

PORTADA



PRESENTACIÓN

El documento que se presenta a continuación es uno de los productos que contempla el desarrollo de traducciones formativas modulares en el marco del proyecto “Levantamiento de Perfiles Ocupacionales Críticos y Desarrollo de Material Formativo para el Clúster de Turismo de Intereses Especiales”.

Este documento incluye:

- Perfil del Gestor de Turismo de Negocios, el cual define el área ocupacional, unidades de competencias y contexto de competencia.
- Módulos formativos, el cual contempla orientaciones para el instructor y/o tutor, desarrollo y definición del perfil, objetivo y desarrollo de los contenidos los cuales integran aprendizajes esperados, actividades, ejemplo, evaluación, indicaciones para el instructor y/o tutor y duración.

La estructura modular se establece de acuerdo a las competencias del perfil, estableciendo un orden secuencial de complejidad en la aplicación de la competencia. Cabe señalar que los módulos al integrarse pueden corresponder a distintos niveles de avance en el contexto de una carrera.

En definitiva, este material servirá de apoyo para las personas y empresas que en un futuro deseen capacitarse y certificarse en base a competencias laborales y también para los tutores que participen en este proceso de formación.

MÓDULOS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIA

G E S T O R D E T U R I S M O D E N E G O C I O S



>> GESTOR DE TURISMO DE NEGOCIOS/ Módulos de Formación

ESQUEMA GENERAL DE FORMACION

GESTOR DE TURISMO DE NEGOCIOS

MÓDULO I	MÓDULO II	MÓDULO III
Planificar estrategia de comercialización	Implementar estrategia de comercialización	Gestionar proveedores

UNIDADES DE FORMACION

Prospectar y evaluar oportunidades de negocio	Desarrollar actividades del plan comercial	Identificar y contactar proveedores
Diseñar estrategia comercial	Evaluar y retroalimentar actividades del plan comercial	Realizar seguimiento y evaluación de proveedores



ÍNDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES	6
ORIENTACIÓN PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR	7
DEFINICIÓN DE PERFILES	8
Perfil del participante	
Perfil Ocupacional	
Perfil del Instructor y/o tutor	
DESARROLLO DEL PERFIL	9
	9
Requisitos de entrada	
Aprendizaje esperado de los módulos	9
Materiales a disposición del participante	9
Estrategia formativa	9
Criterio de evaluación	9
Requisitos de egreso	9
MÓDULO 1: PLANIFICAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN	10
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	10
UNIDAD 1.1 Prospeccionar y evaluar oportunidades de negocio	11
UNIDAD 1.2 Diseñar estrategia comercial	13
MÓDULO 2: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL	16
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	16
UNIDAD 2.1 Desarrollar actividades del plan comercial	17
UNIDAD 2.2 Evaluar y retroalimentar actividades del plan comercial	19
MÓDULO 3: GESTIONAR PROVEEDORES	21
CUADRO SINÓPTICO Y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	21
UNIDAD 3.1 Identificar y contactar proveedores.	22
UNIDAD 3.2 Realizar seguimiento y evaluación de proveedores	24



INTRODUCCIÓN A LAS COMPETENCIAS LABORALES

Las competencias laborales pueden ser definidas como un conjunto identificable y evaluable de capacidades que permiten un desempeño satisfactorio en situaciones reales de trabajo, de acuerdo a los estándares levantados y validados por una organización. De esta manera, en el concepto de competencia se integra el conocimiento y la acción.

Las organizaciones exitosas hoy en día reconocen que invertir en el desarrollo de las personas resulta clave para el logro de sus objetivos estratégicos. Al identificar las competencias técnicas y conductuales de diferentes cargos, se asegura información suficiente y objetiva acerca de los saberes vinculados con el desempeño que deben desarrollar los/as colaboradores/as, siendo factible por ende incrementar la productividad y competitividad general. Por su parte, para los/as trabajadores/as este sistema supone un medio validado que les permite asumir una responsabilidad personal para aprender ante situaciones no previstas y desarrollar actitudes que complementan su desempeño técnico, demostrando los conocimientos y experiencias adquiridos a lo largo de su trayectoria laboral, lo que incrementa su empleabilidad y movilidad laboral. En este contexto, la **formación modular basada en competencias** o **formación por competencias** es una metodología flexible que responde al escenario actual, en el que los/as trabajadores/as deben tener la capacidad de prever o resolver los problemas que se les presentan, proponer mejoras para resolverlos y prevenir situaciones análogas, tomar decisiones y estar involucrados/as en mayor o menor grado en la planificación, control y auto-evaluación de sus actividades laborales.

Dentro de los modelos pedagógicos más recientes, se plantea que, para mejorar la pertinencia y relevancia de la capacitación por competencias es necesario enfatizar el aprendizaje y no el puesto y orientarse hacia la búsqueda de aprendizajes más significativos, es decir, del aprender haciendo. En definitiva, se pretende reconocer la práctica como recurso para consolidar lo que sabe, poner en acción lo que sabe y desarrollar capacidades para aprender más.

ORIENTACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

Un módulo, a diferencia de una forma de organización curricular tradicional, propone un recorrido, un guión, un argumento a desarrollar configurado por las problemáticas del campo profesional que se van trabajando y en torno a las cuales se articulan los contenidos.

Cada unidad de competencia expresa funciones que tiene a su cargo el/la trabajador/a, o la función en la cual participa con un protagonismo significativo. La unidad de competencia representa el conjunto de los desempeños que involucran a un/a trabajador/a para alcanzar determinados resultados productivos. A fin de concretar este conjunto de desempeños y de resolver los problemas productivos que se le presentan, el/la trabajador/a moviliza e integra saberes, técnicas, conocimientos, esquemas de acción y valores para dar respuesta exitosa a la demanda. En el momento de diseñar la estructura de un currículum, el módulo como unidad de enseñanza tendrá en cuenta la formación de una, o de varias capacidades que den soporte al desarrollo de las competencias que se requieren para desempeñar la función productiva que se expresa en la unidad de competencia. Por esta razón, la estructura curricular no establece una correspondencia unívoca entre los módulos formativos y las unidades de competencia. Para formar a un/a trabajador/a en las competencias que requiere una unidad de competencia, la propuesta pedagógica ofrece más de un módulos formativos.

Las organizaciones están adoptando la formación modular como una estrategia de desarrollo de las personas, donde la inversión en capacitación apunta preferencialmente a cerrar brechas de competencia y no a la ejecución de acciones aisladas de capacitación. En síntesis el diseño curricular basado en competencias tiene las siguientes características:

1. Las capacidades que constituyen los objetivos generales del diseño curricular, son inferidas a partir de los elementos de competencia.
2. Adopta una estructura modular.
3. Desarrolla un enfoque integrador respecto de todas sus dimensiones.
4. Tiende a la integración de capacidades, de contenidos, de teoría y de práctica, de actividades y de evaluación.
5. Los criterios para la aprobación de los distintos módulos se basan en los criterios de evaluación establecidos en el estándar de competencia.
6. Adopta para su desarrollo un enfoque de enseñanza-aprendizaje significativo.

DEFINICIÓN DE PERFILES

PERFIL DEL PARTICIPANTE

El participante, deberá tener principalmente habilidades para prospectar constantemente nuevas oportunidades de negocios contando además con la capacidad de concretar las oportunidades identificadas, para lo cual debe manejar técnicas de negociación y un lenguaje apropiado, tanto verbal como no verbal. Conjuntamente el participante se destacara por poseer habilidades de coordinación de información respecto a materiales y recursos propicios para la actividad, para apoyar el proceso de implementación de la estrategia comercial todo para lograr el liderazgo necesario que requiere un gestor de turismo de negocio en su área de trabajo.

PERFIL OCUPACIONAL

Persona que se desempeña en organizaciones públicas y/o privadas, cuyas funciones están orientadas a promover y posicionar el país y sus diferentes ciudades como destino para reuniones, congresos, ferias y eventos de todo tipo, así como también facilitar la información y conocimientos pertinentes para la captura y realización exitosa de los eventos.

PERFIL DEL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

El instructor y/o tutor que imparta los módulos asociados al perfil, deberá manejar en teoría y práctica el diseño e implementación de estrategias de comercialización, planificación y marketing, conjuntamente dominar las técnicas comunicacionales y de negociación, temas técnicos asociados al desarrollo de los módulos, como el dominio computacional, a su vez manejar procesos de gestión de proveedores y administración de personal, todo asociado a los aspectos relevantes de la actividad que desarrolla un gestor de turismo de negocio en su área de trabajo.



DESARROLLO DEL PERFIL

REQUISITOS DE ENTRADA	El participante de los módulos deberá manejar conocimientos básicos de identificación de oportunidades, generación de estrategias de comercialización, dominio de programas computacionales, manejo de inglés avanzado, técnicas de negociación, técnicas de venta, gestión de proveedores, administración de personal, habilidades comunicacionales apropiadas para el trabajo directo con clientes, habilidades para el trabajo en equipo, entre otras.
APRENDIZAJE ESPERADO DE LOS MÓDULOS	Se espera que el participante desarrolle en su totalidad los módulos que constituyen el perfil de Gestor de Turismo de Negocios logrando los siguientes aspectos: 1. Adquiera los conocimientos especificados en cada una de las unidades de los módulos en base de las horas teóricas. 2. Ponga en práctica los conocimientos ya adquiridos, en base a las horas prácticas de los módulos. Esto se traduce en destrezas, pericias, talento, aptitudes, maestría, etc. 3. Logre prospectar oportunidades y diseñar e implementar de forma eficiente estrategias de comercialización para las mismas, en base a las horas teóricas y prácticas ya realizadas.
MATERIALES A DISPOSICIÓN DEL PARTICIPANTE	Se deberá disponer para el participante, salas en donde se desarrollen los talleres presenciales. A su vez se trabajará las horas prácticas en terreno.
ESTRATEGIA FORMATIVA	Los Módulos formativos asociados al perfil se llevarán a cabo por medio de talleres presenciales, los cuales incluirán horas teóricas y prácticas que se especifican en el desarrollo de cada módulo, conjunto con las actividades asociadas.
CRITERIOS DE EVALUACIÓN	Se basarán en la adquisición de evidencias físicas y observables que el participante generara una vez desarrollado cada una de las unidades de los módulos, en su modalidad de talleres prácticos, involucrados en el perfil.
REQUISITOS DE EGRESO	Aprobación de cada uno de los contenidos por unidad de los módulos, basándose en los criterios de evaluación establecidos para el desarrollo de los módulos y las metodologías de cada una de las actividades desarrolladas

MÓDULO I: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO

Proporcionar la información y técnicas para que el participante del módulo adquiera los conocimientos para diseñar estrategia de comercialización.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO I DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

1.1 Prospear y evaluar oportunidades de negocio.		Aprendizaje esperado de la unidad	1.2 Diseñar estrategia comercial		Aprendizaje esperado de la unidad
A. Revisión de Estrategia de Marketing o plan de acción ligado al turismo de negocios de la empresa en la cual se desempeña.		Se espera que el participante una vez concluida esta unidad, domine los aspectos críticos necesarios para realizar procesos de prospección de oportunidades de negocios asertivos.	A. Diseñar estrategia comercial según oportunidades detectadas.		Se espera que el participante una vez concluida la unidad, domine las técnicas necesarias para diseñar y planificar una estrategia comercial asociada a las oportunidades de negocios identificadas.
B. Prospear oportunidades de negocios nacionales e internacionales según criterios definidos por la empresa.			B. Determinar proveedores asociados a las oportunidades o necesidades detectadas.		
C. Realizar un análisis de factibilidad de las posibles actividades de Turismo de Negocio a realizarse en el destino o ciudad en la cual se desenvuelve el profesional.			C. Presupuestar actividades derivadas de la estrategia comercial con su respectiva previsión de ventas de plan comercial.		
			D. Diseñar herramientas de evaluación con sus correspondientes indicadores de gestión de las actividades del plan comercial (presentadas v/s aprobadas).		
			E. Presentar Estrategia Comercial con su respectivo presupuesto a la dirección correspondiente dentro de la organización que se desempeña para su retroalimentación y posterior validación.		
DURACION TOTAL: 40 horas pedagógicas					
HORAS TEÓRICAS	8		HORAS TEÓRICAS		8
HORAS PRÁCTICAS	12		HORAS PRÁCTICAS		12

MÓDULO 1: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD 1.1 PROSPECTAR Y EVALUAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. REVISIÓN DE ESTRATEGIA DE MARKETING O PLAN DE ACCIÓN LIGADO AL TURISMO DE NEGOCIOS DE LA EMPRESA EN LA CUAL SE DESEMPEÑA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de realizar un análisis detallado de la estrategia de marketing.	I. A Analizar estrategia de marketing.	<i>Revisar y analizar en detalle la estrategia de marketing y planes de acción asociados al turismo de negocios de la empresa, una vez realizado el análisis, completar el documento que plasme los lineamientos estratégicos que deben ser considerados en la identificación de nuevos negocios y generar conclusiones al respecto.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega del documento donde se ratifica que el participante esta en pleno conocimiento y entendimiento de las líneas de acción de la empresa respecto las nuevas oportunidades de negocios.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar las herramientas y técnicas para que el participante logre identificar y analizar de forma detallada los aspectos clave de la estrategia de marketing.
B. DEFINIR CRITERIOS DE BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de definir los criterios alineados con la estrategia empresarial para la búsqueda de nuevas oportunidades de negocios.	I. B Determinar criterios para la búsqueda de oportunidades de nuevos negocios	<i>Determinar criterios de búsqueda de oportunidades de negocios para la organización en la que se desempeña el participante.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega del documento donde se ratifica que el participante es capaz de definir criterios de selección de nuevas oportunidades de negocios para la organización en la que se desempeña.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir a los participantes respecto a las técnicas para la determinación de criterios de búsqueda y selección de oportunidades de nuevos negocios.
C. PROSPECTAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS NACIONALES E INTERNACIONALES SEGÚN CRITERIOS DEFINIDOS POR LA EMPRESA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará las metodologías de prospección de oportunidades de negocios guiándose por los criterios definidos.	I. C Prospear oportunidades de negocio nacionales.	<i>Realizar prospección de al menos 1 oportunidad de negocio a nivel nacional de acuerdo a los criterios definidos en la actividad anterior</i>	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega de un documento donde se plasman las oportunidades prospectadas y las acciones realizadas para llegar a ellas.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir a los participantes respecto a las metodologías de prospección de oportunidades que se encuentren alineadas con ciertos criterios.

>> GESTOR DE TURISMO DE NEGOCIOS/ Módulos de Formación

MÓDULO I: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD I.1 PROSPECTAR Y EVALUAR OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
D. REALIZAR UN ANÁLISIS DE FACTIBILIDAD DE LAS POSIBLES ACTIVIDADES DE TURISMO DE NEGOCIO A REALIZARSE EN EL DESTINO O CIUDAD EN LA CUAL SE DESENVUELVE EL PROFESIONAL.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de evaluar la factibilidad técnica y económica de realizar diversos tipos de actividades en un determinado destino.	I. D Realizar factibilidad técnico-económica de realizar una determinada actividad en el destino en el cual se desenvuelve el profesional.	<i>Realizar un estudio de factibilidad técnico-económica de realizar una convención minera en Antofagasta.</i>	Se evaluara mediante la evidencia física, de la entrega del documento donde se ratifica que el participante esta en las condiciones de realizar un estudio de factibilidad técnico-económica de cualquier tipo de evento en cualquier destino.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar las herramientas y metodologías de evaluación técnica y comercial de la realización de eventos en diferentes destinos.

MÓDULO 1: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIA COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. DISEÑAR ESTRATEGIA COMERCIAL SEGÚN OPORTUNIDADES DETECTADAS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará las herramientas y técnicas para el diseño de estrategias comerciales, siendo capaz de utilizarlas de manera adecuada.	I. A Crear estrategia comercial.	Generar estrategia comercial dirigida a las oportunidades de negocios identificadas. Esta deberá considerar al menos: 1.- Objetivos 2.- Productos o servicios a ofrecer. 3.-Análisis de la situación 4.-FODA 5.- Estrategias y tácticas a utilizar.	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega del documento donde se ratifica que el participante logro hacer uso de las herramientas enseñadas, el cual deberá contar con lo mínimo establecido por la actividad	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar a los participantes las herramientas y técnicas necesarias para el diseño de una estrategia comercial apropiada para el desarrollo de las oportunidades detectadas.
B. DETERMINAR PROVEEDORES ASOCIADOS A LAS OPORTUNIDADES O NECESIDADES DETECTADAS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará las técnicas para el levantamiento de requerimientos técnicos que involucra la implementación del plan comercial y los mecanismos para una adecuada identificación de proveedores	I.B Identificar requerimientos técnicos y de proveedores.	Fabricar planilla Excel para la identificación de las especificaciones técnicas necesarias para la implementación del plan comercial, una vez realizado esto se determinará que proveedores cuentan con las capacidades para satisfacer dichas necesidades.	Se evaluará mediante la evidencia física, de la entrega del documento donde se detallen las especificaciones técnicas y los proveedores asociados identificados.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar a los participantes las técnicas de levantamiento de requerimientos técnicos y enfatizar en la necesidad de realizar esta actividad ya que esta permite identificar que proveedores específicos cumplen los requisitos para proveer de los servicios requeridos.

MÓDULO 1: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIA COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. PRESUPUESTAR ACTIVIDADES DERIVADAS DE LA ESTRATEGIA COMERCIAL CON SU RESPECTIVA PREVISIÓN DE VENTAS DE PLAN COMERCIAL.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de planificar los costos y presupuestos relacionados con el plan comercial.	I. C Elaborar presupuesto.	Elaborar presupuesto asociado al plan comercial, identificando al menos: 1.- Costos 2.- Costos e ingresos de ventas 3.- Márgenes. 4.- Determinación de presupuestos por actividad y área.	Se evaluara mediante la evidencia física, de la entrega de un informe donde se ratifica que el participante es capaz de identificar los costos asociados al plan comercial y de presupuestar las actividades.	El instructor y/o tutor del módulo, deberá instruir a los participantes acerca de la importancia de prever con antelación todos los costos asociados al plan comercial así como también los diferentes presupuestos que se asignaran a la actividades a ejecutar.
D. DISEÑAR HERRAMIENTAS DE EVALUACIÓN CON SUS CORRESPONDIENTES INDICADORES DE GESTIÓN DE LAS ACTIVIDADES DEL PLAN COMERCIAL (PRESENTADAS V/S APROBADAS).	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará los conocimientos necesarios para desarrollar herramientas de evaluación y control de las actividades del plan comercial.	I. D Elaborar herramientas de evaluación	Elaborar una herramienta de evaluación y control de actividades del plan comercial, generando indicadores de gestión que permitan medir la eficacia de cada una de las acciones realizadas.	Se evaluara mediante la evidencia física, de la generación de un documento que describa detalladamente la herramienta de evaluación diseñada y sus indicadores de gestión. El documento deberá contar con lo mínimo establecido por la actividad	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar a los participantes los conocimientos necesarios para la el diseño de mecanismos de evaluación y control, así como también insistir en la importancia de contar con indicadores de gestión que permitan determinar que las tareas programadas se realicen de la forma, método y tiempo previsto.

MÓDULO 1: DISEÑAR ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIA COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
E. PRESENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL CON SU RESPECTIVO PRESUPUESTO A LA DIRECCIÓN CORRESPONDIENTE DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN QUE SE DESEMPEÑA PARA SU RETROALIMENTACIÓN Y POSTERIOR VALIDACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de estructurar y presentar la estrategia comercial de forma coherente para que sus superiores evalúen el potencial de ejecutar dicha estrategia, permitiendo aprovechar las oportunidades de negocio detectadas	I. E Presentar estrategia comercial.	Elaborar una presentación adecuada que permita exponer de forma precisa y clara, a la organización, el plan comercial generado.	Se evaluara mediante la evidencia audiovisual, donde el participante expondrá el plan comercial diseñado para lograr persuadir a la organización de que es conveniente su ejecución.-	El instructor y/o tutor del módulo, deberá entregar a los participantes las técnicas adecuada para elaborar una presentación que contenga los aspectos más relevantes para la toma de decisiones respecto al plan comercial.

MÓDULO II: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar las herramientas y técnicas necesarias para implementar estrategia comercial.

CUADRO SINÓPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 2: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

2.1 Desarrollar actividades del plan comercial		Aprendizaje esperado de la unidad	2.2 Evaluar y retroalimentar actividades del plan comercial		Aprendizaje esperado de la unidad
A.	Coordinar y ejecutar actividades de negocios turísticos aprobadas.	Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine técnicas necesarias para coordinar y ejecutar actividades de negocios y aplique técnicas negociación para integrar a proveedores en propuestas aprobadas y para atraer nuevos clientes.	A.	Monitorear e evaluar las actividades y/o servicios entregados durante la ejecución de la actividad(es) de (los) negocio(s) turístico(s) adjudicado(s) usando los métodos de evaluación definidas en el diseño del plan comercial.	Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine las técnicas necesarias para evaluar la ejecución de las actividades adjudicadas aplicando herramientas de seguimiento y control.
B.	Contactar y/o visitar clientes nacionales y extranjeros para ofrecer servicios.		B.	Monitorear y evaluar el desempeño de los proveedores asociadas a la entrega de servicios ofrecida por el gestor mediante la aplicación de las herramientas definidas en el plan comercial.	
C.	Contactar proveedores para presupuestar, coordinar y ejecutar la actividad de negocio turístico adjudicado.		C.	Revisar y presentar resultados a superiores de la empresa para analizar resultados y realizar ajustes si es necesario.	
DURACION TOTAL: 40 horas pedagógicas					
HORAS TEÓRICAS		8	HORAS TEÓRICAS		8
HORAS PRÁCTICAS		12	HORAS PRÁCTICAS		12

MÓDULO II: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD 2.I DESARROLLAR ACTIVIDADES DEL PLAN COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. COORDINAR Y EJECUTAR ACTIVIDADES DE NEGOCIOS TURÍSTICOS APROBADAS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante dominará las herramientas necesarias para la organización de la ejecución de las actividades del negocio turístico a realizar, así como también manejar las técnicas comunicacionales adecuadas para transmitir de forma clara y precisa las acciones que debe realizar cada actor involucrado.	I. A Desarrollar el trabajo a realizar mediante la instrucción al equipo ejecutor.	<i>Generar reunión de trabajo, con el equipo ejecutor de las actividades a realizar, y entregar en dicha instancia la información apropiadas mediante la presentación de las actividades a ejecutar. La presentación contara como mínimo con la siguiente información:</i> 1. Descripción de la actividad. 2. Plazos. 3. Rol del equipo 4. Responsables 5. Recursos disponibles.	Se evaluará mediante la obtención de evidencias físicas de la presentación generada para exponer al equipo de trabajo, el cual deberá contar con lo mínimo establecido por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, indicar a los participantes la importancia de realizar una buena coordinación de las actividades a ejecutar, ya que esto es crítico para lograr una buena ejecución de la actividad de negocio turístico a realizar. También se deben entregar técnicas de comunicacionales adecuadas para informar al proveedor su rol en la ejecución.
B. CONTACTAR Y/O VISITAR CLIENTES NACIONALES Y EXTRANJEROS PARA OFRECER SERVICIOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante sabrá establecer los mecanismos de contacto adecuados con clientes nacionales e internacionales para ofrecer servicios así como también planificar y organizar visitas directas al cliente.	I. B Identificar, contactar y visitar a clientes.	<i>Se realizara una identificación de clientes a contactar, para posteriormente efectuar el contacto y una visita. Luego se desarrollará un documento:</i> 1. Clientes identificados 2. Descripción de primer contacto realizado. 3. Minuta de reuniones sostenidas.	Se evaluará mediante la obtención de evidencias físicas del documento desarrollado, el cual deberá contar con lo mínimo establecido por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, indicar a los participantes la importancia de realizar una buena coordinación de las actividades a ejecutar, ya que esto es crítico para lograr una buena ejecución de la actividad de negocio turístico a realizar.

MÓDULO II: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD 2.1 DESARROLLAR ACTIVIDADES DEL PLAN COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. CONTACTAR PROVEEDORES PARA PRESUPUESTAR, COORDINAR Y EJECUTAR LA ACTIVIDAD DE NEGOCIO TURÍSTICO ADJUDICADO	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ser capaz de interactuar con los proveedores pertinentes para solicitar la información necesaria que permita la elaboración de presupuestos y coordinación los servicios a utilizar.	I. C. Recopilar información relevante de proveedores y contacto para ejecución de actividades.	<p><i>Contacto con proveedores pertinentes de los cuales se deberá obtener al menos la siguiente información:</i></p> <p>1.- Presupuestos</p> <p>2.- Productos</p> <p>3.- Mecanismos de trabajo.</p> <p><i>Una vez seleccionados los proveedores con quienes se ejecutará el negocio turístico, se coordinarán las actividades a ejecutar por cada proveedor.</i></p>	Se evaluará mediante la obtención de evidencias físicas del desarrollo de un informe, el cual deberá contar con lo mínimo establecido por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, indicar a los participantes la importancia de realizar buen levantamiento y manejo de información relevante de proveedores, debiendo proveer además de mecanismos de vinculación adecuados que permitan una coordinación efectiva de la ejecución de las actividades que le corresponde realizar.

MÓDULO II: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD 2.2 EVALUAR Y RETROALIMENTAR ACTIVIDADES DEL PLAN COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. MONITOREAR E EVALUAR LAS ACTIVIDADES Y/O SERVICIOS ENTREGADOS DURANTE LA EJECUCIÓN DE LA ACTIVIDAD(ES) DE (LOS) NEGOCIO(S) TURÍSTICO(S) ADJUDICADO(S) USANDO LOS MÉTODOS DE EVALUACIÓN DEFINIDAS EN EL DISEÑO DEL PLAN COMERCIAL.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará los mecanismos de control y evaluación de la ejecución de las actividades siguiendo los métodos y criterios de evaluación establecidos en la estrategia de comercialización, siendo capaz de generar acciones correctivas en los casos de desviación de las actividades.	I.A Controlar y evaluar actividades in situ.	<i>Desarrollar un Check list adecuado para cada actividad a ejecutar detallándose:</i> 1. Características de la actividad 2. Plazos 3. Actores involucrados 4. Responsable 5. Recursos disponibles 6. Resultados esperados	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física del check list el cual deberá cumplir con lo mínimo exigido por la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo deberá insistir en la importancia de establecer acciones de monitoreo y evaluación de forma constante ya que ellas permitirán detectar desviaciones y la generación de medidas correctivas para velar por el éxito del negocio turístico realizado.
B. MONITOREAR Y EVALUAR EL DESEMPEÑO DE LOS PROVEEDORES ASOCIADAS A LA ENTREGA DE SERVICIOS OFRECIDA POR EL GESTOR MEDIANTE LA APLICACIÓN DE LAS HERRAMIENTAS DEFINIDAS EN EL PLAN COMERCIAL.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará los mecanismos para controlar y evaluar el desempeño de los proveedores involucrados en la ejecución de las actividades siguiendo los métodos y criterios de evaluación establecidos en la estrategia de comercialización.	I. B Aplicar herramientas de monitoreo y evaluación de desempeño a proveedores.	Se realizará la aplicación de las herramientas de monitoreo y evaluación de desempeño de los proveedores definidas en el plan comercial. Esta permitirá al gestor emitir una opinión basada en resultados respecto a al desempeño del proveedor.	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física de un reporte de la aplicación de la evaluación, el cual deberá cumplir con lo mínimo exigido por la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo deberá insistir en la importancia de establecer acciones de monitoreo y evaluación de forma constante ya que ellas permitirán detectar desviaciones y la generación de medidas correctivas para velar por el éxito del negocio turístico realizado.

MÓDULO II: IMPLEMENTAR ESTRATEGIA COMERCIAL

UNIDAD 2.2 EVALUAR Y RETROALIMENTAR ACTIVIDADES DEL PLAN COMERCIAL

DURACIÓN:
20 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. REVISAR Y PRESENTAR RESULTADOS A SUPERIORES DE LA EMPRESA PARA ANALIZAR RESULTADOS Y REALIZAR AJUSTES SI ES NECESARIO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante desarrollará la capacidad de revisar y analizar los resultados de la gestión de negocios turísticos liderados por él, para informarlos a sus superiores.	I. C. Generar informe de resultados.	<i>Generar informe escrito dirigido a los superiores respecto a los resultados de las evaluaciones realizadas tanto a la ejecución de las actividades como a los proveedores, emitiendo conclusiones objetivas respecto a los resultados de la gestión de los negocios liderados por él.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física de la entrega de un informe y también de manera audiovisual en la exposición oral de dicho informe.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes en la estructuración de un informe de evaluación, análisis e interpretación de resultados y la generación de conclusiones objetivas y con autocritica respecto a la ejecución de las actividades y al desempeño de los proveedores.

MÓDULO III: GESTIONAR PROVEEDORES

OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionar las técnicas y herramientas necesarias para gestionar proveedores necesarios para realizar actividades de turismo de negocio en Chile.

CUADRO SINOPTICO UNIDADES DEL MÓDULO 3: GESTIONAR PROVEEDORES

3.1 Identificar y contactar proveedores	Aprendizaje esperado de la unidad	3.2 Realizar seguimiento y evaluación de proveedores	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Levantar información técnica de proveedores de acuerdo a los requisitos necesarios para desarrollar con éxito las oportunidades de negocios turísticos detectados.</p> <p>B. Solicitar presupuestos a proveedores con sus respectivas formas de pago y facilidades para el desarrollo de las propuestas determinadas como oportunidades de negocios.</p> <p>C. Reunirse con las organizaciones adecuadas para entregar un buen servicio</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad maneje las herramientas y técnicas de selección de proveedores.</p>	<p>A. Realizar seguimiento y evaluación de los actores que forman parte de la red de servicios que entrega el gestor.</p> <p>B. Realizar acciones de seguimiento y capitalización de los proveedores que formaron parte de la red de servicios que entrega el gestor.</p> <p>C. Informar los resultados de la evaluación y seguimiento de los proveedores a superiores de la empresa.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida la unidad domine las herramientas y técnicas para evaluar, calificar y controlar a los proveedores que forman parte de su red de servicios.</p>
DURACION TOTAL: 36 horas pedagógicas			
HORAS TEÓRICAS	8	HORAS TEÓRICAS	8
HORAS PRÁCTICAS	10	HORAS PRÁCTICAS	10

MÓDULO III: GESTIONAR PROVEEDORES

UNIDAD 3.1 IDENTIFICAR Y CONTACTAR PROVEEDORES

DURACIÓN:
18 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. LEVANTAR INFORMACIÓN TÉCNICA DE PROVEEDORES DE ACUERDO A LOS REQUISITOS NECESARIOS PARA DESARROLLAR CON ÉXITO LAS OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS TURÍSTICOS DETECTADOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante debe ser capaz de identificar a todos los proveedores que cumplan con las condiciones técnicas necesarias para desarrollar los negocios identificados.	I. A Generar Planilla de caracterización de proveedores y levantamiento de información acorde a la planilla generada.	<i>Fabricar en Excel una planilla estándar con los parámetros técnicos relevantes a catastrar de los proveedores y realizar un levantamiento de proveedores para efectuar una convención de acuicultura en la Región de los Lagos.</i> <i>Esta deberá ser presentada como un documento anexado en una carpeta que contendrá toda la información relevante referente a los proveedores.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física tanto de la planilla generada como de la carpeta donde se contendrá la información levantada.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes sobre las metodologías para definir parámetros relevantes, así como también metodologías y técnicas de levantamiento de información.
B. SOLICITAR PRESUPUESTOS A PROVEEDORES CON SUS RESPECTIVAS FORMAS DE PAGO Y FACILIDADES PARA EL DESARROLLO DE LAS PROPUESTAS DETERMINADAS COMO OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará técnicas comunicacionales necesarias para contactar a los proveedores y solicitar la información económica, así como también manejará conceptos básicos de optimización de los recursos económicos.	I. B Contactar a proveedores para solicitar información y realizar análisis comparativo de las propuestas recibidas.	<i>Definir mecanismo de comunicación para solicitar información a los proveedores y contactarlos a través del mecanismo definido. También se debe generar un cuadro comparativo de los presupuestos recibidos. Se solicita que se especifique al menos:</i> <i>1. Nombre del proveedor.</i> <i>2. Contacto.</i> <i>3. Especificaciones técnicas de la oferta.</i> <i>4. Oferta económica.</i> <i>5. Formas de pago.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física de la entrega de un informe, el cual deberá contar con lo mínimo requerido por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes respecto a las mejores técnicas de comunicación para solicitar información y en la relevancia de comparar precios y calidad entre los proveedores de una misma área, para realizar un mapeo óptimo de los recursos disponibles.

MÓDULO III: GESTIONAR PROVEEDORES

UNIDAD 3.I IDENTIFICAR Y CONTACTAR PROVEEDORES

DURACIÓN:
18 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. REUNIRSE CON LAS ORGANIZACIONES ADECUADAS PARA ENTREGAR UN BUEN SERVICIO	Una vez desarrollado el contenido, el participante manejará técnicas de negociación necesarias para contactar a los proveedores y alinearlos con los objetivos de la propuesta para velar por la factibilidad económica y calidad de los servicios que son necesarios para la realización del evento.	I. C Generar reuniones de negocio con proveedores	<i>Coordinar reunión con proveedor de sonido y analizar en esta la oferta y demanda del servicio. Generar un informe especificando los detalles de los acuerdos tomados en la reunión, tales como:</i> 1.- Datos del proveedor. 2.- Oferta Realizada. 3.- Oferta Aceptada. 4.- Observaciones de la reunión.	Se evaluará mediante la evidencia física de la entrega de un informe que deberá cumplir con lo mínimo propuesto por la actividad.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes respecto a las mejores técnicas para la negociación con proveedores.

MÓDULO III: GESTIONAR PROVEEDORES

UNIDAD 3.2 REALIZAR SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

DURACIÓN:
18 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. REALIZAR SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE LOS ACTORES QUE FORMAN PARTE DE LA RED DE SERVICIOS QUE ENTREGA EL GESTOR.	Una vez desarrollado el contenido, el participante adquirirá las herramientas y técnicas de seguimiento y evaluación de sus proveedores.	I. A Verificar y evaluar el cumplimiento de las actividades comprometidas por parte del proveedor.	<i>Desarrollar un Check list adecuado para cada proveedor. Este deberá contener al menos:</i> <i>7. Descripción de productos o servicios comprometidos.</i> <i>8. Plazos.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física del check list el cual deberá cumplir con lo mínimo exigido por la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, otorgar a los participantes las herramientas y técnicas de evaluación necesarias para realizar seguimiento y evaluación de sus proveedores, entregando también métodos de corrección cuando las evaluaciones no sean acorde a lo que el gestor espera.
B. REALIZAR ACCIONES DE SEGUIMIENTO Y CAPITALIZACIÓN DE LOS PROVEEDORES QUE FORMARON PARTE DE LA RED DE SERVICIOS QUE ENTREGA EL GESTOR.	Una vez desarrollado el contenido, el participante adquirirá habilidades para planificar y ejecutar acciones de seguimiento y capitalización de los proveedores que formaron parte del servicio entregado por el gestor.	I. B Planificar e implementar un plan de acciones de seguimiento.	<i>Realizar la planificación de las acciones de seguimiento que permitan al participante evaluar la gestión de los proveedores involucrados en una determinada actividad y que faciliten la mantención de la relación de negocios en virtud de la mutua conveniencia en el largo plazo.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física de la entrega de un informe, que deberá cumplir con lo mínimo exigido por la actividad sugerida.	El instructor y/o tutor del módulo deberá, entregar las herramientas y técnicas necesarias para que el participante desarrolle habilidades para planificar e implementar acciones de seguimiento, así como también generar los vínculos adecuados para mantener la red de negocios constantemente.

MÓDULO III: GESTIONAR PROVEEDORES

UNIDAD 3.2 REALIZAR SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES

DURACIÓN:
18 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. INFORMAR LOS RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN Y SEGUIMIENTO DE LOS PROVEEDORES A SUPERIORES DE LA EMPRESA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante tendrá la capacidad de comunicar de manera oral y escrita los resultados de la evaluación de los proveedores utilizados en la ejecución de las actividades de negocios turísticos	I. C Generar informe escrito de evaluación de los proveedores.	<i>Generar informe escrito de los resultados de las evaluaciones realizadas a los proveedores, el cual debe ser presentado en una exposición a sus superiores.</i>	Se evaluará mediante la obtención de evidencia física de la entrega de un informe y también de manera audiovisual en la exposición oral de dicho informe.	El instructor y/o tutor del módulo deberá instruir a los participantes en la estructuración de un informe de evaluación, análisis e interpretación de resultados y la generación de conclusiones respecto al desempeño de los proveedores.