



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción

CAPACITACIÓN INTEGRAL PARA MUJERES EN ACCIÓN CIMA

INTRODUCCIÓN AL SECTOR DE
HOSPITALIDAD Y TURISMO



1. Introducción	02
2. Reglas del curso	03
3. Temario	04
4. Tema 1. Introducción al turismo	12
5. Tema 2. Servicio y atención a clientes 5 estrellas.....	15
6. Tema 3. Comunicación.....	30
7. Tema 4. Imagen Personal.....	37
8. Tema 5. Iniciativa en el aprendizaje	45
8. Bibliografía.....	50

El Proyecto CIMA (Capacitación Integral de Mujeres en Acción en Español) es implementado por el Trust for the Americas, en alianza con SERAJ (Servicios para la Juventud) y JCC (Jóvenes Constructores de la Comunidad), con el apoyo de la Fundación Conrad N. Fundación Hilton.

Desde 2022, CIMA busca aumentar el bienestar general y la autonomía financiera de mujeres jóvenes entre 16 y 29 años a través de capacitaciones presenciales y/o virtuales sobre habilidades técnicas, para la vida, digitales y de empoderamiento, servicios de tutoría y apoyo.



A través de estos esfuerzos, CIMA apoya la inserción de los participantes al mercado laboral dentro de la industria de la hospitalidad en la Ciudad de México.

OBJETIVO

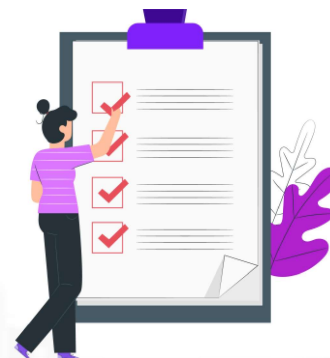
Que las participantes desarrollen sus habilidades de sana convivencia, empatía, respeto mutuo, compromiso y seguridad en sí mismas durante su proceso de capacitación.

1. **Participa no te quedes con dudas**
2. **Respetas la opinión de las demás**
3. **Sé puntual**



¿
Qué reglas
pondrías tú?
?

Introducción al Sector de Hospitalidad y Turismo



TEMA 1. Introducción al turismo

- 1.1 Servicios turísticos
- 1.2 Hoteles
- 1.3 Restaurantes

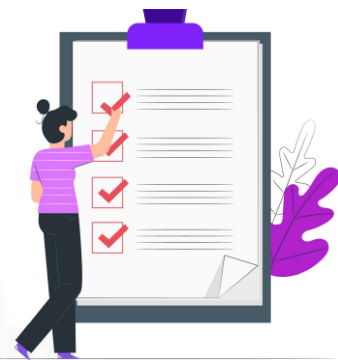
TEMA 2. Servicio y atención a clientes 5 estrellas

- 2.1 La atención y el servicio a clientes
- 2.2 Importancia de la percepción del cliente
- 2.3 Calidad en el servicio
- 2.4 La fidelización del cliente
- 2.5 Perfiles psicológicos de los clientes
- 2.6 Objeciones durante el proceso de atención
- 2.7 Reclamaciones y resoluciones

TEMA 3. Comunicación

- 3.1 La comunicación verbal: mensajes facilitadores
- 3.2 La comunicación no verbal
- 3.4 La comunicación escrita
- 3.5 Barreras de la comunicación
- 3.6 La comunicación en la atención telefónica

Introducción al Sector de Hospitalidad y Turismo



TEMA 4. Imagen Personal

- 4.1 ¿Qué es la imagen?
- 4.2 Importancia de la primera impresión
- 4.3 La importancia de la apariencia personal
- 4.4 Amabilidad y cortesía

TEMA 5. Iniciativa en el aprendizaje

- 5.1 ¿Cuál es la importancia del autoaprendizaje?
- 5.2 Recursos para el autoaprendizaje
- 5.3 Proactividad y trabajo en equipo
- 5.4 Casos de éxito





¿
Qué esperas
del curso
?



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción



Manpower

*Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA*

Introducción al Turismo

El turismo

“Es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas fundamentalmente con motivos de recreación, descanso, cultura o salud, que se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro en el que no ejercen ninguna actividad remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural.”



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción



Manpower

Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA

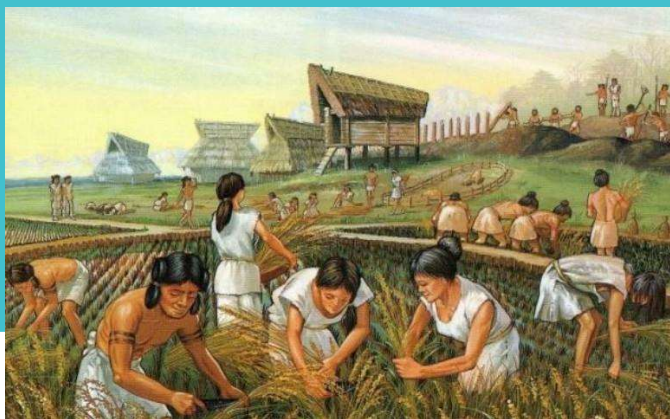
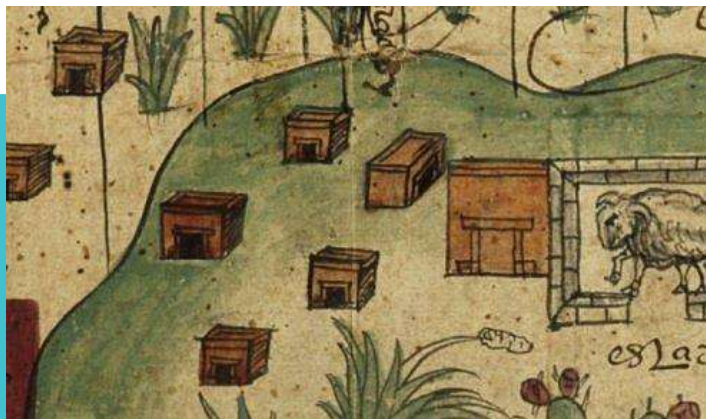
Panorámica Histórica

Los viajes en el México prehispánico tenían la misma naturaleza mundial, el comercio, las peregrinaciones o las guerras.



Panorámica Histórica

Para 1525, surgen en México los primeros establecimientos de hospedaje denominados por los mexicas: Coacallis. Se trataba de construcciones de un solo piso situados normalmente cerca de los mercados o a la entrada de las poblaciones.



Al llegar los colonizadores se construyeron nuevos caminos que los hacían llegar a las minas de oro o plata, o ciudades y puertos. Sólo viajaban los nobles en forma costosa y muy arriesgada.

Servicios turísticos

México y el Turismo

México es un país grandioso que brinda un territorio muy extenso, con una inigualable diversidad de atractivos con enorme riqueza natural y con una gran biodiversidad.

La hospitalidad mexicana es conocida en el mundo entero y está implícita dentro de la cultura como país.



*Cuáles son los
sitios más
visitados en
México*

Discutan en grupo y hagan una lista de 3 lugares que piensan que son los más visitados por los turistas en nuestro país.



Hoteles

Clasificación por estrellas de los hoteles



UNA ESTRELLA: Ofrece lo indispensable.

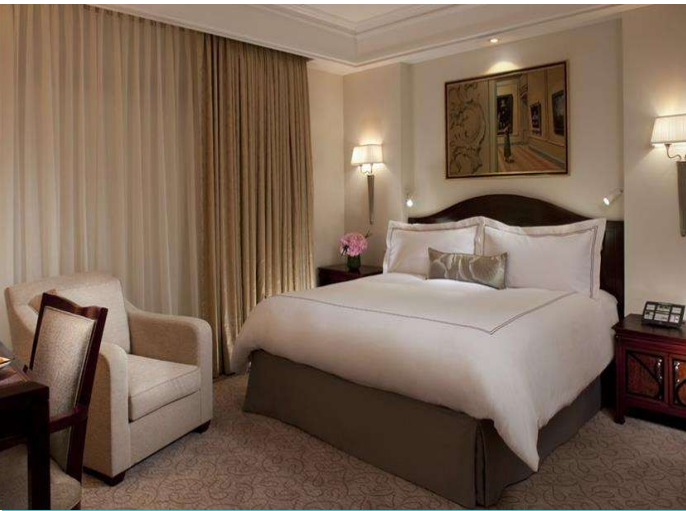
DOS ESTRELLAS: Servicios e infraestructura básicos.

TRES ESTRELLAS: Servicio completo y estandarizado, sin grandes lujos.

CUATRO ESTRELLAS: Instalaciones de lujo y servicio superior.

CINCO ESTRELLAS: Instalaciones y servicios excepcionales.

Califica los siguientes Hoteles



Restaurantes

Clasificación de estrellas

Las estrellas Michelin son el principal sistema de calificación. Los restaurantes se clasifican de cero a tres estrellas.

Las calificaciones se otorgan según la calidad de la cocción, la calidad de los ingredientes, la consistencia y el valor.

El sistema de calificación se define de la siguiente manera:



1 estrella:

“Muy buen restaurante en su categoría”



2 estrellas:

“Excelente cocina, vale la pena un desvío.”



3 estrellas:

“Cocina excepcional, merece un viaje especial”

Servicio y atención a clientes 5 estrellas



La atención y el servicio a clientes



“La atención al cliente no es un departamento, es una actitud”

“Escucho, pienso, realizo...”



- **Escuchar activamente.**



- **Responder intencionadamente.**



- **Actuar con un propósito.**

Cualidades de una persona prestadora de servicios

- Responsable
- Paciencia
- Confianza
- Iniciativa para resolver
- Atención al detalle
- Cuidan el balance entre velocidad y calidad en el servicio



Importancia de la percepción del cliente

La percepción del cliente es la opinión que se forma a través de cada interacción con una compañía de manera directa o indirecta.



Importancia de la percepción del cliente



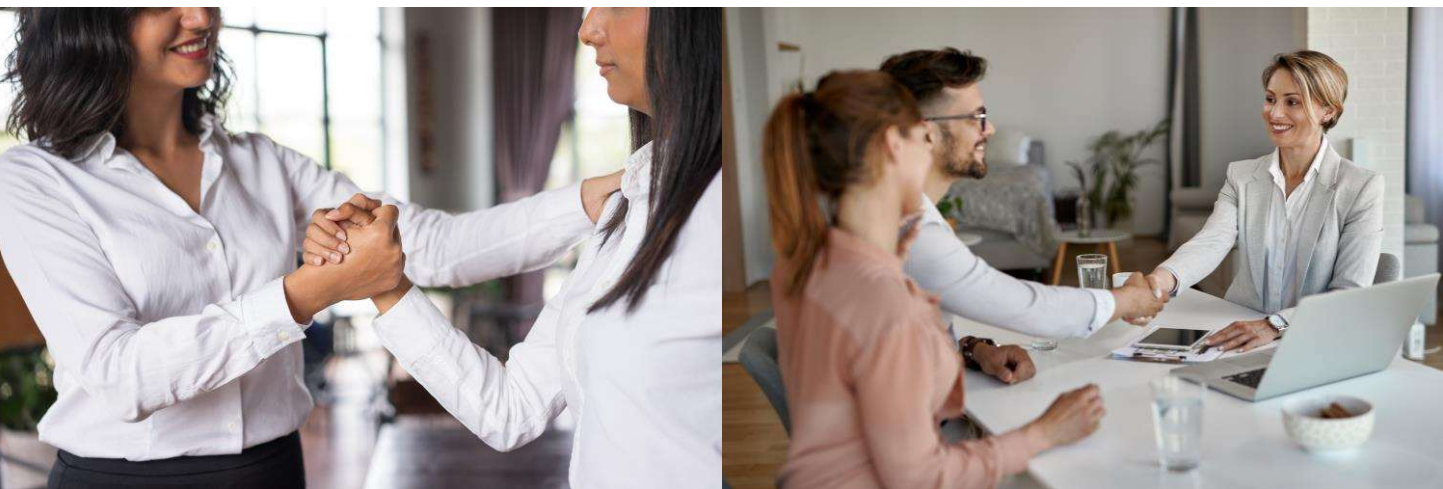
Esta se puede ver afectada por los siguientes elementos:

- 1. Elementos tangibles:** Se refieren al aspecto físico de las instalaciones, maquinaria, herramientas y personal.
- 2. Fiabilidad:** Capacidad para realizar el servicio de forma directa.
- 3. Capacidad de respuesta:** Disposición de la organización para ayudar a los clientes de forma rápida y correcta.
- 4. Profesionalidad:** Contar con las habilidades necesarias y conocimiento para el desarrollo del servicio.



Importancia de la percepción del cliente

5. **Cortesía:** Amabilidad y atención del personal que está en contacto directo con el cliente
6. **Credibilidad:** Honestidad y veracidad en el servicio ofrecido.
7. **Accesibilidad:** Facilidad para contactar a la empresa.
8. **Comunicación:** Informar a los clientes de manera sencilla, así como una correcta retroalimentación.
9. **Comprensión del cliente:** Disposición para conocer las necesidades del cliente.



¿Cómo alcanzar la satisfacción del cliente?

- Comunicación clara y directa
- Honestidad
- Conocimiento del cliente
- Saber escuchar



*¿Y para ti, qué es la
calidad en el servicio?*



Calidad en el servicio



"Es el hábito desarrollado y practicado por una organización para interpretar las necesidades y expectativas de sus clientes y ofrecerles, en consecuencia, un servicio accesible, adecuado, ágil, flexible, apreciable, útil, oportuno, seguro y confiable, aún bajo situaciones imprevistas o ante errores, de tal manera que el cliente se sienta comprometido atendido y servido personalmente, con dedicación y eficacia, y sorprendido con mayor valor al esperado, proporcionando en consecuencia mayores ingresos y menores costos para la organización."



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción

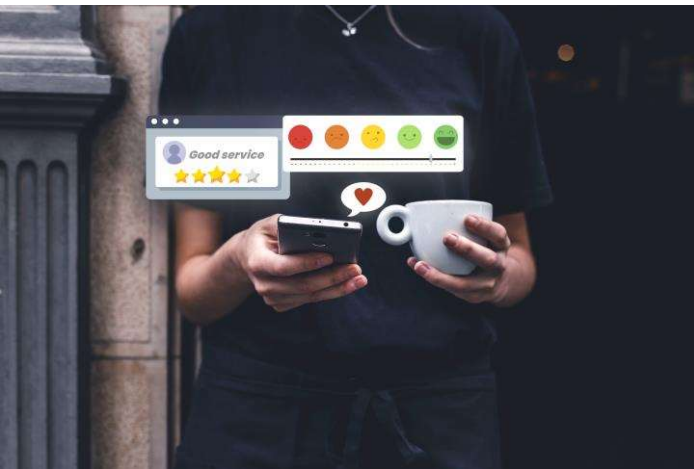


Manpower

*Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA*

La fidelización del cliente

La fidelización del cliente es un proceso que desarrolla una relación positiva entre la empresa y los consumidores.



Se trata de clientes que generan un sentimiento de simpatía por la marca y por la empresa en su conjunto.



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción



Manpower

*Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA*

Perfiles psicológicos de los clientes

Amistoso	Se muestra receptivo, pacífico y da la razón con frecuencia. Tiende a mostrarse un poco indeciso en la compra.
Indeciso	Tiene muchas dudas, por lo tanto, necesita tener información suficiente sobre las alternativas del producto o servicio
Tímido	Evita mirar a los ojos y trata de mantener cierta distancia física.
Polémico	Se siente superior al personal de ventas y presenta deseos de contradecir.
Escéptico	Destaca los aspectos negativos de productos o servicios y se mantiene a la defensiva.
Ocupado	No tiene tiempo o está apresurado y suele estar haciendo operaciones de forma simultánea por tal motivo pueden ser desorganizados.



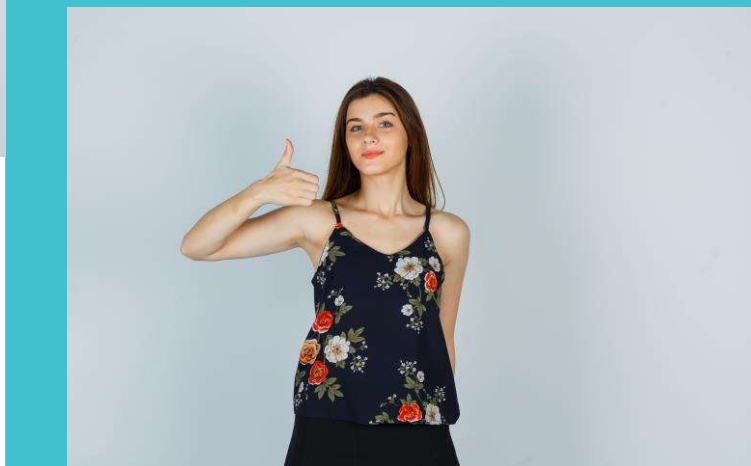
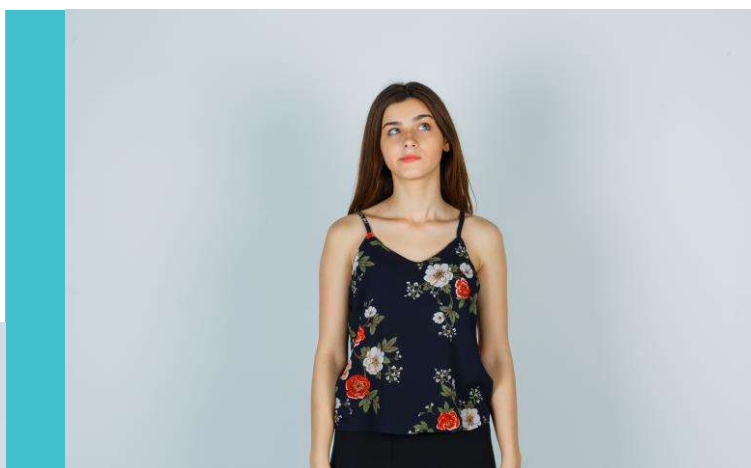
¿Qué tipo de cliente eres?

1. Elige un objeto
2. Imagina que sus características son las de un cliente
3. ¿Qué tipo de cliente sería?



Las objeciones son los obstáculos, “nos” o “peros” de un cliente como respuesta ante nuestra propuesta o servicio.

Forma parte del día a día de cualquier prestador de servicios.



Reclamaciones y resoluciones



La insatisfacción puede expresarse como un malestar, aunque no llega a enojo. Más bien es una petición del consumidor, quien espera que se arregle la relación entre cliente proveedor.

Una reclamación es una invitación a mejorar la calidad de lo que ofreces para así evitar que el cliente se desenamore de tu marca.

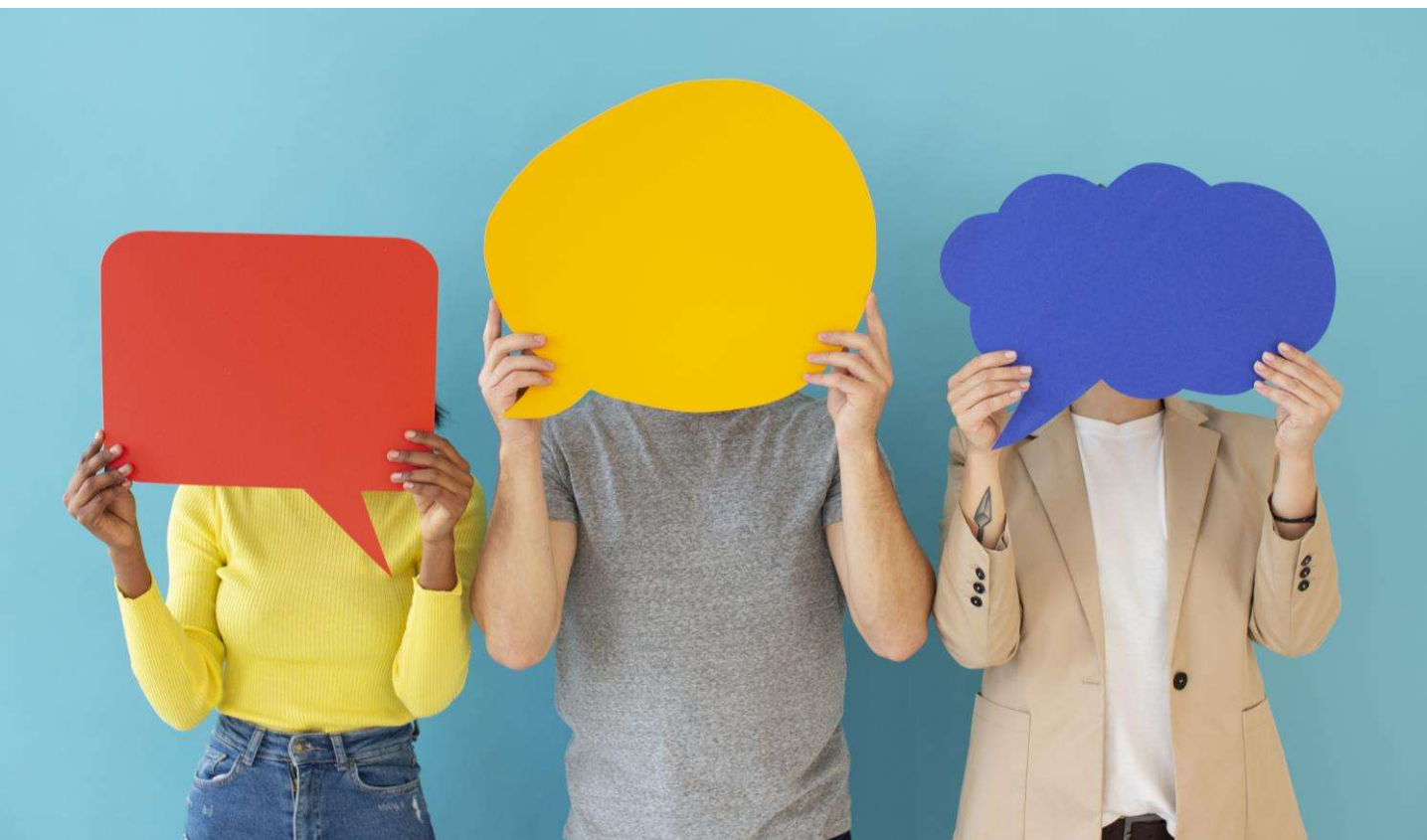
Para ganar cinco estrellas de tus clientes durante toda tu carrera profesional, te recomendamos:

- Da la milla extra; evita decir: “no se puede”.
- Haz maravilloso lo mundano; brinda disculpas sinceras cuando te equivoques.
- Proporciona información adicional sobre oferta de servicios exclusivos.



Comunicación

Introducción



Es un proceso que permite establecer contacto entre las personas para transmitir información, ideas, pensamientos y emociones.

Atributos de la comunicación verbal



Tipos de comunicación

- **Comunicación verbal**

¿A qué crees que nos referimos cuando decimos comunicación verbal?

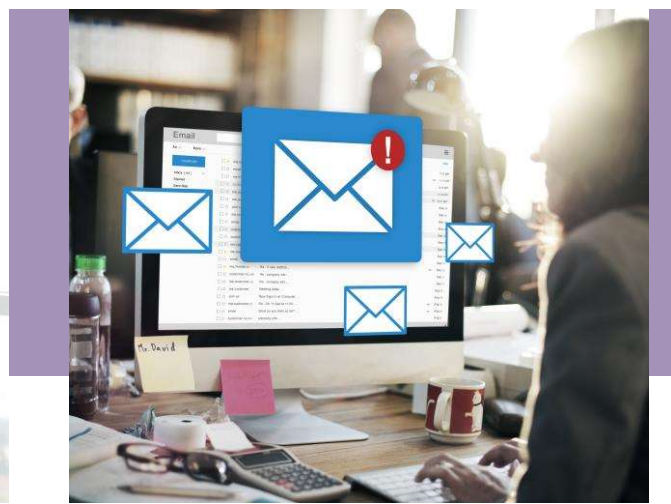
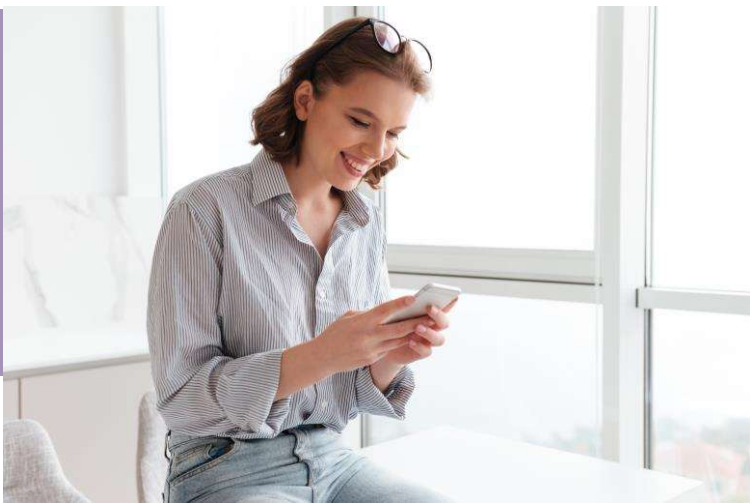


- **Comunicación no verbal**

¿A qué crees que nos referimos cuando decimos comunicación no verbal?

Comunicación escrita

La comunicación escrita es aquella que se establece través de las palabras o de cualquier otro código escrito.



El emisor y receptor deben compartir el conocimiento de ese código en cuestión, para que la comunicación sea efectiva.

Barreras de la comunicación

BARRERAS SEMÁNTICAS

Están relacionadas con el significado de las palabras.

BARRERAS PSICOLÓGICAS

Tienen que ver con el estado emocional o la personalidad.

BARRERAS FISIOLÓGICAS

Determinadas por condiciones médicas o enfermedades transitorias.

BARRERAS FÍSICAS

Están relacionadas con el entorno en el que se encuentran las personas.

BARRERAS ADMINISTRATIVAS

Tiene que ver con los canales a través de los cuales se transmite el mensaje.





La comunicación en la atención telefónica



ESCUCHA ATENTA EN EL TELÉFONO

En la comunicación con los clientes, no sólo requieres mostrar facilidad de palabra y pronunciación clara, sino también debes saber escuchar.

La comunicación en la atención telefónica



ETIQUETA TELEFÓNICA

Es la manera de hablar y dirigirse a un cliente por teléfono. Es importante que todos en la empresa usen la misma etiqueta, es decir el mismo tono, frases, información y educación.

Imagen Personal

¿Qué es la imagen?

El 93% de la primera impresión depende de la apariencia



La imagen personal se transmite con la expresión del cuerpo, la voz, el rostro la vestimenta a través de colores y tejidos o texturas.

La importancia de la primera impresión



La primera impresión suele perdurar a lo largo del tiempo. De hecho, en muy pocas ocasiones, tenemos la posibilidad de cambiar lo que los demás perciben la primera vez que nos conocen.

Es por esto que es tan importante causar una muy buena primera impresión, sin importar que estemos aspirando a un puesto de trabajo, conociendo nuevas personas o cerrando un negocio.



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción



Manpower[®]

*Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA*

¿Qué proyectan las personas?

Deberás responder preguntándote:

¿En qué trabaja?

¿Qué pensaría un cliente al verla?

¿Crees que la imagen hable del trabajo de la persona o por qué es importante cuidarla?



¿Qué importancia tiene el autoconocimiento?

Saber realmente quién soy.

Identificar cómo reacciono ante las dificultades: estrés.



Cómo reformular planes y vivencias, mi autoimagen y valoración.

Conocer qué es lo que quiero y lo que no.

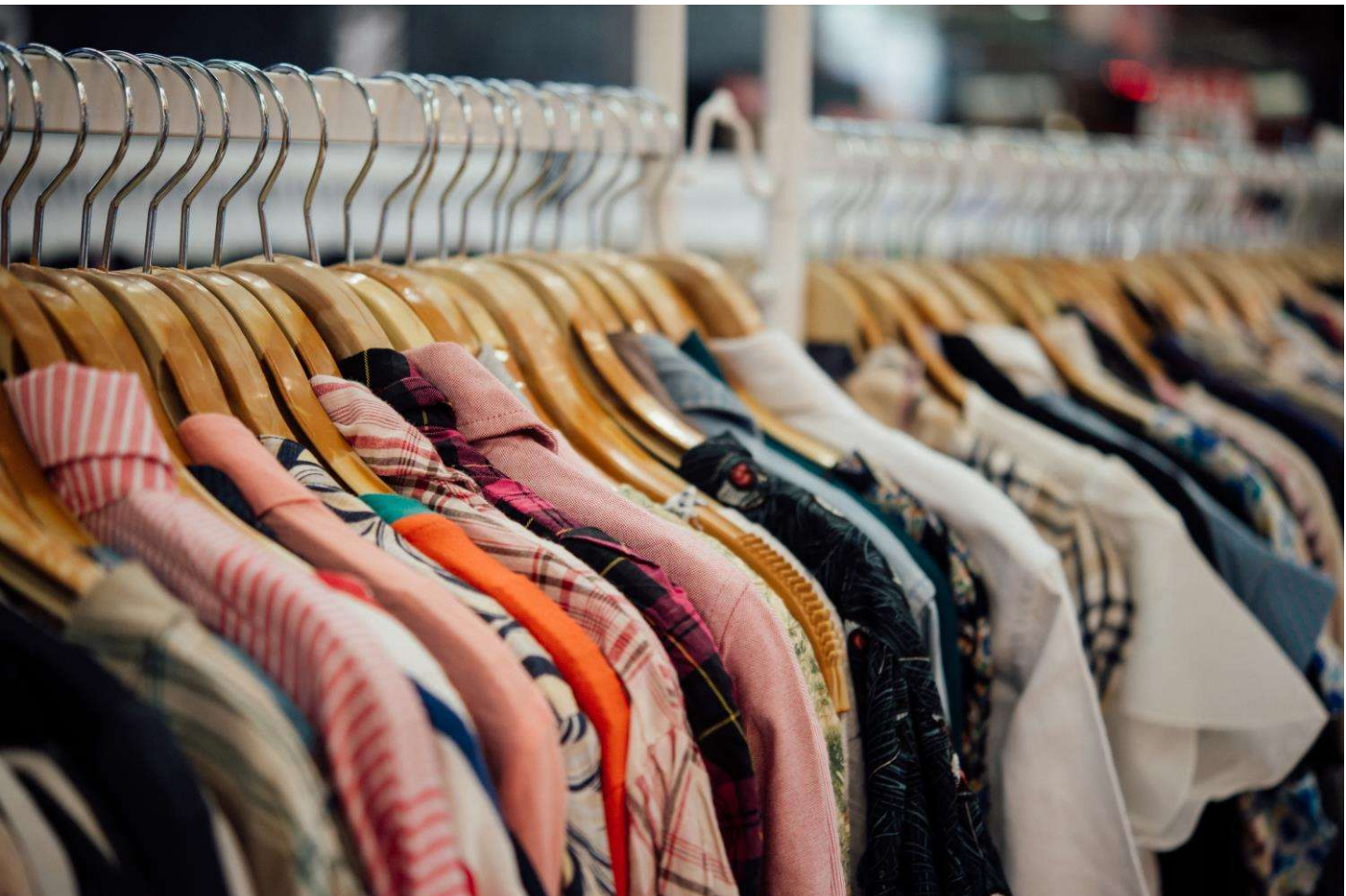
Resulta más sencillo trazar objetivos, metas y planes.

La importancia de la apariencia personal

La vestimenta para cualquier tipo de trabajo tiene que ser...

FAC

FUNCIONAL + ACERTADA + CÓMODA



Algunos consejos de imagen personal



- Infórmate sobre la empresa a la que vas a entrar.
- Que tu vestimenta vaya acorde con la imagen y el puesto donde quieres trabajar.
- Aprende a combinarte las prendas y complementos.
- La discreción será tu mejor aliada.
- Tu imagen transmite tus valores.



cima
Capacitación Integral para
Mujeres en Acción



Manpower[®]

*Capacitación Integral
para Mujeres en Acción CIMA*

No olvides los puntos importantes del cuidado personal...



- Cuidado del cabello



- Cuidado del rostro



- Cuidado de las manos



- Cuidado del calzado

Amabilidad y cortesía

- Dar la bienvenida al huésped.
- Saludar.
- Sonreír.
- Poner atención a la palabra del cliente.



- Ver a los ojos y de frente.
- Tratar al cliente con respeto y de usted.
- Al hablar con el huésped hacerlo en forma amable y cortés.

Iniciativa en el aprendizaje

¿Cuál es la importancia del autoaprendizaje?

La importancia de desarrollar el aprendizaje autónomo reside en que la persona que lo practique se formará de manera constante, reforzará así sus habilidades y se volverá más competitiva en el ámbito laboral.



Recursos para el aprendizaje

Métodos populares de toma de notas que puedes incorporar en tu proceso de autoaprendizaje



- Mapas mentales
- Mapas conceptuales

También puedes utilizar videos:

- YouTube Aprendizaje
- TEDx
- Google videos

Plan de autoaprendizaje

Elige un tema que quieras aprender o un proyecto que desees emprender y responde a las preguntas del cuadrante: ¿Qué? (quiero aprender realizar) ¿Cómo, ¿Por qué?, ¿Para qué? y ¿Cuál será el proyecto práctico?

¿Por qué?	¿Para qué?
¿Qué?	
¿Cómo?	Proyecto práctico

Recuerda que ser proactivo significa tomar el control de los acontecimientos en vez de quedarse mirando cómo suceden las cosas.



¿ Y tú cómo demuestras tu proactividad y trabajo en equipo en tu vida laboral?

¿Y a ti qué es lo que te motiva cada día para ser mejor?



**Cuando te encuentres desmotivada
recuerda esta página**

Moreno Acevedo (2021) *Revista Península Vol 16, No 2, UNAM, La historia del turismo en México. Primeros destinos, primeros turistas, México.*

El turismo. Capítulo 3 El Sector hotelero

1. DOI: <https://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/8805/cap3.pdf>

Luis Barragán del Río, *Hotelería*, 2 edición. México Instituto Politécnico Nacional. 1999

Luis Lesur, *Manual de meseros y capitanes una guía paso a paso*, México editorial Trillas 2003.

Báez. S (1999) *Hotelería (5ª reimpresión)* México CECOSA.

SECTUR. (1997) *Manual del puesto de camarista*

Moreno Acevedo (2021) *Revista Península Vol 16, No 2, UNAM, La historia del turismo en México. Primeros destinos, primeros turistas, México.*

INEGI (2021) *Colección de estudios sectoriales y regionales. Conociendo la Industria Restaurantera.*

Organización Mundial del Turismo (2019), *Definiciones de turismo de la OMT*, OMT, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

¡FELICIDADES!

Has terminado tu curso de capacitación



címa

*Capacitación Integral para
Mujeres en Acción*

Gracias por tu dedicación y esfuerzo, recuerda que ahora cuentas con los conocimientos necesarios para trabajar en cualquier actividad que requiera las habilidades que has adquirido.

¡TE DESEAMOS MUCHO ÉXITO!