación, costo y comodidad son palabras que se conocen como las 4 C del Servicio al cliente
 - a. Cierto
 - b. Falso
4. La importancia de cada empresa de esforzarse por conocer a sus clientes e identificar aspectos que le proporcionan a este una mayor comodidad o conveniencia es un ejemplo de:
 - a. Cliente
 - b. Comunicación
 - c. Costo
 - d. Comodidad
 - e. Ninguna de las anteriores es correcta
5. Usted tendrá que... es una manera aceptada en servicio al cliente para dirigirse a un huésped
 - a. Cierto
 - b. Falso

6. La sonrisa y la amabilidad son factores a considerar en el servicio y la atención al cliente.
 - a. Cierto
 - b. Falso
7. Nunca puedes utilizar la palabra No como parte de tu vocabulario al dirigirte a un cliente.
 - a. Cierto
 - b. Falso
8. Los códigos de vestimenta no suelen utilizarse con los empleados de servicio al cliente.
 - a. Cierto
 - b. Falso
9. Si el trámite que solicita el cliente va a tardar, debes notificarle un aproximado del tiempo que va a tardar.
 - a. Cierto
 - b. Falso
10. Todo empleado de servicio al cliente debe tener una buena higiene.
 - a. Cierto
 - b. falso

Día #69

Tema: Ayuda Individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Día #70

Tema: Retención y pérdida de clientes

Una vez un cliente llega a tu empresa, es tu responsabilidad ofrecer un servicio de calidad para poder retener al cliente. De lo contrario, puede ser parte de los clientes perdidos. A continuación se incluye una imagen en la que se frecen por cientos y razones por las que se pierden a los clientes. Presta atención.



Si observas la imagen, puedes notar que se incluyen 6 clasificaciones por las cuales se pierden a los clientes. La de mayor por ciento (63%) es por la indiferencia y la mala atención. Es decir, la manera en que trates a tu cliente es el factor más determinante para retenerlo o perderlo. Teniendo esto en consideración conocerás los diez pecados capitales del servicio al cliente (Recuperados del Blog de la Sra. Carmen Lourido). Presta atención a cada uno de estos y evita cometerlos al trabajar en el servicio al cliente.

Los diez pecados capitales del servicio al cliente

- 1- “No sé” (También forma parte de las frases prohibidas)
- 2- “No me importa”
- 3- “No me molestaré con eso”
- 4- “No me agrada”
- 5- “Lo se todo”
- 6- “Usted no sabe nada”
- 7- “No queremos su tipo de gente aquí”
- 8- “No vuelva”
- 9- “Yo estoy en lo correcto y usted no”
- 10- “Apúrese y espere”

Luego de conocer estos errores, queda en tus manos no cometerlos al formar parte del grupo de empleados de servicio al cliente. No cometerlos aplica para cualquier tipo de cliente, desde los más fáciles de manejar hasta los más complicados. Presta atención a la variedad de clientes existentes. A saber cómo tratarlos ayudarás en la retención de clientes del lugar en el que trabajes.

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a discutidor/a	Son agresivos/as por naturaleza y seguramente no estarán de acuerdo por cada cosa que digamos.	<ul style="list-style-type: none">• Solicitarle su opinión.• Hablar suavemente pero firme.• Concentrar la conversación en los puntos en que se está de acuerdo.

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a enojado/a	No hay que negar su enojo. Evitar decirle, "No hay motivo para enojarse".	<ul style="list-style-type: none"> • No ponerse a la defensiva. • Calmar el enojo. • No hay que prometer lo que no se puede cumplir. • Hay que ser solidario. • Negociar una solución.
El/la cliente/a conversador/a	Estas personas pueden ocupar mucho de nuestro tiempo.	<ul style="list-style-type: none"> • No hay que tratar de sacárselo de encima. • Se debe demostrar interés y tener un poco de paciencia.
El/la cliente/a ofensivo/a	Cuando tenemos una persona ofensiva delante es muy fácil volverse "irónico" ¡NO LO HAGA!	<ul style="list-style-type: none"> • Lo mejor es ser: Amable, excepcionalmente amable.
El/la cliente/a infeliz	Entran en un negocio y hacen esta afirmación: "Estoy seguro que no tienen lo que busco".	<ul style="list-style-type: none"> • No hay que intentar cambiarlos. • Se debe procurar de mejorar la situación. • Mostrarse amable y comprensivo. • Tratar de colaborar y satisfacer lo que están buscando.

Tipos de clientes/as	Características	Como tratarlo
El/la cliente/a que siempre se queja	No hay nada que le guste. El servicio es malo, los precios son caros, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Hay que asumir que es parte de su personalidad. • Se debe intentar separar las quejas reales de las falsas.
El/la cliente/a exigente	Es el que interrumpe y pide atención inmediata.	<ul style="list-style-type: none"> • Hay que tratarlos con respeto, pero no acceder a sus demandas.
El/la cliente/a coqueteador/a	Las insinuaciones, comentarios que realiza pueden provenir tanto de hombres como de mujeres.	<ul style="list-style-type: none"> • Se debe mantener una actitud calmada, ubicada y profesionalismo en todo momento. • Ayudarles a encontrar lo que buscan y así se van lo más rápido posible.
El/la cliente/a que no habla y el/la cliente/a indeciso/a	Es callado/a y no menciona al/la vendedor/a lo que quiere comprar.	<ul style="list-style-type: none"> • Hay que tener paciencia y ayudarlos. • Sugerirles alternativas y colaborar en la decisión de compra

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear un mapa de conceptos o un diagrama en el que incluyas los distintos tipos de clientes y la manera adecuada de tratar a cada uno de estos.

Día #71

Tema: Manejo de quejas

Hoy conocerás cómo manejar las quejas de los clientes paso a paso. Debes tener presente que un mal manejo de una queja puede significar la pérdida de un cliente y su enfoque siempre debe estar en retener al cliente.



Manejo de las quejas de los clientes paso a paso

- 1- Escuche con preocupación.
- 2- Permanezca en calma, mantenga un contacto visual apropiado.
- 3- Muestre empatía.
- 4- Esté consciente de la autoestima del cliente.
- 5- Concéntrese en los problemas, no en las personalidades. Nunca se enfade con el cliente. No tome la situación a lo personal.
- 6- Cortésmente dirija a los clientes descontentos a un área de mayor privacidad, lejos de los otros clientes; haga que el cliente se sienta cómodo; permita que el cliente le cuente su historia o se desahogue si es necesario.

- 7- Discúlpese por el error; inconveniente o problema. Sea sincero.
- 8- Tome apuntes.
- 9- Repita / resuma las quejas para estar seguro que tiene los datos.
- 10- Nunca culpe a otros. No es profesional.
- 11- Dígale al cliente qué se puede hacer. Enfóquese en la solución, sin excusas. Sea honesto. No haga promesas o sugerencias que usted o su compañía no puedan cumplir.
- 12- Cuando sea necesario, ofrézcale soluciones alternas que le permitan al cliente escoger alternativas de curso de acción.
- 13- Establezca un tiempo aproximado para que la compañía tome acción.
- 14- Agradézcale al cliente el haber traído el problema a su atención ~ esto ayuda a la compañía a que mejore sus servicios.
- 15- Dele seguimiento a las quejas para asegurarse que sean resueltas y el cliente esté satisfecho.
- 16- Registre la queja de acuerdo a la política de la compañía; según la política dictada, notifíquelo al supervisor.

En ocasiones, hay quejas que deben ser referidas a su gerente. Ahora conocerás cuáles quejas debes referir a tu gerente, presta atención.

Quejas que deben ser referidas a su gerente

- 1- Siga los pasos del 1 al 10 según listado anterior.
- 2- Explíquelo al cliente que su queja está fuera de su autoridad para resolverla, pero que usted le referirá a su supervisor inmediatamente.
- 3- Si su gerente / supervisor está disponible, pregúntele al cliente si puede

esperar varios minutos en lo que usted busca a su supervisor.

4- Si el cliente está de acuerdo con esperar, explíquelo inmediatamente todos los detalles del problema a su supervisor / gerente para que el cliente no tenga que repetir la historia.

5- Si el cliente no puede esperar por su supervisor, o si su supervisor no está disponible inmediatamente, acuerde una hora para que su supervisor se comunique con el cliente. Refiera la información a su supervisor inmediatamente con una explicación completa de la queja del cliente.

Día #72

Tema: Momentos críticos en el Servicio al cliente

Hoy analizarás los momentos críticos en el servicio al cliente. Para esto, es importante que inicies completando el torbellino de ideas que se encuentra a continuación. Escribe en los recuadros palabras o frases que pasan por tu mente que se relacionen con momentos críticos en el servicio al cliente



¿ Qué son momentos críticos en el servicio al cliente?

Cuando la experiencia de un cliente tiene un gran impacto en la satisfacción del cliente, comparado con otras ocasiones, se identifica como un momento crítico. Si llega a ocurrir un momento crítico, queda en tus manos convertirlo en una experiencia positiva. A continuación se incluirán once (11) momentos críticos en el servicio al cliente.

1- Primera llamada telefónica al negocio (hotel)

Los huéspedes a menudo forman una impresión acerca del negocio del alojamiento. Esta primera llamada se hace generalmente para hacer una reservación. La manera en que se contesta el teléfono va a formar esta primera impresión del hotel.

2- La primera visión de la entrada del hotel.

Es decepcionante encontrar cigarrillos en el piso, papeles, cristales sucios en la entrada de un hotel. El cliente va a pensar que todo el hotel va a estar igual. Para evitar que los clientes formen una mala impresión se debe inspeccionar todas las áreas, desde el estacionamiento, los cristales, el vestíbulo, las plantas y otras que estén completamente limpios.

3- Primera interacción con el personal del hotel

Dar la bienvenida es parte de las funciones de un empleado del hotel

4- Esperar por una habitación o mesa

A nadie le gusta esperar, sin embargo es una realidad en muchos restaurantes y hoteles. Las personas que esperan, se ponen de mal humor. Trate de venderle la espera.

5- Los primeros momentos en la mesa o en la habitación.

Mostrar a un huésped la mesa del restaurante o la habitación del hotel es otro de esos momentos de ansiedad en él. Los aspectos físicos del restaurante o la habitación tiene una gran impresión para el huésped. El empleado debe verificar el estado de los mismos, debe verificar su limpieza y su arreglo. La habitación debe oler fresco.

6-El primer encuentro con los mozos o “housekeepers”

Los mozos o housekeepers deben estar orientados al servicio desde el primer momento en que se encuentran con el huésped.

7- El encuentro con el gerente

Los gerentes, siempre deben estar dando ronda por el restaurante o por el vestíbulo del hotel.

8- El arribo de la comida

La comida debe llegar en el tiempo adecuado, con la temperatura correcta y según fue solicitada.

9- Los baños

Los baños de las áreas en común se limpian cada 30 minutos (puede variar según la política del hotel).

10- La cuenta o factura.

En un restaurante los clientes o huéspedes se sienten de forma placentera; a veces por horas. Pero cuando ellos deciden abandonar el local, están listos para irse. Se destruye todo lo que se había logrado con este cliente, si se tarda en traer la cuenta. Muchas veces el mozo deja la cuenta en la mesa y desaparece. También el proceso del “check out” es un momento crítico. Tienen prisa por irse y tomar un taxi. El agente de “front desk” debe preguntar si tuvo una estadía placentera, debe confirmar que la cuenta esté correcta e invitarlos a volver a su hotel.

11- La despedida

Es el último de los momentos críticos. Que los empleados tienen que influir. Esta es la última interacción con el personal del negocio. Tiene que asegurarse que el cliente tuvo una buena impresión en su visita. Todos los empleados que ven que el cliente abandona el hotel o restaurante deben sonreír y darles las gracias por haber visitado su hotel. Debe decirles que los esperan ver pronto. Vuelva a SONREIR

Día #73

Tema: ¿Qué debo y qué no debo hacer en el servicio al cliente?

Hoy conocerás otras recomendaciones relacionadas con lo que debes y lo que no debes hacer al manejar las quejas de un cliente. Debes tener presente que existen algunas situaciones que surgen en la mayoría de los roles de servicio al cliente y el personal debe estar preparado para ellas.

Solicitudes de clientes

Cumplir con las solicitudes de los clientes, incluidas las que están fuera de la norma, genera buena voluntad y puede ganar clientes de por vida para las empresas. Ir más allá para superar las expectativas del cliente se considera la cima de un buen servicio al cliente. Sin embargo, ¿qué sucede cuando el cliente solicita algo que la empresa no puede entregar de manera realista?

El personal debe practicar

Las mejores formas de rechazar estas solicitudes u ofrecer alternativas sin dejar de ofrecer un alto nivel de servicio al cliente.

Preguntas difíciles

De vez en cuando, los clientes harán preguntas cuya respuesta el personal no sabe y es importante que se manejen de manera correcta. Una respuesta incorrecta puede afectar la credibilidad de la marca, pero admitir la falta de conocimiento puede hacer que el personal parezca inexperto.

El personal debe practicar

Cómo comunicar a los clientes que no conocen la respuesta mientras se ofrecen a buscar la información necesaria.

Quejas

Las quejas son una parte normal del trabajo en servicio al cliente y se presentan en muchas formas diferentes. Practicar el manejo de estos puede dar al personal un impulso de confianza cuando se trata de los diferentes tipos de quejas que pueden

encontrar. Esta infografía destaca algunas de las mejores formas de manejar las quejas de los clientes.

El personal debe practicar

Escenarios donde la queja puede y no puede ser rectificadas y quejas donde la organización tiene y no tiene la culpa, ya que habrá diferentes dinámicas en juego.

Cientes enojados

Manejar las quejas puede ser bastante difícil, pero si el cliente que presenta la queja está enojado o agresivo, eso puede hacer que la situación sea infinitamente más difícil.

El personal debe practicar

Cómo calmar una situación y aplacar a un cliente enojado, teniendo en cuenta las políticas de la empresa que especifican cómo deben manejarse las quejas.

Barreras en la comunicación

Comunicar información puede resultar difícil, especialmente en un entorno ruidoso y ajetreado, y es probable que el personal que trabaja en el servicio de atención al cliente se encuentre con situaciones en las que los clientes no comprendan lo que están diciendo.

El personal debe practicar

Formas concisas de entregar información y adaptar los métodos de comunicación para garantizar que los diferentes clientes, como aquellos que no hablan inglés como primer idioma o tienen problemas de audición, entiendan lo que están tratando de transmitir.

Importante

A continuación (en la próxima página), podrás observar una pictografía que sintetiza lo que debes y lo que no debes hacer al manejar las quejas de un cliente. Al estar sintetizado puede ayudar a que lo internalices de manera más efectiva.

DO'S & DON'TS



BE FRIENDLY AND PROFESSIONAL.



LISTEN CAREFULLY TO WHAT THE CUSTOMER IS SAYING.



ACKNOWLEDGE THE CUSTOMER'S FRUSTRATIONS.



TRY TO FIND A SOLUTION.



CHECK BACK WITH THE CUSTOMER TO ENSURE THEY ARE HAPPY.



RAISE YOUR VOICE.



INTERUPT WHILE THEY ARE VOICING THIER COMPLAINT.



ARGUE BACK.



LEAVE A PROBLEM UNRESOLVED.



ALLOW A BAD INTERACTION TO KNOCK YOUR CONFIDENCE.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear la pictografía del do's and don'ts en español. Puedes alterar los colores, no el contenido ni sus visuales. ¡Éxito!

Día #74

Tema: Ayuda individualizada

Instrucciones: Debes completar tu autoevaluación y escribir tus dudas para poder ayudarte.

1. Mi nivel de dominio en los temas de esta semana es:

Marca con una X el recuadro que mejor describa tu nivel de dominio

Excelente	Bueno	Regular	Pobre	Deficiente

2. Tengo dudas en:

3. Me gustaría tener más información de:

Nota: Es importante que repases el material que aún no dominas. Cada una de estas destrezas son fundamentales para un buen desempeño en este taller.

Día #75

Tema: Servicio al cliente para las personas con diversidad funcional

El documento titulado *Reglas de cortesía y respeto para las personas con discapacidad* establece diez reglas que debes conocer e implementar al trabajar en servicio al cliente. Las reglas son las siguientes:

La persona es primero

Actuar con naturalidad

Preguntar siempre antes de actuar

Respetar el espacio de las personas con discapacidad

Ser incluyente

Responder con amabilidad y una sonrisa las peticiones de una persona con discapacidad

Evitar términos degradantes, negativos o diminutivos

Respetar el mobiliario y equipo que es especial

Mantener la confidencialidad

Ser paciente

¡Pasemos a explicar cada una de estas normas de cortesía! Las explicaciones estarán acompañadas de ilustraciones que también forman parte del documento mencionado previamente.



La persona con discapacidad antes que cualquier otra cosa es un ser humano, por lo que tiene los mismos derechos y obligaciones que los demás, puede tomar decisiones y asumir consecuencias; la discapacidad es una condición de vida, no una enfermedad, por lo cual lo debe tratar siempre como persona y nunca como enfermo; además, es importante hablarle de acuerdo a su edad.



Al momento de relacionarse con una persona con discapacidad debe de actuar como cuando trata con cualquier otra persona, esto no significa olvidar o ignorar su discapacidad, pues estaría excluyendo una parte esencial en su vida. Tratarlo con naturalidad quiere decir evitar la sobreprotección, mirarlos con miedo, desprecio, curiosidad y/o lástima; en lugar de eso hay que mirarlos de frente y a los ojos



Si detecta que la persona con discapacidad necesita ayuda para ejecutar alguna acción, ofrézcale apoyo antes de realizarlo, si es aceptado pregunte cómo puede ayudar. Siempre diríjase a la persona con discapacidad, no a su acompañante, ayudante o intérprete de lenguaje de señas. Si la ayuda es rechazada, no lo debe tomar como una ofensa.



Todo individuo requiere de un espacio vital para sentirse seguro y cómodo, algunas veces acciones como tomar del brazo a una persona con discapacidad, darle palmadas en la espalda o cabeza, pueden tomarse como una intromisión, lo que provocará inseguridad y posible pérdida de equilibrio.

Antes de entablar contacto físico con una persona ciega o débil visual, es importante decir su nombre y presentar a las personas que se encuentren cerca, así como ofrecer un recorrido por el lugar para que la persona se ubique en el espacio, además de advertir de posibles obstáculos que imposibiliten el acceso o traslado.



Las personas con discapacidad conocen cuáles son sus habilidades y sus limitaciones, por lo tanto son capaces de decidir en cuáles actividades desean participar, no se les debe excluir sólo por pensar que no podrán realizarlas. Nunca hay que subestimar sus posibilidades, ni sobreestimar las dificultades. Hay que procurar colocar a la altura respectiva los elementos a ocupar, éstos deben de estar al alcance de la mano de la persona en la medida de lo posible. Para lograr una mayor integración y una comunicación más directa, debe ubicarse al mismo nivel de la persona con discapacidad (si es de baja estatura o usa silla de ruedas hay que arrodillarse, sentarse en una silla o alejarse un poco), esto para poder mantener contacto visual sin que la persona force el cuello. Todos necesitamos sentirnos aceptados y tener una imagen positiva de nosotros mismos para integrarnos plenamente a la sociedad como miembros activos.



Al tener una solicitud para adaptar un espacio ya sea de manera temporal o definitiva, considérela para hacer la estancia de la persona más placentera y accesible. Al igual que al recibir alguna petición de ayuda, siempre sonría y responda con amabilidad; todos somos diferentes y por ende todos necesitamos de todos. Evite las burlas y la lástima, eso puede dañar la autoestima de la persona. Sin importar la cuestión a tratar, debe manejarse un trato cordial pues hay que recordar que en la manera de pedir está el dar.



Se debe evitar el uso de palabras que puedan hacer menos a la persona como: está condenado o confinado a una silla de ruedas, lisiado, enfermo, etc. Lo correcto es llamarlo por su nombre, aunque si se busca un término adecuado, éste sería “persona con discapacidad”, pero tampoco se debe utilizar para ofender, recuerde que ante todo es una persona. La discapacidad no es contagiosa, la discriminación sí.



Respete los lugares de estacionamientos señalados, mobiliario y equipo que es especial para personas con alguna discapacidad. Si hay teléfonos, mostradores, rampas o sanitarios adecuados para ellos evite utilizarlos, existen por algo y para un fin en específico, por lo que obstruirlos o usarlos inadecuadamente pueden dañarlos. Las sillas de ruedas, bastones, andaderas, scooters y muletas son elementos de movilidad de una persona, evite tocarlos o utilizarlos para fines distintos a los que están destinados, no coloque bolsas o algún otro artículo sobre ellos. Si la persona está acompañada por un perro guía, camine del lado opuesto al can y evite acariciarlo o alimentarlo, pues esto puede desconcentrarlo o hacerle creer que sus actividades laborales han terminado.



Es normal sentir curiosidad o verdadero interés por conocer más a fondo la vida de una persona con discapacidad, pero a pesar de esto se debe respetar la privacidad de esa persona y esperar que él o ella hable de la situación cuando así lo desee.



No se desespere si las acciones o el lenguaje de una persona son lentos, no la interrumpa, ni se adelante a lo que él le quiera decir, deje que termine y si algo no quedó claro no se avergüence de preguntar. Es mejor tener una conversación corta pero concisa a larga y confusa. Si cuando hablamos o damos una instrucción se nos pide repetir nuevamente hágalo de forma cordial y de frente a la persona que lo solicita; si la comunicación aún no es clara, escríbaselo o encuentre otra forma de explicarle la situación.

Ejercicio para realizar y entregar al maestro

Instrucciones: Debes crear un opúsculo orientando a las personas sobre cómo debe ser el servicio al cliente al tratar con las personas de diversidad funcional. Es importante que incluyas ilustraciones y que tu opúsculo sea atractivo.

Día #76

Tema: Película Ratatouille

Hoy estarás observando la película Ratatouille. Hay unas preguntas que debes contestar con el contenido de la película. Espero que disfrutes mientras continúas aprendiendo sobre el servicio.



2- _____

3- _____

Día #77-78

Tema: ¿Quién soy y que tan preparado estoy para servir al cliente? (Tarea de desempeño)

A lo largo de esta lección has aprendido qué es el servicio al cliente y cómo ofrecer un servicio al cliente de calidad. Ahora llegó al momento de analizarte y estudiarte. ¿Qué tan preparado estás para servir al cliente? ¿Cuáles de estas destrezas dominas y cuales necesitas dominar? ¿De que manera est<s trabajando para desarrollar las destrezas de servicio al cliente que aún no tienes desarrolladas.



¿Qué tan orientado al servicio me encuentro?

Ejercicio a realizar para entregar al maestro

Instrucciones: Debes completar cada una de las partes de la tarea de desempeño. Próximamente se enumeran las partes de la tarea acompañadas a su explicación. El trabajo debe estar en formato APA 7ma Edición. Es importante que te orientes con el maestro bibliotecario sobre dicho formato y cumplas con cada una de sus regulaciones.

1. Portada

La portada debe estar en formato APA 7ma Edición

2. Tabla de contenido

En formato APA 7ma Edición

3. Introducción

Explica en qué consiste el trabajo (Mínimo 4 oraciones)

4. ¿Cómo soy?

Debes incluir una foto tuya y explicar cómo eres, describe tu personalidad, habilidades y destrezas que posees en una página.

5. Enriqueciendo mi vocabulario

Escribe un mínimo añade 5 conceptos (conceptos y definiciones) que hayas aprendido a lo largo de esta lección.

6. Destrezas de servicio al cliente desarrolladas y por mejorar

Evalúate. Explica cuáles destrezas del servicio al cliente tienes desarrolladas y cuáles necesitas mejorar. Haz una tabla con un mínimo de 5 destrezas que dominas y 5 destrezas que debes mejorar.

7. Servicio al cliente para las personas con diversidad funcional

Parte A: Con cuál de todas las personas que forman parte de la población con diversidad funcional entiendes que tienes mayor dominio para ofrecer un servicio de excelencia? Explica tu respuesta.

Parte B: Con cuál de todas las personas que forman parte de la población con diversidad funcional entiendes que tienes menor dominio para ofrecer un servicio de excelencia? Explica tu respuesta (porque te sientes con poco dominio y cómo puedes mejorar)

8. ¿Soy una persona servicial?

Explica si te consideras una persona servicial o no y el porqué.

9. ¿Cómo me vestiría al trabajar en servicio al cliente?

Incluye imágenes que representen cómo te presentarías a trabajar en servicio al cliente si la vestimenta requerida fuera la siguiente: Falda o pantalón azul marino, camisa de botones 3/4 o manga larga color blanca, zapatos cerrados negros. Es importante que incluyas imágenes de tu peinado, maquillaje, accesorios, ropa y zapatos.

10. Tipos de clientes

Ahora evalúate como cliente y explica cuál de los tipos de clientes eres.

11. Conclusión

En formato APA, mínimo 4 oraciones. Aquí debes exponer lo que aprendiste al realizar este trabajo.

CLAVES DE RESPUESTA DE EJERCICIOS DE PRÁCTICA

Día 2

1. c

Día 4

1. b
2. b

Día 10

1. apasionado
2. magnífico
3. oportuno
4. responsabilidad

Día 50

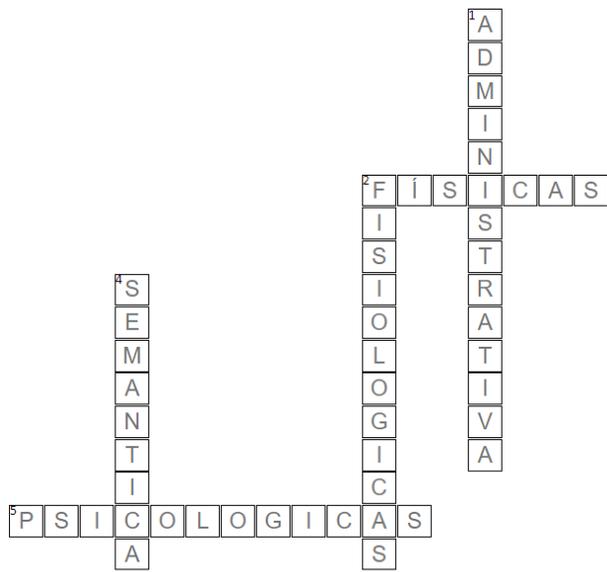
Opciones de comunicación	Empleados solamente	Huéspedes solamente	Ambos
Presencial			X

Día 52

1. Ejemplo del formato a seguir:

- a. Emisor: Juan
- b. Código: Lenguaje verbal
- c. Mensaje: Deseo ir al cine
- d. Canal: Teléfono
- e. Receptor: José
- f. Resumen: Juan desea ir al cine con su amigo José. Procede a invitarlo mediante una llamada telefónica.

Día 58



REFERENCIAS

- Aulet Serrallonga Silvia & Hakobyan Karine. (2011). Turismo religioso y espacios sagrados. 5 de junio de 2020, de Revista Iberoamericana de Turismo Sitio web: <https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- Balarezo, Susana. (2013). Manual de atención al cliente. Recuperado de sitio web: <file:///C:/Users/noel1/Downloads/Manual%20Atenci%C3%B3n%20Cliente.pdf>
- Benavidez, F. (2017). Las 4 c del mercadeo de servicio. Recuperado de sitio web: <https://es.slideshare.net/fbenavidez/las-4-c-del-mercadeo-de-servicios>
- Bonilla Katherine. (2019). ¿Qué es FCCLA?, 4 de junio de 2020, de FCCLA región Bayamón Sitio web: <https://fcclaregionbayamon.weebly.com/sobre-fccla.html>
- Boricuaonline. (2020). Ciudades y pueblos por región. 12 de julio de 2020, de Boricuaonline Sitio web: <https://boricuaonline.com/ciudades-y-pueblos-por-region/>
- Centro Regional de M&D. (2011). Sur de California. 9 de julio de 2020, de Regional Center Sitio web: <http://www.mdregionalcenter.com/acerca-de-nosotros/sur-de-california/sur-de-california/?lang=es>
- Concepto.de (2020). Proceso de comunicación. Recuperado de sitio web: <https://concepto.de/proceso-comunicativo/#ixzz6ZeOv4V81>
- CTPR. (2017). Indicadores de Competitividad de la economía del turismo en Puerto Rico. 5 de junio de 2020, CTPR Sitio web: https://estadisticas.pr/files/BibliotecaVirtual/estadisticas/biblioteca/CTPR/CTPR_ICSMET.pdf
- CTPR. (2020). Sobre CTPR. 16 de junio de 2020, de la Compañía de Turismo de Puerto Rico Sitio web: <https://www.prtourism.com/dnn/Contacto>
- CTPSPR. (2017). Guía sobre la diversidad funcional. Recuperado de sitio web: <http://cptspr.org/wp-content/uploads/2019/02/EnDerechosGuiaJunio2017Imprenta.pdf>
- Curso Proceso de Comunicación. (2020). El Proceso de Comunicación. Recuperado de sitio web: <https://sites.google.com/site/unidadiiproductividadhumana/procesos-de-comunicacion/2-1-el-proceso-de-la-comunicacion>
- DDEC. (2019). 16 de junio de 2020, de Departamento de Desarrollo Económico y Comercio Sitio web: <https://www.ddec.pr.gov/ddec-y-discover-puerto-rico-destacan-contribucion-del-turismo-al-desarrollo-economico-de-la-isla-ante-celebracion-de-la-semana-nacional-de-viajes-y-turismo/>
- Diccionario Oxford. (SF). Defición de acción. Recuperado del sitio web: https://www.google.com/search?q=definicion+de+acciones&rlz=1C1CHBF_enPR829PR829&oq=definicion+de+acciones&aqs=chrome..69i57j0l7.3127j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Diccionario Oxford. (SF). Definición de acción. Recuperado del sitio web:

https://www.google.com/search?safe=strict&rlz=1C1CHBF_enPR829PR829&sxsrf=ALeKk02HjL7PQ4eGsUuRqWOOAWWIH1xBHQ%3A1601573096403&ei=6BB2X4maGM6Q5gK23qHAAQ&q=definicion+de+comprensi%C3%B3n&oq=definicion+de+comprensi%C3%B3n&gs_lcp=CgZwc3ktYWIQAzICCAAYAggAMgIIADICCAAYBggAEBYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB4yBggAEBYQHjIGCAAQFhAeMgYIABAWEB46BAgAEEc6BAgAEEM6BwgAEBQQhwI6BAgAEApQ1N0JWJXwCWDa8QloAHADeACAAY4BiAG2CpIBBDuMTGYAQcGgAQGgAQdnd3Mtd2l6yAEIwAEB&scIent=psy-ab&ved=0ahUKEwiJrvb9JPshVOiFkKHTZvCBgQ4dUDCA0&uact=5

Diccionario Real Academia Española. (2020). Definición de dicción. Recuperado de sitio web:

<https://dle.rae.es/dicci%C3%B3n>

Diferentes Puntos de Vista. (2012). Precusores del turismo. 29 de junio 2020, de Diferentes Puntos de vista Temas relacionados al turismo Sitio web:

<https://diferentespuntosdevistas.wordpress.com/2012/06/08/precusores-del-turismo/>

Educima. (2020). Generador de crucigramas. 10 de junio de 2020 Sitio web:

<https://www.educima.com/wordsearch.php>

Educima. (2020). Generador de sopa de letras. 10 de junio de 2020 Sitio web:

<https://www.educima.com/wordsearch.php>

Entorno Turístico. (2020). ¿Cuáles son los tipos de turismo que existen?. 11 de julio de 2020, de Entorno Turístico Hablemos de turismo Sitio web:

<https://www.entornoturistico.com/cuales-son-los-tipos-de-turismo-que-existen/>

FCCLA. (2020). STAR Events. 10 de junio de 2020, de FCCLA Sitio web:

<https://fcclainc.org/compete/star-events>

Kale, Nine. (2020). Importancia de la dicción. Recuperado de sitio web:

<https://www.importancia.org/diccion.php>

La Enciclopedia en Línea. (2020). César Ritz. 1 de julio de 2020, de Biografías y Vidas Sitio web: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/r/ritz.htm>

La Enciclopedia en Línea. (2020). Thomas Cook. 2 de julio de 2020, de Biografías y Vidas Sitio web: https://www.biografiasyvidas.com/biografia/c/cook_thomas.htm

La Enciclopedia en Línea. (2020). Georges-Auguste Escoffier. 3 de julio de 2020, de Biografías y Vidas Sitio web: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/e/escoffier.htm>

La Enciclopedia en Línea. (2020). George Mortimer Pullmann. 5 de julio de 2020, de Biografías y Vidas Sitio web: <https://www.biografiasyvidas.com/biografia/p/pullmann.htm>

LexJuris Puerto Rico (2004). Ley Núm. 238 del año 2004. Recuperado de sitio web:

<http://www.lexjuris.com/lexlex/leyes2004/lexl2004238.htm#:~:text= Toda%20persona%20 con%20impedimentos%20tendr%C3%A1,al%20ejercer%20sus%20derechos%20civiles.>

Lourido Ruiz Carmen L. (2020). Blog de Hotelería y Servicio al Huésped. Recuperado de sitio web: <https://hospitalidad.wixsite.com/serviciosalhuesped/contact-us>

Mapamundi. (2020). Mapa de Estados Unidos. 6 de julio de 2020, de Mapamundi Sitio web:

<https://mapamundi.online/america/del-norte-norteamerica/estados-unidos-eeuu/>

- Monteclaro. (2020). Certificado en servicios de hospitalidad. 17 de junio de 2020, de Monteclaro Escuela de Hotelería y Artes Culinarias Sitio web: <https://www.monteclaro.edu/asuntos-academicos#certificado-en-servicios-de-hospitalidad>
- National Association of State Administrators of Family and Consumer Sciences (2018). National Standards and Competencies. 13 de julio de 2020, de National Association of State Administrators of Family and Consumer Sciences Sitio web: <http://www.nasafacs.org/national-standards-and-competencies.html>
- National Geographic. (2020). El mayor telescopio del mundo entra en funcionamiento. 13 de julio de 2020, de National Geographic de España Sitio web: https://www.nationalgeographic.com.es/ciencia/actualidad/entra-funcionamiento-mayor-radiotelescopio-mundo_10504
- Norero Fran. (2020). Hotelería post COVID-19: los cambios que veremos en los alojamientos. 10 de julio de 2020, de Datos viajeros Noticias Sitio web: <https://pasaportesindestino.net/hoteleria-post-covid-19-los-cambios-que-veremos/>
- NUC. (2020). Diplomas y Grados Asociados. 16 de junio de 2020, de National University College Sitio web: http://tecnicos.nuc.edu/lps/escuela_de_arte_culinarias/2/?utm_source=Search&utm_medium=TextAD&utm_campaign=Escuela+Artes+Culinarias&utm_term=NEW+Escuela+Artes+Culinarias&utm_keyword=%2Bartes%20%2Bculinarias&utm_content=AD2&lead_source=4PSE136&gclid=CjwKCAjwx9_4BRAHEiwApAt0zkkLzqIjD0AXj_t2ZmVS3zpkhHPzR5A9vPUEYZUbiApNWO5fGJ9dRoCjrcQAvD_BwE
- Orton Toby. (2018). Los hoteles mas grandes de Las Vegas. 7 de julio de 2020, de Oyster Sitio web: <https://www.oyster.com/es/articles/biggest-hotels-in-vegas/>
- Pérez Osorio, Ester M. (2016). Tesis de Maestría Manual de Fundamentos de Nutrición y Alimentación Familiar. Universidad de Puerto Rico, Recinto de Río Piedras.
- Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico. (2020). Oferta académica. 17 de junio de 2020, de Pontificia Universidad Católica de Puerto Rico, Sitio web: <https://www.pucpr.edu/#>
- Puelles Maurolia Lesly Thalia. (2016). Turismo Doméstico. 10 de julio de 2020, de Prezi Sitio web: <https://prezi.com/tu9zqy31ybko/turismo-domestico/>
- Reportur. (2020). Los 4 cambios de los hoteles para atraer al turista post-coronavirus. 11 de julio de 2020, de Reportur el líder turístico colombiano Sitio web: <https://www.reportur.com/colombia/2020/04/23/los-4-cambios-los-hoteles-atraer-al-turista-post-coronavirus/>
- Rodríguez María V., (2012). Diseño de una ruta turística. 15 de julio de 2020, de Enciclopedia virtual Eumed Sitio web: https://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/el_diseno_de_ruta_y_metodologia_a_seguir.html
- Slideshare.net. (2011). Reglas de cortesía y respeto para las personas con discapacidad. Recuperado de sitio web: <https://es.slideshare.net/comunidadunla/reglas-de-cortesia-8750395>

Sue Reynolds Johnny & Chase Dorothy M. (2018). Hospitality Services. Estados Unidos: The Goodheart-Willcox Company, Inc.

Susan Day. (2019). Customer Service Scenarios Your Staff Should Prepare For.
Recuperado de sitio web: <https://connecttotraining.co.uk/customer-service-scenarios/>

UAGM. (2020). José A. (Tony) Santana International School of Hospitality & Culinary Arts. 18 de junio de 2020, de Universidad Ana G. Méndez Sitio web: https://carolina.uagm.edu/hospitality_programs

UPR Carolina. (2020). Escuela de Administración de Hoteles y Restaurantes. 17 de junio de 2020, de UPR Carolina Sitio web: <https://www.uprc.edu/escuela-de-administracion-de-hoteles-y-restaurantes-2/>

US Traveler. (2016). Turismo Médico en Estados Unidos. 8 de julio de 2020, de US Traveler Sitio web: <https://ustraveler.com.mx/2016/09/09/turismo-medico-estados-unidos/>

Venngage. (2016). Precursores del turismo. 30 de junio de 2020, de Venngage Sitio web: <https://venngage.net/p/160728/precursores-del-turismo-rra>

Voy Turistiando. (2020). Check in por tu isla. 12 de julio de 2020, de Voy Turistiando Sitio web: <https://voyturisteando.com/>

Weebly. (2020). Edad Media. 5 de julio de 2020, de Weebly Sitio web: <https://historia-hotelera.weebly.com/edad-media.html>

Enlaces y fechas de recuperación de las imágenes que no son propias

Imagen de mapa de imperio romano recuperada el 29 de junio de 2020
https://www.google.com/search?q=mapa+egipto+roma+y+grecia&safe=strict&rlz=1C1CHBF_enPR829PR829&sxsrf=ALeKk01rBYKPGJifWCClwW3y7JJxM6SK-Q:1593656046330&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwjb_aO0v63qAhVDdt8KHTeeBHQQ_AUoAXoECAwQAw&biw=940&bih=653#imgrc=DnbFiJfI8gSvMM

Imagen de mapa de Nevada EEUU recuperada el 7 de julio de 2020
https://es.123rf.com/photo_13951053_mapa-pol%C3%ADtico-de-estados-unidos-con-los-estados-de-nevada-donde-varios-se-destacaron-.html

Imagen de mapa de Texas EEUU recuperada el el 7 de julio de 2020
<https://sites.google.com/site/clairecunardtexas/home/g>

Imagen de cuevas de Camuy recuperada el 14 de julio de 2020
https://www.elvocero.com/actualidad/multi-aventuras-en-camuy/article_420adf7a-616c-11e9-ac32-9bf1886e2274.html

Imagen de playa de Isabela recuperada el 15 de julio de 2020 <https://laislaoste.com/la-playa-middles-de-isabela-se-lucio-con-poderosas-olas-durante-evento-de-surfing/>

Imagen de radiotelescopio de Arecibo recuperada el 14 de julio de 2020
<http://www.angelfire.com/mb/arecibo/radiotelescopio/>

Imagen abecedario

<https://abcdario.org/>

Imagen no sé

<https://okdiario.com/tecnologia/fin-ya-emoji-decir-no-2628133>

Imagen servicio al cliente

<https://sites.google.com/site/camcarvajal12/home/importancia-del-servicio-al-cliente>

Imagen de inclusión

https://www.pinterest.com/pin/439523244857330085/?nic_v2=1akwS0RuJ

imagen comunicación hotelera

<https://blog.elinsignia.com/2019/06/15/la-comunicacion-dentro-de-la-hoteleria-beherengaray/>

Imagen no

<https://medium.com/@sheirys.ag/no-porque-no-2cb283e899f>

Imagen no 2

<https://mejoratuexitolaboral.com/2015/05/02/pensamientos-toxicos-no-ser-seleccionado-significa-que-soy-un-mal-trabajador/>

Imagen no hablar

https://es.123rf.com/imagenes-de-archivo/prohibido_hablar.html?imgtype=1&alttext=1&orderby=4&sti=ndby00kj5jxh8nppkz/

Imagen de un opúsculo recuperada el 17 de julio de 2020

<https://www.pinterest.es/pin/710654016182228708/>

Imagen de un opúsculo recuperada el 17 de julio de 2020

<https://ar.pinterest.com/pin/294071050654941265/>

Imagen autoritario

<http://comportamiento-org.blogspot.com/2017/01/liderazgo-autocratico-o-autoritario.html>

Imagen tiempo de espera

<https://es.dreamstime.com/el-tiempo-no-espera-nadie-cita-letras-dibujadas-mano-del-vector-frase-inspirada-de-motivaci%C3%B3n-ilustraci%C3%B3n-aislada-en-fondo-image141724650>

Imagen de reclamaciones

<https://www.pdcahome.com/6121/gestion-de-reclamaciones/>

Imagen orque se puerde a los clientes

https://www.pinterest.com/pin/369858188129291434/?nic_v2=1akwS0RuJ

imágenes de trabalenguas

<https://www.mundoprimaria.com/trabalenguas/trabalenguas-dificiles>

Imagen de un lapiz

<https://www.abc.com.py/periodismo-joven/decir-trabalenguas-y-hablar-con-lapiz-en-la-boca-sirven-para-mejorar-la-diccion-1634218.html>

Imagen servicio al cliente

<https://blog.elinsignia.com/2019/06/15/la-comunicacion-dentro-de-la-hoteleria-beherengaray/>

Imagen parafraseo

<https://frases843000317.wordpress.com/2017/11/28/el-parafraseo/>