

# 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 de Revenue Manager, 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.

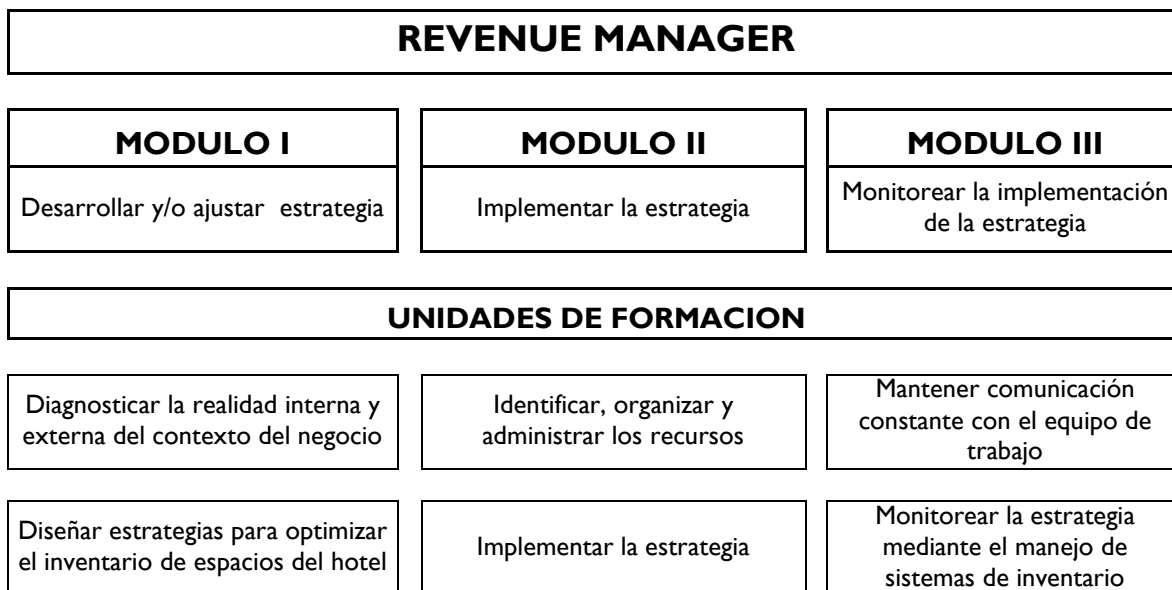
En definitiva, este material servirá de apoyo para las personas y empresas que en un futuro deseen capacitarse y certificarse en base a competencias laborales y también para los tutores que participen en este proceso de formación.

# MÓDULOS DE FORMACIÓN POR COMPETENCIA

## REVENUE MANAGER

---

## ESQUEMA GENERAL DE FORMACION





## 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
Requisito de entrada	
Aprendizaje esperado de los módulos	
Material a disposición del participante	
Estrategia formativa	
Criterio de evolución	
Requisito de salida	
MÓDULO 1: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA	10
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	10
UNIDAD 1.1 Diagnosticar la realidad interna y externa del contexto del negocio	11
UNIDAD 1.2 Diseñar estrategias para optimizar el inventario de espacios del hotel.	15
MÓDULO 2: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA	
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	19
UNIDAD 2.1 Identificar, organizar y administrar los recursos.	20
UNIDAD 2.2 Implementar la estrategia.	22
MÓDULO 3: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA	
CUADRO SINÓPTICO y OBJETIVO PRINCIPAL DEL MÓDULO	25
UNIDAD 3.1 Mantener comunicación constante con el equipo de trabajo	26
UNIDAD 3.2 Monitorear la estrategia mediante el manejo de sistemas de inventario.	29

## 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 la capacidad de análisis para trabajar con la interrelación de la información recopilada. Deberá ser una persona metódica que sea capaz de seguir un ordenamiento lógico en su proceder, deber además ser proactivo para prevenir problemas que se pueden presentar en la implementación de la estrategia fruto de factores internos y externos. Debe tener capacidad de liderazgo y habilidades comunicacionales ya que sus labores se desenvuelven en un contexto de interrelación con equipos de distintos departamentos.

### PERFIL OCUPACIONAL

El Revenue Manager se desempeña en hoteles independientes como en aquellos pertenecientes a cadenas hoteleras. Generalmente la filosofía del Revenue Management es implantada en hoteles con un gran número de habitaciones en que necesitan medidas estratégicas para maximizar el ingreso por habitación a través de la gestión de precios e inventario.

### PERFIL DEL INSTRUCTOR Y/O TUTOR

El instructor y/o tutor que imparta el modulo deberá manejar temas relacionados con la filosofía y la aplicación de las técnicas de Revenue Management, orientando a los participantes a la adopción de estrategias adaptadas a la realidad y requerimientos de cada hotel que se gestiona. Debe tener experiencia en el manejo de Software de Revenue Management y conocimientos de los indicadores relacionados a la medición de los impactos derivados de la implantación del Revenue en la optimización del inventario y tarifas. (Ocupación, precio medio, ingresos por habitación disponible (Rev Par) y el beneficio operativo bruto por habitación disponible (GopPar).





## DESARROLLO DEL PERFIL

<b>REQUISITOS DE ENTRADA</b>	<p>Debe manejar conocimientos genéricos de turismo y específicos en lo relacionado al funcionamiento de la industria hotelera y sus canales de comercialización.</p> <p>De suma importancia es que esta persona conozca el funcionamiento y la filosofía del Revenue Management. Asimismo debe manejar información sobre el comportamiento de la oferta, la demanda y la competencia en la hotelería. Además debe dominar un segundo idioma, de preferencia Inglés.</p>
<b>APRENDIZAJE ESPERADO DE LOS MÓDULO</b>	<p>Se espera que el participante desarrolle en su totalidad los módulos que constituyen el perfil de Informador Turístico logrando los siguientes aspectos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Adquiera los conocimientos especificados en cada una de las unidades de los módulos en base de las horas teóricas.</li> <li>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.</li> <li>3. Logre gestionar el inventario y las tarifas sobre la base del análisis de la información interna y externa apoyándose para ello en la utilización de software de Revenue Management.</li> </ol>
<b>MATERIALES A DISPOSICIÓN DEL PARTICIPANTE</b>	<p>Se deberá disponer para el participante, salas en donde se desarrollen los talleres presenciales. A su vez se trabajará las horas prácticas en terreno y en su puesto de trabajo.</p>
<b>ESTRATEGIA FORMATIVA</b>	<p>Los Módulos formativos asociados al perfil se llevaran a cabo por medio de talleres presenciales, los cuales incluirán horas teóricas y prácticas que se especifican en el desarrollo de cada modulo, conjunto con las actividades asociadas.</p>
<b>CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>	<p>Se basaran en la adquisición de evidencias físicas y observables que el participante generara una vez desarrollado cada una de las unidades del los módulos, en su modalidad de talleres prácticos, involucrados en el perfil.</p>
<b>REQUISITOS DE EGRESO</b>	<p>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</p>

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### OBJETIVO PRINCIPAL DEL MODULO

Proporcionar los conocimientos necesarios para que el participante logre elaborar y ajustar la estrategia relativa a la gestión del inventario y las tarifas del hotel.

#### CUADRO SINOPTICO UNIDADES DEL MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

I.1 Diagnosticar la realidad interna y externa del contexto del negocio	Aprendizaje esperado de la unidad	I.2 Diseñar estrategias para optimizar el inventario de espacios del hotel	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Identificar y obtener antecedentes relevantes al negocio disponibles en fuentes de información interna y externa.</p> <p>B. Recopilar, sistematizar y seleccionar la información para ser incluida dentro del diagnóstico.</p> <p>C. Elaborar directrices para orientar al personal del departamento de Revenue Management en mecanismos de búsqueda y análisis de la información.</p> <p>D. Obtener información de los distintos departamentos del hotel.</p> <p>E. Registrar y archivar la información para futuros usos cuando sea apropiado y de acuerdo con las políticas corporativas.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad cuente con las orientaciones necesarias para identificar las tendencias de mercado en relación a la demanda y oferta de productos y servicios asociados al negocio hotelero.</p>	<p>A. Considerar la filosofía institucional y las políticas comerciales de la empresa para la elaboración de la estrategia.</p> <p>B. Investigar, actualizar y mantenerse informado de los distintos precios de la competencia y del comportamiento de los distintos segmentos de mercado.</p> <p>C. Obtener conclusiones en relación a los niveles de ocupación presentes en los registros históricos del hotel.</p> <p>D. Identificar y seleccionar los canales de distribución más apropiados para la venta del producto.</p> <p>E. Prever cambios en la demanda y formular cursos de acción alternativos ante eventuales factores externos que pudiesen afectar la estrategia.</p> <p>F. Considerar los costos actuales y las variaciones proyectadas.</p> <p>G. Analizar el comportamiento de consumo de los clientes actuales para el desarrollo de promociones especiales.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad sea capaz de poner en práctica las herramientas entregadas para la elaboración de la estrategia para optimizar la asignación del inventario de espacios del hotel.</p>
<b>DURACION TOTAL: 26 horas pedagógicas</b>			

HORAS TEÓRICAS	6
HORAS PRÁCTICAS	6

HORAS TEÓRICAS	7
HORAS PRÁCTICAS	7

>> REVENUE MANAGER/ Módulos de Formación

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD I.1 DIAGNOSTICAR LA REALIDAD INTERNA Y EXTERNA DEL CONTEXTO DEL NEGOCIO.

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. IDENTIFICAR Y OBTENER ANTECEDENTES RELEVANTES AL NEGOCIO DISPONIBLES EN FUENTES DE INFORMACIÓN INTERNA Y EXTERNA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá identificar y discriminar las fuentes de información que sean de utilidad para la toma de decisiones.	I.A Identificar y manejar información relevante respecto a la demanda, oferta, a la competencia y a factores externos que pueden afectar directa e indirectamente la ocupación en el hotel.	<p><i>En el caso de que el hotel pertenezca a una cadena, el participante deberá seleccionar la información relevante a su gestión que se encuentre en los reportes que generados desde la casa matriz del hotel.</i></p> <p><i>En ellos encontrará información de diversos acontecimientos que se traducirán, en factores positivos o negativos para la gestión del precio inventario en el hotel.</i></p>	Se evaluará mediante el desarrollo los informes de diagnóstico que el participante ha elaborado a lo largo de su desempeño laboral, en ocasiones tales como las reuniones con el director de finanzas y el director comercial del hotel.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá dar a conocer a los participantes los distintos mecanismos y fuentes de información para la obtención de información relevante y válida para fundamentar cualquier decisión relativa a su gestión en el hotel.

>> REVENUE MANAGER/ Módulos de Formación

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD I.1 DIAGNOSTICAR LA REALIDAD INTERNA Y EXTERNA DEL CONTEXTO DEL NEGOCIO.

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
B. RECOPIRAR, SISTEMATIZAR Y SELECCIONAR LA INFORMACIÓN PARA SER INCLUIDA DENTRO DEL DIAGNÓSTICO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá ordenar, clasificar y disponer de la información necesaria para el desarrollo de su trabajo.	I.B. Realizar una base de datos con antecedentes sobre el crecimiento de la demanda, de la oferta	<i>La sistematización de la información relativa a tendencias en las tarifas de las plazas permitirá determinar una acertada asignación de precios al inventario del hotel</i>	Se evaluará mediante la evidencia de algún reporte de análisis de factores internos y externos para respaldar la elaboración y diseño de estrategias.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá aclarar, como clasificar la información de relevancia para el desarrollo del trabajo.

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD I.1 DIAGNOSTICAR LA REALIDAD INTERNA Y EXTERNA DEL CONTEXTO DEL NEGOCIO.

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. ELABORAR DIRECTRICES PARA ORIENTAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE REVENUE MANAGEMENT EN MECANISMOS DE BÚSQUEDA Y ANÁLISIS INFORMACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante sea capaz de identificar y estandarizar los parámetros para la búsqueda y análisis de información relevante a su gestión.	I.C Elaborar un listado con las fuentes de información utilizadas para la investigación y una pauta con criterios para el análisis de la información.	<i>Obtener datos de oferta y demanda de fuentes oficiales (SERNATUR, DGAC, etc.), así como de nuevos hoteles que abren en la plaza.</i>	Se evaluará mediante la metodología de análisis de casos, en donde el participante deberá extraer la información que considere relevante para la asignación del inventario.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá indicar cuáles pueden ser las variables de mayor incidencia para la formulación de la estrategia en lo contingente y para planes futuros que necesiten de datos históricos
D. OBTENER INFORMACIÓN DE LOS DISTINTOS DEPARTAMENTOS DEL HOTEL.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante sea capaz de identificar las áreas que se relacionan con el departamento del Revenue Management.	I.D elaborar un diagrama de funcionamiento del departamento de Revenue management	<i>Plasmar en el diagrama las interrelaciones y recursos que el Revenue Manager requiere de las áreas de reservas, recepción marketing y ventas.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física del esquema.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá propiciar que los participantes practiquen la elaboración de diagramas de flujo.

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD I.1 DIAGNOSTICAR LA REALIDAD INTERNA Y EXTERNA DEL CONTEXTO DEL NEGOCIO.

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
E. REGISTRAR Y ARCHIVAR LA INFORMACIÓN PARA FUTUROS USOS CUANDO SEA APROPIADO Y DE ACUERDO CON LAS POLÍTICAS CORPORATIVAS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá asumir la importancia de mantener un registro y ordenamiento de la información relevante para futuras aplicaciones.	I.E Registrar y sacar conclusiones con relación al comportamiento de consumo de los clientes del hotel en un cierto periodo de tiempo.	<i>Generar una carpeta virtual o física, donde se especifiquen datos del perfil (edad del turista, ocupación, tipo de habitación reservada, tiempo de antelación de la reserva, precio de habitación etc.)</i>	Se evaluará con la evidencia de la existencia de respaldos digitales o físicos de la información.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá dar a conocer experiencias demostrativas en donde se haya requerido información histórica para tomar una decisión de relevancia.

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL INVENTARIO DE ESPACIOS DEL HOTEL

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. CONSIDERAR LA FILOSOFÍA INSTITUCIONAL Y LAS POLÍTICAS COMERCIALES DE LA EMPRESA PARA LA ELABORACIÓN DE LA ESTRATEGIA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá considerar en la formulación de todo plan o estrategia, los aspectos propios de su organización.	I.A Incluir en la estrategia, lineamientos que sean acordes con la línea de negocio de la compañía o cadena hotelera.	<i>Si el hotel se orienta a la recepción de flujos de turistas de negocios, aún cuando en alguna temporada este segmento disminuya, percibiendo en el mercado que aumenta vertiginosamente la demanda de alojamiento para vacacionistas, e hotel puede brindara acogida a este público sin perder su línea estratégica de hotel corporativo.,</i>	Se evaluará, mediante los planes y estrategias formuladas en el transcurso de su desempeño laboral.	El instructor y/o tutor del modulo deberá instruir exponer ejemplos de la vinculación de la visión, misión y objetivos institucionales de las grandes cadenas con los planes y estrategias formuladas por las sucursales.
B. INVESTIGAR, ACTUALIZAR Y MANTENERSE INFORMADO DE LOS DISTINTOS PRECIOS DE LA COMPETENCIA Y DEL COMPORTAMIENTO DE LOS DISTINTOS SEGMENTOS DE MERCADO.	Una vez desarrollado el contenido, los participantes sabrán entender el significado de las variables de la demanda y la competencia en la implementación de la estrategia.	I.B actualizara información de diversas fuentes de información.	<i>Utilizar Internet para investigar los precios de las plazas en el mercado y generara retroalimentación con el director comercial para estar informado del comportamiento de los distintos segmentos de mercado.</i>	Se evaluará en laboratorio de computación, mediante el análisis de los precios y promociones la competencia.	El instructor y/o tutor del modulo deberá instruir a los participantes en relación a los mecanismos para aprovechara las oportunidades de negocio sin descuidar la línea de trabajo institucional.

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL INVENTARIO DE ESPACIOS DEL HOTEL

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. OBTENER CONCLUSIONES EN RELACIÓN A LOS NIVELES DE OCUPACIÓN PRESENTES EN LOS REGISTROS HISTÓRICOS DEL HOTEL.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante analice e interprete los datos históricos referentes a los niveles de precios y ocupación.	I.C Ocupa el sentido común y herramientas de última generación para obtener conclusiones relevantes de considerar en la formulación de la estrategia.	<i>Ocupa modelación matemática y análisis probabilístico considerando varias variables para predecir el comportamiento de la demanda ante el manejo de variables independientes, tales como el precio.</i>	Se evaluará mediante la aplicación del software y la forma de interpretar en la formulación de la estrategia.	El instructor y/o tutor del modulo deberá manejar y enseñar a los participante las aplicaciones de software de Customer Relationship Management. (CRM)
D. IDENTIFICAR Y SELECCIONAR LOS CANALES DE DISTRIBUCIÓN MÁS APROPIADOS PARA LA VENTA DEL PRODUCTO.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante identifique claramente su canal comercial y realice un trabajo en conjunto con los departamentos con mayor implicancia en la gestión del canal de distribución.	I.D Seleccionar el canal comercial que maximice los ingresos del hotel y sea compatible con la línea corporativa.	<i>Definir el porcentaje de habitaciones y el precio asignado para la venta de plazas a los tour operadores.</i>	Se evaluará mediante la evidencia de los convenios de habitaciones con los tour operadores	El instructor y/o tutor del modulo deberá dar a conocer a los participantes, los modelos de comercio electrónico como el B2C y el B2B.



## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL INVENTARIO DE ESPACIOS DEL HOTEL.

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
E. PREVER CAMBIOS EN LA DEMANDA Y FORMULAR CURSOS DE ACCIÓN ALTERNATIVOS ANTE EVENTUALES FACTORES EXTERNOS QUE PUDIESEN AFECTAR LA ESTRATEGIA.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante aprenda a formular cursos de acción alternativos que le permitan responder ante cambios en el comportamiento de la demanda.	I.E. Identificar y analizar la información nacional e internacional que puede significar un factor de incidencia en el comportamiento de la demanda objetivo del hotel.	<i>Mantenerse informado sobre la contingencia internacional, crisis, catástrofes naturales, nucleares y bélicas que afectan los flujos y los destinos elegidos por la demanda turística</i>	Se evaluará mediante la evidencia física de un plan de emergencia formulado en función de eventualidades en el escenario que había sido proyectado en la planificación.	El instructor y/o tutor del modulo deberá motivar a los participantes a interiorizarse constantemente de las contingencias nacionales e internacionales que pueden afectar el turismo.
F. CONSIDERAR LOS COSTOS ACTUALES Y LAS VARIACIONES PROYECTADAS.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante diseñe una estrategia basado en la realidad financiera del hotel.	I.F. Definir la estrategia de precios	<i>Velar por la solvencia del hotel en el momento de definición de las tarifas, por ello es imprescindible conocer la realidad financiera del establecimiento.</i>	Se evaluara mediante minutas e informes que evidencien la realización de reuniones con el director de finanzas del hotel para trabajara el tema de precios considerando los costos.	El instructor y/o tutor del modulo deberá motivar a los participantes a interiorizarse con los productos y servicios, para posteriormente este los promueva de la mejor forma para satisfacer las necesidades de los usuarios.

## MODULO I: DESARROLLAR Y/O AJUSTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 1.2 DISEÑAR ESTRATEGIAS PARA OPTIMIZAR EL INVENTARIO DE ESPACIOS DEL HOTEL.

**DURACIÓN:**  
14 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACIÓN ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
G. ANALIZAR EL COMPORTAMIENTO DE CONSUMO DE LOS CLIENTES ACTUALES PARA EL DESARROLLO DE PROMOCIONES ESPECIALES	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante aplique pensamiento analítico para transformar los antecedentes de los clientes, en conclusiones valiosas para la toma de decisiones.	I.G Segmentar el mercado actual.	Ante la disponibilidad de plazas, realizar un envío de las promociones adaptado a las necesidades de cada cliente.	Se evaluará mediante la evidencia de los registros de envíos selectivos, realizados a la base de datos de los clientes.	El instructor y/o tutor del modulo deberá motivar a los participantes a desarrollar este tipo de análisis mostrando ejemplos concretos de los beneficios de esta práctica.
H. Validar con el directorio y gerente comercial la viabilidad de la estrategia y solicitar autorización para su ejecución.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante se presente ante la gerencia comercial con sólidos argumentos que sustentan la viabilidad de la estrategia.	I.H Preparar la información a presentar ante el directorio y los argumentos para la validación de la estrategia.	Crear una presentación power point y resumen ejecutivo de los aspectos más relevantes a presentar para la validación de la estrategia.	Se evaluará mediante la evidencia de las presentaciones	El instructor y/o tutor del modulo deberá orientar a los participantes en la aplicación de los diseños más adecuados para la presentación de la información en distintas ante distintas audiencias.

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### OBJETIVO PRINCIPAL

Proporcionara la participante de las técnicas y herramientas para facilitar y conducir una adecuada implementación de la estrategia.

#### CUADRO SINOPTICO UNIDADES DEL MODULO 2: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

2.1 Identificar, organizar y administrar los recursos.	Aprendizaje esperado de la unidad	2.2 Implementar la estrategia.	Aprendizaje esperado de la unidad
<p>A. Determinar la disponibilidad de recursos humanos, económicos, materiales y tiempo necesarios para la ejecución del plan.</p> <p>B. Elaborar el presupuesto que implica la puesta en marcha de las estrategias para la optimización de inventarios.</p> <p>C. Organizar al personal del departamento de Revenue Management y designar responsabilidades de acuerdo a las distintas capacidades.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad identifique y maneje los recursos que requiere para la implementación de la estrategia.</p>	<p>A. Realizar los ajustes necesarios en los precios de las habitaciones considerando los productos asociados (desde la perspectiva de la calidad y su valor agregado), en la promoción y en los mecanismos de comercialización.</p> <p>B. Seleccionar y comunicar a los clientes las promociones y descuentos del hotel.</p> <p>C. Contrastar datos de la oferta y la demanda del hotel por medio de la utilización de sistemas que permitan el cruce estratégico de diversas variables (niveles y periodos de ocupación, comportamientos de consumo y perfil de los clientes etc.)</p> <p>D. Distribuir los recursos para el pago y contratación de personal y servicios necesarios para la puesta en marcha de las estrategias propuestas en el plan de negocios.</p>	<p>Se espera que el participante una vez concluida esta unidad, cuente con las herramientas, conocimientos y habilidades necesarias para implementar satisfactoriamente la estrategia.</p>
<b>DURACION TOTAL:</b> 26 horas pedagógicas			

HORAS TEÓRICAS	5
HORAS PRÁCTICAS	5

HORAS TEÓRICAS	8
HORAS PRÁCTICAS	8

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 2.1 IDENTIFICAR, ORGANIZAR Y ADMINISTRAR LOS RECURSOS.

**DURACIÓN:**  
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. DETERMINAR LA DISPONIBILIDAD DE RECURSOS HUMANOS, ECONÓMICOS, MATERIALES Y TIEMPO NECESARIOS PARA LA EJECUCIÓN DEL PLAN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá conocer y aplicar planificación estratégica y financiera para gestionara el departamento de Revenue Management.	I.A Elaborar una herramienta de planificación.	Realizar un plan estratégico y su correspondiente formulación presupuestaria asociada a las actividades del plan.	Se evaluara mediante la obtención de la evidencia fisica o digital del documento.	El instructor y/o tutor del modulo, deberá indicar a los participantes las estructuras más utilizadas en la elaboración de un plan estratégico.

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 2.1 IDENTIFICAR, ORGANIZAR Y ADMINISTRAR LOS RECURSOS.

**DURACIÓN:**  
10 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
B. ELABORAR EL PRESUPUESTO QUE IMPLICA LA PUESTA EN MARCHA DE LAS ESTRATEGIAS PARA LA OPTIMIZACIÓN DE INVENTARIOS.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante domine los conceptos técnicos asociados a la construcción de un presupuesto.	I.B Identificar los elementos críticos del presupuesto.	<i>Presupuestar considerando tarifas asignadas ala inventario comprometido en los diferentes canales de comercialización.</i>	Se evaluará mediante una prueba donde el participante deberá elaborar un presupuesto en base a datos ficticios.	El instructor y/o tutor del modulo deberá realizara calase prácticas en formatos de laboratorio para la construcción y análisis presupuestario.
C. ORGANIZAR AL PERSONAL DEL DEPARTAMENTO DE REVENUE MANAGEMENT Y DESIGNAR RESPONSABILIDADES DE ACUERDO A LAS DISTINTAS CAPACIDADES.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que el participante sea capaz de programar las actividades, designar funciones y determinar los recursos requeridos para cada una de las tareas	I.C Elaborar esquemas de programación de las actividades comprometidas para la implementación de la estrategia.	<i>Realizar una carta gantt y esquemas de procedimientos para entregar a cada uno de los integrantes del equipo de Revenue Management.</i>	Se evaluará mediante la evidencia física o digital de la Carta Gantt.y los esquemas de procedimientos.	El instructor y/o tutor del modulo deberá indicar a los participantes, los distintos formatos de programación de actividades y su aplicación en cada caso.

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 2.2 IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA.

**DURACIÓN:**  
16 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. REALIZAR LOS AJUSTES NECESARIOS EN LOS PRECIOS DE LAS HABITACIONES CONSIDERANDO LOS PRODUCTOS ASOCIADOS (DESDE LA PERSPECTIVA DE LA CALIDAD Y SU VALOR AGREGADO), EN LA PROMOCIÓN Y EN LOS MECANISMOS DE COMERCIALIZACIÓN.	Una vez desarrollado el contenido, los participantes tendrán la habilidad de modificar y adaptar las tarifas de acuerdo a las necesidades reales del consumidor.	I.A Consensuar con el director comercial los acuerdos referentes a las modificaciones tarifarias.	<i>Ofertar una tarifa especial a un consumidor que según los datos históricos del hotel acostumbra a consumir servicios complementarios a la habitación.</i>	La actividad será evaluada mediante la obtención de evidencia física de documentos que hagan segmentación interna de los clientes en base a los servicios consumidos en el hotel.	El instructor y/o tutor deberá enseñar a los participantes los tipos de clientes del servicio hotelero y los factores que afectan sus decisiones

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 2.2 IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA.

**DURACIÓN:**  
16 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
B. SELECCIONAR Y COMUNICAR A LOS CLIENTES LAS PROMOCIONES Y DESCUENTOS DEL HOTEL.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá conocer los distintos formatos y diseños asociados a los comunicados de ventas para los clientes actuales y potenciales del hotel.	I.B Elaborar un formato estandar para enviar el comunicado de promociones a clientes.	<i>Agregar información específica (precio de tarifa, duración de la oferta, ubicación y característica de la habitación) de acuerdo a los distintos segmentos de clientes que atiende el hotel.</i>	Se evaluará mediante la elaboración del formato estándar y se medirá el tipo de comunicación por cada cliente.	El instructor y/o tutor del modulo deberá colocar énfasis en la importancia de una clara redacción para el comunicado.
C. CONTRASTAR DATOS DE LA OFERTA Y LA DEMANDA DEL HOTEL POR MEDIO DE LA UTILIZACIÓN DE SISTEMAS QUE PERMITAN EL CRUCE ESTRATÉGICO DE DIVERSAS VARIABLES (NIVELES Y PERÍODOS DE OCUPACIÓN, COMPORTAMIENTOS DE CONSUMO Y PERFIL DE LOS CLIENTES ETC.)	Una vez desarrollado el contenido el participante deberá dominar conceptos claves de ortografía, gramática y redacción de información, para cubrir en su totalidad las necesidades de los usuarios.	I.C Redactar información para entregar a usuarios.	<i>Redactar un mail informativo, dirigido a un grupo de jóvenes que requieren información sobre rutas turísticas del territorio. Este mail deberá cumplir con correcta ortografía y gramática, claridad en la entrega de información indicando ubicación, principales accesos, principales atractivos que la ruta presente, a su vez deberá ser concisa y de fácil lectura.</i>	Se evaluara mediante la obtención del mail informativo propuesto por la actividad el cual deberá cumplir con la correcta ortografía, gramática y direccionalidad del contenido en forma clara y precisa, facilitando así la entrega de la información.	El instructor y/o tutor deberá aclarar e instruir a los participantes frente a la importancia de la ortografía y gramática en la redacción de información requerida por los usuarios, indicando a su vez la importancia de la claridad de los textos informativos para cubrir rápida y eficientemente las necesidades que los usuarios presenten.

## MODULO II: IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 2.2 IMPLEMENTAR LA ESTRATEGIA.

**DURACIÓN:**  
16 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
D. DISTRIBUIR LOS RECURSOS PARA EL PAGO Y CONTRATACIÓN DE PERSONAL Y SERVICIOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LAS ESTRATEGIAS PROPUESTAS EN EL PLAN DE NEGOCIOS.	Una vez desarrollado el contenido, los participantes se encargarán de responder a los compromisos de pago y contratación de personal.	I.D Definir las cantidades a pagar y gestionar la contratación de persona ara el departamento de Revenue Management.	<i>Cuando es seleccionada una persona para el departamento de Revenue Management, el revenue manager debe traspasar todos los antecedentes de la persona al departamento de RR.HH quienes de encargarán del proceso administrativo concretara el acuerdo estipulando las condiciones contractuales en el documento.</i>	La actividad será evaluada mediante una entrevista con el director del departamento de recursos humanos del hotel.	El instructor y/o tutor de la actividad deberá introducir a los participantes en conceptos básicos de la gestión de los recursos humanos.



## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### OBJETIVO PRINCIPAL

Trabajar la elaboración de parámetros y la aplicación de sistemas para monitorear la implementación de la estrategia.

#### CUADRO SINOPTICO UNIDADES DEL MODULO 3: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

3.1 Mantener comunicación constante con el equipo de trabajo.		Aprendizaje esperado de la unidad	3.2 Monitorear la estrategia mediante el manejo de sistemas de inventario.		Aprendizaje esperado de la unidad
A. Realizar reuniones periódicas con el equipo de trabajo para evaluar, la situación los avances individuales y grupales, los resultados y los inconvenientes en el proceso de implementación de las acciones y estrategias del plan. B. Informar de manera oportuna de las modificaciones en el esquema de trabajo y en las labores a desarrollar. C. Mantener copias digitales y/o papel de las responsabilidades importantes que ha delegado. D. Manejar un sistema para el seguimiento y la integración de las labores desarrolladas por cada uno de los integrantes del equipo.		Se espera que el participante una vez concluida la unidad adquiera las técnicas de comunicación necesarias para mejorar el trabajo en equipo.	A. Aplicar sistemas para generar balances de inventarios. B. Realizar periódicamente un informe de gastos. C. Determinar las causas que podrían generar los gastos inesperados que están fuera del presupuesto. D. Identificar las medidas correctivas para solucionar los problemas que presenta la implementación de la estrategia.		Se espera que el participante una vez concluida esta unidad cree y utilice mecanismo para la medición de la estrategia en el manejo de inventarios.
HORAS TEÓRICAS	6		HORAS TEÓRICAS	6	
HORAS PRÁCTICAS	6		HORAS PRÁCTICAS	6	
DURACION TOTAL: 24 horas pedagógicas					

## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 3.1 MANTENER COMUNICACIÓN CONSTANTE CON EL EQUIPO DE TRABAJO.

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. REALIZAR REUNIONES PERIÓDICAS CON EL EQUIPO DE TRABAJO PARA EVALUAR, LA SITUACIÓN LOS AVANCES INDIVIDUALES Y GRUPALES, LOS RESULTADOS Y LOS INCONVENIENTES EN EL PROCESO DE IMPLEMENTACIÓN DE LAS ACCIONES Y ESTRATEGIAS DEL PLAN.	Una vez desarrollado el contenido, el participante deberá demostrar su interés en mantener un feedback permanente con el equipo de trabajo.	I.A Compartir e integrara información entre departamentos del hotel.	<i>Recibir feedback del equipo de reservas y ventas a cerca de cómo el mercado a tomado los cambios. Comunicar como a afectado las ventas la nueva estrategia (ocupación, tarifa promedio etc.).</i>	Se evaluara mediante la observación y grabación (evidencia audiovisual) de la actividad, donde el participante deberá generara un clima participativo y constructivo en su equipo de trabajo.	El instructor y/o tutor deberá resaltar la importancia que presenta la comunicación, haciendo hincapié en que es aplicable a muchas situaciones en el lugar de trabajo.

## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 3.1 MANTENER COMUNICACIÓN CONSTANTE CON EL EQUIPO DE TRABAJO

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
B. INFORMAR DE MANERA OPORTUNA DE LAS MODIFICACIONES EN EL ESQUEMA DE TRABAJO Y EN LAS LABORES A DESARROLLAR.	Una vez desarrollado el contenido, el participante el participante habrá ejercitado la conducción de grupos y los mecanismos de comunicación en escenarios adversos.	I.B Utilizar distintos medios para comunicar al equipo de trabajo las modificaciones tácticas de manera oportuna.	<i>Coordinar con el equipo de reservas, una recepción de 100 personas que recibieron a una compensación a causa de las fallas que se suscitaron en un vuelo programado.</i>	Se evaluará, mediante la observación y grabación (evidencia audiovisual) de la reunión o la gestión realizada con el equipo de trabajo para fines de coordinación.	El instructor y/o tutor del modulo deberá mostrar la importancia de la comunicación como un proceso de feed back..
C. MANTENER COPIAS DIGITALES Y/O PAPEL DE LAS RESPONSABILIDADES IMPORTANTES QUE HA DELEGADO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante asumirá la importancia de contar con respaldos físicos o digitales que evidencien la clara delegación de funciones para el desarrollo del trabajo.	I.C Generar carpetas para respaldar la información.	<i>Identificar un soporte seguro para respaldar la información.</i>	Se evaluará, mediante la evidencia de los archivos respaldados.	El instructor y/o tutor del modulo deberá informar a los participantes en relación a los riesgos a los cuales está expuesta la información valiosa del hotel y de la demanda que recibe...

>> REVENUE MANAGER/ Módulos de Formación

## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 3.1 MANTENER COMUNICACIÓN CONSTANTE CON EL EQUIPO DE TRABAJO

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
D. MANEJAR UN SISTEMA PARA EL SEGUIMIENTO Y LA INTEGRACIÓN DE LAS LABORES DESARROLLADAS POR CADA UNO DE LOS INTEGRANTES DEL EQUIPO.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que los participantes tengan la capacidad y técnicas adecuadas para mantener un seguimiento ordenado de las labores asignadas al equipo de trabajo.	I.D Aplicar una planilla de trabajo con hitos verificadores del cumplimiento de las actividades asignadas a cada integrante por departamento	<i>Las actividades del equipo de revenue management deben estar 100% vinculadas con otros departamento Un ejemplo es la dependencia existente entre reservas marketing y recepción.</i>	Se evaluará mediante la evidencia visual en relación las a temas de integración de la información entre los departamentos.	El instructor y/o tutor del modulo deberá presentar una guía teórico de aplicación del sistema de monitoreo de actividades.

## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 3.2 MONITOREAR LA ESTRATEGIA MEDIANTE EL MANEJO DE SISTEMAS DE INVENTARIO

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
A. APLICAR SISTEMAS PARA GENERAR BALANCES DE INVENTARIOS.	Una vez desarrollado el contenido, se espera que los participantes adquieran el dominio de aquellos sistemas que le permiten conocer la asignación de precios e inventario óptimo.	I.A Dominar las aplicaciones del sistema.	<i>Interpretar la información que arroja es sistema en relación periodos ocupaciones por sobre lo contemplado en las proyecciones.</i>	Se evaluara mediante ejercitación de un sistema computacional para el balanceo de inventarios en las clases de laboratorio.	El instructor y/o tutor del modulo deberá presentar las distintas alternativas de monitoreo de acuerdo la tamaño del hotel y el nivel de producto perecedero que deben gestionar.
B. REALIZAR PERIÓDICAMENTE UN INFORME DE GASTOS.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de elaborar los reportes que le permitirá complementar la información arrojada por los sistemas de inventarios.	I.B Seleccionar la información incluirá en los reportes.	<i>Considera y registra los factores externos y los imprevistos como situaciones que le ayudarán a entender los resultados que arrojan los sistemas computarizadas de inventarios.</i>	Se evaluara mediante un listado de parámetros relevantes que se considerarían en el reporte.	El instructor y/o tutor deberá resaltar la importancia de enriquecer los sistemas de inventarios con la información que un sistema computarizado no puede registrara y que explica las causas de ciertos acontecimientos en el consumo de habitaciones.

## MODULO III: MONITOREAR LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA

### UNIDAD 3.2 MONITOREAR LA ESTRATEGIA MEDIANTE EL MANEJO DE SISTEMAS DE INVENTARIO.

**DURACIÓN:**  
12 Horas pedagógicas

CONTENIDO	APRENDIZAJE ESPERADO	ACTIVIDAD	EJEMPLO ACTIVIDAD	EVALUACION ACTIVIDAD	INDICACIONES PARA EL INSTRUCTOR Y/O TUTOR
C. DETERMINAR LAS CAUSAS QUE PODRÍAN GENERAR LOS GASTOS INESPERADOS QUE ESTÁN FUERA DEL PRESUPUESTO.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de identificar factores internos y externos con implicancia en la gestión del precio e inventario.	I.C Elaborar una matriz para evaluar los factores externos e internos y ponderara el grado de influencia.	<i>Diseñar una matriz que relacione la incidencia de variables como la estabilidad económica del país en el aumento de llegadas y consumo del hotel por clientes corporativos.</i>	Se evaluara mediante la creación de la matriz y la explicación de sus usos.	El instructor y/o tutor deberá indicar la importancia de generar matrices que permitan prever hechos basándose en resultados de cruce estratégico de información
D. IDENTIFICAR LAS MEDIDAS CORRECTIVAS PARA SOLUCIONAR LOS PROBLEMAS QUE PRESENTA LA IMPLEMENTACIÓN DE LA ESTRATEGIA.	Una vez desarrollado el contenido, el participante será capaz de identificar los problemas y transformarlos en oportunidades, brindando una efectiva y oportuna solución ellos.	I.D Observar y tomar nota de las situaciones de insatisfacción de los usuarios y lo relativo al tema en los reportes internos que el hotel emite.	<i>Dar la explicación correcta a un cliente que manifiesta su molestia al sentirse estafado por habersele cobrado tarifa corporativa en un momento en que el hotel efectuó atractivas promociones de último minuto.</i>	Se evaluará mediante la simulación de un caso.	El instructor y/o tutor deberá entregar las herramientas necesarias para que el participante pueda manejara asertivamente este tipo de conflictos