**Datos del autor de contenido**

|  |  |
| --- | --- |
| Responsable | M. Ed Luz María Stella Moreno Medrano y Lic. Daniella Bohne Pelaez |
| Contacto | Luzma.moreno@korimaeducacion.org |
| Fecha de elaboración | 01 - 02 - 2014 |

**Vender servicios de alojamiento**

**Lograr que el huésped escoja tu hotel**

**¿Cómo encuentran los huéspedes su hotel?**

[**https://www.cca.org.mx/CCA\_cursos/nmp/hoteleria/curso1/m2/tema1.html**](https://www.cca.org.mx/CCA_cursos/nmp/hoteleria/curso1/m2/tema1.html)

**Actualizar las fotos del anexo de la actividad de reforzamiento**

**Actividad de reforzamiento**

|  |  |
| --- | --- |
| Título: | Formas en que los viajeros llegan a su hotel. |
| Objetivos: | Visualizar de manera divertida las formas en que los viajeros llegan a su hotel. |
| Instrucciones: | 1. Diviértete pensando en las formas en que los viajeros llegan a sus hoteles. 2. Mira con atención la fotografía del viajero 1 y el viajero 2, ¿cuáles son tus impresiones? 3. En el espacio en blanco, enuncia los aspectos que pueden tener en cuenta cada uno de los viajeros según tus impresiones para escoger un hotel. 4. Por último, escoge al viajero que sea de tu agrado y escribe una historia sobre como llegarían a su hotel. |

|  |  |
| --- | --- |
| **Viajero 1** | **Viajero 2** |
| *Fuente: Couriermail Australia* | *Fuente: Par Exellence Magazine* |
| **Elementos para escoger su hotel** | **Elementos para escoger su hotel** |
|  |  |
| **Mi historia** | |
| **Elegí al:** | |

**Lograr que el huésped escoja tu hotel**

1. **¿Cómo encuentran los huéspedes su hotel?**

<https://www.cca.org.mx/CCA_cursos/nmp/hoteleria/curso1/m2/tema1.html>

**Actividad de reforzamiento**

|  |  |
| --- | --- |
| Título: | Reconocer cómo puede encontrar un huésped su hotel |
| Instrucciones: | Lee los siguientes enunciados y responde si es verdadero o falso. |

1. Un huésped puede escoger tu hotel a través de la web o un portal de viajes que le brinden un acercamiento suficiente para tomar su decisión.

**V F**

2. Ya que la web y los portales de viajes son un magnífico recurso para que los clientes escojan un hotel, no es necesario el servicio de agencias de viajes u otro tipo de recursos que no empleen el Internet para vender a nuestro hotel.

**V F**

3. En una agencia de viajes es más sencillo que el huésped encuentre una solución a si búsqueda a un precio accesible.

**V F**

4. Consideras que al buscar un hotel en Internet estás tomando una decisión arriesgada sin la información adecuada.

**V F**

Acotaciones

**Para la respuesta correcta es:**

**Enunciado 1.**

¡Bien hecho! Un huésped puede escoger a nuestro hotel a través de páginas web o portal de viajes. Es una alternativa útil y que usan hoy en día muchas personas en todo el mundo.

**Enunciado 2.**

¡Cuidado! Existen huéspedes que prefieren encontrar su hotel ideal con la ayuda de agencias de viajes o ventas directa en un mostrador, todo dependerá de su preferencia.

**Enunciado 3.**

¡Excelente! Un huésped encuentra una solución pero no a un precio más accesible ya que a diferencia de los portales las agencias cobran una comisión más alta.

**Enunciado 4.**

¡Bien hecho! Es difícil decidir el hospedaje por Internet ya que es fácil modificar la información y fotografías por Internet, por esto debes saber que portales son seguros y verdaderos.

Para la respuesta incorrecta es:

**Respuesta incorrecta.**

Texto HTML

**Lograr que el huésped escoja tu hotel**

1. **Fuentes de información de viajes**

**Actividad de reforzamiento**

|  |  |
| --- | --- |
| Título: | Problemas que se enfrentan actualmente para llegar a los clientes. |
| Objetivo: | Reflexionar acerca de la venta de tus servicios, problemas y dificultades. |
| Instrucciones: | Reflexiona sobre la forma en que vendes tus servicios de alojamiento e identifica los problemas y /o dificultades que los hoteles enfrentan para llegar a los clientes. |

**Vender servicios de alojamiento**

Título HTML

**Lograr que el huésped escoja tu hotel**

**Actividad para el portafolio**

**En la información actual le hace falta integrar la imagen, ver el texto que a continuación se describe y en la URL actual hay que ver cómo se ajusta ya que en visualizo completa la información.**

|  |  |
| --- | --- |
| Título: | ¿Cómo escojo mi hotel? |
| Instrucciones: | La mejor forma de repasar lo que aprendimos es llevándolo a la práctica, ¿estás listo?  En esta actividad vamos a invertir papeles, ahora tú vas a ser el huésped y buscarás un hotel en Internet. Entra al siguiente link en tu buscador:  <http://hoteldirectorio.com>  Este sitio se trata de un sencillo y completo directorio de hoteles en línea y podrás ver muchos hoteles en toda la República Mexicana.   1. Escoge cuatro hoteles diferentes: un hotel en la playa, un hotel en una ciudad, un hotel en una zona montañosa y un hotel de donde seas originario (en caso de que no encuentres uno, puedes escogerlo donde desees). 2. Una vez que hayas hecho tu elección, localiza donde está su sitio de Internet (como señala la flecha en la imagen). Entra a la página de Internet y observa cómo se hacen las reservaciones en línea.   3. Realiza un breve reporte por cada hotel, deben ser cuatro en total, debes hacerlo de la siguientes forma:  **Hotel 1**   * **Nombre:** *(Nombre del hotel)* * **Ubicación:** *(Donde está ubicado el hotel)* * **Enlace web:** *(Por ejemplo:* [*www.mihotel.com*](http://www.mihotel.com)*)* * **Por qué lo elegí:** *(Aquí debes describir con detalle por qué elegiste este hotel viéndolo a través de una página en Internet), ¿te atrae el precio?, ¿las instalaciones?, explica)* * **¿Se puede reservar en línea?**: *(Contesta: sí o no)* * **¿Cómo reservar?:** *(Debes llevar a cabo una reserva como si fueras a quedarte en el hotel, puedes contemplar a los miembros de tu familia o hacer una simulación, ¿qué promociones tiene?, ¿te atrae?, en caso de no poder reservar en línea, enuncia las formas que ofrece para reservar de otra manera)*   Debes hacer esta lista por cada hotel que elijas. No escatimes en palabras, puedes ser lo más específico posible y esto te ayudará a practicar mejor lo aprendido.  4. Por último realiza un breve resumen contando cómo fue tu experiencia reservando en línea.   * ¿Fue fácil? Sí o no, ¿Por qué? * ¿Reservarías tu próximo viaje de esta forma? Sí o no, ¿Por qué? * En base a tu experiencia, ¿Qué crees que hace atractivo al huésped reservar de esta forma? Justifica tu respuesta. * ¿Promoverías la reserva en línea para tu hotel? Sí o no, justifica tu respuesta. * Si tu respuesta es sí, enumera al menos tres beneficios que podrías obtener.   Si tu respuesta es no, ¿qué propondrías diferente a reservar en línea como los canales vistos (agentes de viajes / otros)?   1. Integra a tu portafolio de evidencias el resultado de esta actividad. |

**Vender servicios de alojamiento**

Título HTML

**Lograr que el huésped escoja tu hotel**

**Evaluación**

[**http://www.edudesarrollo.info/trayectos/hot\_c1\_m2\_evaluacion/**](http://www.edudesarrollo.info/trayectos/hot_c1_m2_evaluacion/)

**Instrucciones**

1. Lee detenidamente las preguntas/premisas que se presentan.
2. Selecciona la opción que consideres apropiada; solamente una de ellas es correcta.
3. Haz clic en retroalimentación para revisar tus resultados.

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  | |  | Pregunta No. | | **1** |
| Texto enunciado | | | | | | |
| ¿Cuál de las siguientes opciones es un canal en línea para buscar un hotel? | | | | | | |
| Opciones de respuesta | | | | | Respuesta correcta | |
|  | A) | Portal de Viajes | | | **X** | |
|  | B) | Llamada telefónica | | |  | |
|  | C) | Agencia de viajes | | |  | |
|  | D) | Otros | | |  | |
| Retroalimentación para la respuesta correcta: | | | | | | |
| ¡Excelente! Un canal en línea es un portal de viajes ya que requerimos del Internet para poder hacer uso de este servicio. | | | | | | |
| Retroalimentación para las respuestas incorrectas: | | | | | | |
| La agencia de viajes corresponde a un canal no en línea mientras que la llamada telefónica no fue mencionada como un canal. | | | | | | |
|  |  | |  | Pregunta No. | | **2** |
| Texto enunciado | | | | | | |
| Del 66% de viajes planificados en línea, ¿cuál es el tipo de viaje más solicitado? | | | | | | |
| Opciones de respuesta | | | | | Respuesta correcta | |
|  | A) | Visitar amigos y familiares | | |  | |
|  | B) | Recreación / vacaciones | | | **X** | |
|  | C) | Propósitos laborales | | |  | |
|  | D) | Viajes por emergencias | | |  | |
| Retroalimentación para la respuesta correcta: | | | | | | |
| ¡Buen trabajo! Estos viajes a menudo son para propósitos de recreación / vacaciones (37%) o para visitar amigos y familiares (34%). | | | | | | |
| Retroalimentación para las respuestas incorrectas: | | | | | | |
| No fueron mencionados los viajes por propósitos laborales o emergencias como viajes planificados en línea. | | | | | | |
|  |  | |  | Pregunta No. | | **3** |
| Texto enunciado | | | | | | |
| ¿Cuál de las siguientes opciones corresponde a la primera fuente de información de viaje? | | | | | | |
| Opciones de respuesta | | | | | Respuesta correcta | |
|  | A) | Amistades y familiares | | | **X** | |
|  | B) | Agentes de viajes | | |  | |
|  | C) | Páginas Web | | |  | |
|  | D) | Todas las anteriores | | |  | |
| Retroalimentación para la respuesta correcta: | | | | | | |
| ¡Muy bien! La primera fuente de información para huésped es a través de referencias personales (como amistades y familiares), boca-a-boca. | | | | | | |
| Retroalimentación para las respuestas incorrectas: | | | | | | |
| El huésped también puede investigar hoteles usando los portales de viajes o la propia sitio web de un hotel y encontrar información en las guías de turista, o a través de publicidad o anuncios. | | | | | | |
|  |  | |  | Pregunta No. | | **4** |
| Texto enunciado | | | | | | |
| En las tendencias para reservar viajes, ¿qué generación hace más uso de los agentes de viajes? | | | | | | |
| Opciones de respuesta | | | | | Respuesta correcta | |
|  | A) | Generación X | | |  | |
|  | B) | Generación Y | | |  | |
|  | C) | Baby boomers | | | **X** | |
|  | D) | Adultos contemporáneos | | |  | |
| Retroalimentación para la respuesta correcta: | | | | | | |
| Los baby boomers o niños del Boom de natalidad posterior a la Segunda Guerra Mundial, hacen más uso de los agentes de viajes. | | | | | | |
| Retroalimentación para las respuestas incorrectas: | | | | | | |
| El 33% que hace uso de los agentes de viajes son “Generaciones X y Y” (Generación posterior a los ’boomers’ y la generación de la cual se es parte) | | | | | | |
|  |  | |  | Pregunta No. | | **5** |
| Texto enunciado | | | | | | |
| ¿Quiénes tienden a hacer más uso de las planificaciones en línea? | | | | | | |
| Opciones de respuesta | | | | | Respuesta correcta | |
|  | A) | Baby boomers | | |  | |
|  | B) | Personas que viajan mucho | | | **X** | |
|  | C) | Personas que no viajan mucho pero buscan algo seguro | | |  | |
|  | D) | Generación Y | | |  | |
| Retroalimentación para la respuesta correcta: | | | | | | |
| ¡Bien hecho!, cerca del 50% de todas las reservaciones de hotel se hacen en línea. Los viajeros tienden a ser muy conocedores de los medios electrónicos. Los que planifican en línea sus viajes de descansotiendena ser personas que viajan mucho. | | | | | | |
| Retroalimentación para las respuestas incorrectas: | | | | | | |
| Las tendencias de planificación en línea no obedecen criterios generacionales como Baby boomers o Generación X y Y. | | | | | | |