Comercialización turística



|  |  |
| --- | --- |
| ***Grupos: 43-A***  ***CLASES 69 A 73 Fecha : 08 al 12 de Ene*** | ***Profra. Sandra Luz Guadarrama Esqueda- Lic. En Turismo*** |

***TEMA DEL DIA 09 DE ENE – CLASE 69-70 – CARACTERISTICAS Y LOGROS DEL GESTOR DE SERVICIOS TURISTICOS.***

***OBJETIVO:*** *el alumno entenderá la importancia de realizar ferias y eventos.*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y compréndela. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase. Todas mis clases se mejoran y explican dentro de la misma.*

***Desarrollo del tema***

***Características del Gestor de Servicios turísticos son:***

*Habilidades, valores y actitudes:****Habilidades en:****Matemáticas, Comunicación escrita en español e inglés, Manejo de herramientas de computación, Conocimientos sobre la actividad turística local, Conocimientos sobre Psicología de trato con el cliente.*

***Valores y actitudes:****Responsabilidad, Respeto, Trabajo en equipo,  Innovación*

***Logros con la gestión de Recursos turísticos:***

***1.Administrar organismos del sector público y Privado***

*Relacionados con el sector turístico y actividades afines (tales como hospitalidad, restauración, y parques naturales de uso turístico soportados en procesos eficaces de planeación, organización, dirección y control del capital humano, los recursos financieros y materiales a su disposición, con responsabilidad social, ética, y un compromiso hacia el medio natural en que se desarrollaran.****2.Administrar a nivel gerencial o de supervisión, las principales áreas funcionales***

*Tales como ramo de la hospitalidad, la gastronomía, parques naturales de uso turístico, con el apoyo de tecnologías de la información y comunicación, con honestidad, responsabilidad, y esmero; con base en las normas establecidas en las leyes nacionales e internacionales.*

*Ejercer el liderazgo en la dirección de empresas turísticas o parques naturales de uso turístico con una visión estratégica vanguardista y comunicación efectiva en contextos profesionales y sociales, dirigiendo grupos de trabajo hacia el logro de metas, aplicando las políticas y estándares de organismos reguladores en calidad y sustentabilidad, con un alto sentido de valor agregado en el servicio al cliente, y responsabilidad, empatía, respeto a los demás, y fomento a las actitudes participativas y colaborativas.  
Participar en procesos de investigación vinculados al turismo por medio de la problematización, argumentación, análisis, y síntesis de datos para obtener resultados de investigación, con disposición al rigor metodológico y el pensamiento crítico.  
Comunicar en el idioma inglés, mediante expresiones, ideas y opiniones, con moderada fluidez y en forma correcta, utilizando el idioma en diferentes situaciones laborales y sociales con disposición a la actualización y autoaprendizaje permanente.  
Emprender y poner en marcha empresas en sus distintos niveles (micro, pequeña, mediana) relacionadas con el sector turístico y servicios afines, utilizando los conocimientos adquiridos  con respeto de las leyes y normas nacionales, e internacionales.*

***Preguntas Del tema :***

1. *Indica las características del gestor de servicios turísticos*
2. *Indica los logros sin detallar*
3. *Indica que es la administración a nivel gerencial*
4. *Como se logra el apoyo de los organismos*

***SEGUNDA CLASE: NECESIDAD DE LA GESTIÓN***

***OBJETIVO:*** *el alumno estudiará las necesidades de la gestión turística.*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y compréndela. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase. Todas mis clases se mejoran y explican dentro de la misma.*

***DESARROLLO DEL TEMA***

***Necesidad de la Gestión***

*la necesidad de la Gestión de la Calidad como factor clave de*[*éxito*](http://www.monografias.com/trabajos15/llave-exito/llave-exito.shtml)*en el sector de los servicios turísticos, teniendo como base el*[*valor*](http://www.monografias.com/trabajos14/nuevmicro/nuevmicro.shtml)*del*[*Capital Humano*](http://www.monografias.com/trabajos6/gepo/gepo.shtml)*y la satisfacción del*[*cliente*](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml)*. Se deben lograr los siguientes pasos:*

* ***Requisito:****necesidad o expectativa establecida, generalmente implícita u obligatoria*
* ***Calidad:****grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos*
* ***Cliente:****organización o*[*persona*](http://www.monografias.com/trabajos7/perde/perde.shtml)*que recibe un*[*producto*](http://www.monografias.com/trabajos12/elproduc/elproduc.shtml)*.*
* ***Satisfacción del cliente:****percepción del cliente sobre el grado en que se han cumplido sus requisitos*
* ***Sistema:****conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan*
* ***Gestión:****actividades coordinadas para dirigir y controlar una organización*
* ***Sistema de Gestión****sistema para establecer la política y los*[*objetivos*](http://www.monografias.com/trabajos16/objetivos-educacion/objetivos-educacion.shtml)*y para lograr dichos objetivos*
* ***Gestión de la Calidad****actividades coordinadas para dirigir y controlar una*[*organización*](http://www.monografias.com/trabajos6/napro/napro.shtml)*en lo relativo a la calidad*
* ***Sistema de Gestión de la Calidad****sistema de gestión para dirigir y controlar una organización con respecto a la calidad*
* ***Mejora de la Calidad****parte de la gestión de la calidad orientada a aumentar la capacidad de cumplir con los requisitos de la calidad*
* ***Mejora Continua****actividad recurrente para aumentar la capacidad para cumplir los requisitos*
* ***Servicio:****es el resultado de llevar a cabo necesariamente al menos una actividad en la interfaz entre el proveedor y el cliente y generalmente es intangible.*
* ***Norma***[***ISO 9000***](http://www.monografias.com/trabajos12/mndocum/mndocum.shtml)***:****Conjunto de*[*normas*](http://www.monografias.com/trabajos4/leyes/leyes.shtml)*internacionales que establecen*[*sistemas*](http://www.monografias.com/trabajos11/teosis/teosis.shtml)*de gestión de la calidad aplicadas por organizaciones de cualquier tipo o tamaño que fabrican*[*productos*](http://www.monografias.com/trabajos12/elproduc/elproduc.shtml)*o componentes, fabrican*[*software*](http://www.monografias.com/Computacion/Software/)*, fabrican*[*materiales*](http://www.monografias.com/trabajos14/propiedadmateriales/propiedadmateriales.shtml)*procesados, ofrecen*[*servicio*](http://www.monografias.com/trabajos14/verific-servicios/verific-servicios.shtml)*y/o realizan*[*función*](http://www.monografias.com/trabajos7/mafu/mafu.shtml)*de*[*administración*](http://www.monografias.com/Administracion_y_Finanzas/index.shtml)*publica.*

***Preguntas del tema :***

*¿Cuál es el elemento clave en las necesidades de gestión?*

*Indica que es el servicio*

*Explica cómo se logra mejorar la calidad*

*¿Qué es el ISO?*

*¿Explica cómo lograr la satisfacción del cliente?*

***TEMA DEL DIA 10 ENE –CLASE 71 – CALIDAD EN LOS SERVICIOS TURISTICOS***

***OBJETIVO:*** *el alumno se percatará de la importancia de dar un servicio optimo*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y compréndela. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase. Todas mis clases se mejoran y explican dentro de la misma.*

***DESARROLLO DEL TEMA***

***Calidad en los servicios turísticos***

*Los países del mundo occidental han entrado en lo que se denomina*[*sociedad*](http://www.monografias.com/trabajos35/sociedad/sociedad.shtml)*de servicios, por ser el sector que mayor ingreso y*[*empleo*](http://www.monografias.com/trabajos36/teoria-empleo/teoria-empleo.shtml)*genera; convirtiéndose en una importante fuente de riquezas.*

*Anteriormente, era posible mantener una posición competitiva a través de la mera*[*innovación*](http://www.monografias.com/trabajos34/innovacion-y-competitividad/innovacion-y-competitividad.shtml)*de productos; pero en la a actualidad se vive en un medio tan volátil que esta*[*estrategia*](http://www.monografias.com/trabajos11/henrym/henrym.shtml)*ha dejado de ser satisfactoria y el enfoque tradicional ha dado paso a una nueva situación donde los*[*clientes*](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml)*se convierten en socios y las empresas toman en consideración las necesidades de mantener vivas las relaciones con los mismos a través de la calidad, el servicio y la innovación, enfocándose hacia el cliente y no hacia el producto.*

*Para tales fines es importante entender qué buscan en realidad los clientes y qué evalúan, para lo cual resulta necesario tener presente la manera en que los clientes perciben la calidad del servicio que reciben, siendo necesario que el*[*personal*](http://www.monografias.com/trabajos11/fuper/fuper.shtml)*de servicio comprenda cómo los clientes lo evalúan, para*[*poder*](http://www.monografias.com/trabajos35/el-poder/el-poder.shtml)*identificar la forma de gestionar esas evaluaciones y de qué manera influir sobre ellas en una*[*dirección*](http://www.monografias.com/trabajos15/direccion/direccion.shtml)*deseada. La clave del éxito está en saber qué es calidad y solo el cliente puede responder a esto.*

***PREGUNTAS DEL TEMA :***

¿En qué país se inició el control de calidad?

¿Por qué en el turismo es importante dar un servicio adecuado?

¿Cómo ha cambiado la tecnología la calidad en el servicio?

¿Cómo lograr competir con empresas más grandes?

***TEMA DEL DIA 11 DE ENE – CLASE 72 -***

***OBJETIVO:***Demostrar la necesidad de la Gestión de la Calidad como factor clave de [éxito](http://www.monografias.com/trabajos15/llave-exito/llave-exito.shtml) en el sector de los servicios turísticos, teniendo como base el [valor](http://www.monografias.com/trabajos14/nuevmicro/nuevmicro.shtml) del [Capital Humano](http://www.monografias.com/trabajos6/gepo/gepo.shtml) y la satisfacción del [cliente](http://www.monografias.com/trabajos11/sercli/sercli.shtml).

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y compréndela. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase. Todas mis clases se mejoran y explican dentro de la misma.*

***DESARROLLO DEL TEMA :***

***Características fundamentales que miden la calidad en los servicios:***

1. ***Tangibilidad****: Son todos los elementos tangibles captados por la vista del usuario, aspecto del personal, instalaciones,*[*medios*](http://www.monografias.com/trabajos14/medios-comunicacion/medios-comunicacion.shtml)*y equipos utilizados.*
2. ***Fiabilidad****: Significa la confiabilidad en el servicio,*[*probabilidad*](http://www.monografias.com/trabajos54/resumen-estadistica/resumen-estadistica.shtml)*de tener fácil acceso, realizar un servicio correcto la primera vez,*
3. ***Capacidad de respuesta****: El servicio dispuesto todo el tiempo designado, tiempo de espera corto, tiene el servicio cuando lo necesita.*
4. ***Empatía****: es el resultado de la comprensión que tenga sobre el cliente y el resultado que se tenga del contacto con este: conocer las necesidades del cliente y ponerse en su lugar.*
5. ***Seguridad****: Implica la confianza en el servicio, el prestigio adquirido.*
6. *Lo esencial del proceso está en determinar cuan afines son la calidad percibida por el cliente y la calidad propia del servicio, en función de lo bien que el proveedor pueda realizar esa prestación, evaluada en contraste con las expectativas del cliente. Reducir esta brecha, significa que las necesidades de los clientes fueron satisfechas.*
7. *Para evitar discrepancia entre la*[*percepción*](http://www.monografias.com/trabajos7/sepe/sepe.shtml)*de calidad de los clientes y de los*[*proveedores*](http://www.monografias.com/trabajos6/lacali/lacali.shtml#influencia)*del servicio, Zeithaml, Parasuraman y Berry proponen actuar sobre las posibles deficiencias de la calidad,como el  No saber lo que esperan los usuarios; establecimiento de normas de calidad equivocadas; deficiencias en la realización del servicio; discrepancia entre lo que promete y lo que ofrece; y la diferencia entre el servicio esperado y el recibido****.****Es por ello que algunas de las tareas para alcanzar la calidad deseada son gestionar las expectativas, saber ajustar el*[*precio*](http://www.monografias.com/trabajos16/fijacion-precios/fijacion-precios.shtml#ANTECED)*, cuidar que las instalaciones cumplan las normas de calidad y la*[*atención al cliente*](http://www.monografias.com/trabajos35/atencion/atencion.shtml)*como éste espera.*

***Preguntas del tema :***

1. *Indica cómo se logra la empatía en el servicio*
2. *¿Qué es la tangibilidad?*
3. *¿Cómo lograr la seguridad del cliente hacia tu servicio?*
4. *Indica cómo lograr la Fiabilidad*

***TEMA DEL DIA 12 ENE – CLASE 73 – CALIDAD Y COMPETITIVIDAD EN EL SERVICIO***

***OBJETIVO:*** *El alumno se organizará en equipo e iniciará el proyecto de como organizar un*

***Evento turístico.***

***INSTRUCCIONES.***

*Con mi supervisión , el alumno iniciará los primeros pasos para realizar una feria turística.*

***DESARROLLO DEL TEMA :***

***Calidad y Competitividad en los Servicios Turísticos.***

*La Calidad es el modo más efectivo de propiciar la competitividad y asegurar la sostenibilidad del negocio turístico en su particularidad y en conjunto como parte de un entorno geográfico y social.*

*Antes de continuar es necesario tener en cuenta que, en primer término, la competitividad está asociada a la optimización de los*[*recursos*](http://www.monografias.com/trabajos4/refrec/refrec.shtml)*, desde el*[*capital*](http://www.monografias.com/trabajos13/capintel/capintel.shtml)*humano, las*[*inversiones*](http://www.monografias.com/trabajos12/cntbtres/cntbtres.shtml)*, instalaciones e insumos. Sin embargo adopta varios significados según el enfoque que se le de:*

* *1. Enfoque de*[*producción*](http://www.monografias.com/trabajos16/estrategia-produccion/estrategia-produccion.shtml)*no va a ser "producir más, sino mejor"*
* *2. Enfoque del*[*mercado*](http://www.monografias.com/trabajos13/mercado/mercado.shtml)*es ofrecer garantías de servicio, otorgar calidad al producto, diversificación, diferenciación en el mismo, y necesariamente valor agregado. (Un destino, al igual que un producto o*[*una empresa*](http://www.monografias.com/trabajos11/empre/empre.shtml)*-producto será competitivo en la medida en la que obtenga reconocimiento dada su*[*imagen*](http://www.monografias.com/trabajos7/imco/imco.shtml)*y*[*posicionamiento*](http://www.monografias.com/trabajos7/posic/posic.shtml)*, y en la medida en la que otorgue*[*seguridad*](http://www.monografias.com/trabajos/seguinfo/seguinfo.shtml)*, respaldo y garantía).*
* *3. Enfoque de la propia*[*oferta*](http://www.monografias.com/trabajos/ofertaydemanda/ofertaydemanda.shtml)*es una medida de*[*equidad*](http://www.monografias.com/trabajos35/eficiencia-y-equidad/eficiencia-y-equidad.shtml)*para resarcir el*[*costo*](http://www.monografias.com/trabajos7/coad/coad.shtml#costo)*, el sacrificio y el deterioro.*

*La competitividad de los destinos y por ende de las empresas turísticas exigirá de forma imperativa que los organismos ubicados en la superestructura brinden las*[*herramientas*](http://www.monografias.com/trabajos11/contrest/contrest.shtml)*formales para garantizar los niveles de calidad y seguridad del producto,* [*procesos*](http://www.monografias.com/trabajos14/administ-procesos/administ-procesos.shtml#PROCE)*de*[*planeación*](http://www.monografias.com/trabajos7/plane/plane.shtml)*integral, tanto en su concepción como en su proyección.*

*Es por esto que la empresas que buscan lograr mayor*[*eficiencia*](http://www.monografias.com/trabajos11/veref/veref.shtml)*y brindar servicios de calidad están adoptando modelos de*[*administración*](http://www.monografias.com/trabajos36/administracion-y-gerencia/administracion-y-gerencia.shtml)*participativa, tomando como base central al elemento humano, desarrollando el*[*trabajo en equipo*](http://www.monografias.com/trabajos10/tequip/tequip.shtml)*, para alcanzar la competitividad y responder de manera idónea la creciente demanda de productos de óptima calidad y de servicios a todo nivel, cada vez mas eficiente, rápido y de mejor calidad.*

***Caso práctico:***

*El alumno realizará 2 propuestas de paquete en el cual se comparará con el de la competencia con mejor calidad en el servicio ( paquete más completo con un mínimo de diferencia en el precio .*