



#vivaFCA

# PROCESO DE SELECCIÓN Y ADMISIÓN

## LICENCIATURA EN NEGOCIOS TURÍSTICOS





#vivaFCA

# PROCESO DE SELECCIÓN Y ADMISIÓN

## LICENCIATURA EN GESTIÓN DEL TURISMO CULTURAL Y NATURAL





#vivaFCA

# Sesión 5. Gastronomía, hotelería, aviación y mercadotecnia, directrices de la actividad turística.





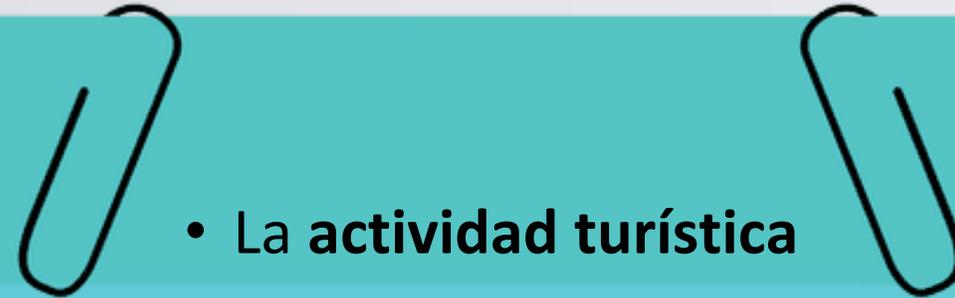
# GASTRONOMÍA



#vivaFCA



La gastronomía del prefijo **gastro** = **estómago** y del sufijo **nomía** = **norma, regla**, es la disciplina comprendida como un arte, que estudia las relaciones del ser humano con su modo de alimentación y con el entorno cultural en el que la cocina se da.



- La actividad turística

se caracteriza en la actualidad por grandes cambios motivados por la **necesidad de adaptarse** a una **demanda** cada vez más **exigente y activa**, están más informados tanto del destino como del producto.



Fruto de todos estos cambios, aparece un **turismo temático** entre el cual destaca lo relacionado con la recuperación de la **herencia cultural y social** de las áreas geográficas, el contacto con la **naturaleza** y el conocimiento de las **costumbres** de la propia comunidad local.

**TURISMO  
GASTRONÓMICO**



#vivaFCA



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



#vivaFCA



- El nacimiento de la tipología de el turismo culinario se encuentra en el Congreso Internacional “Local Food and Tourism” celebrado en noviembre de 2000 en Chipre y auspiciado por la Organización Mundial del Turismo.



OMT





# GASTRONOMÍA Y COMPETITIVIDAD

#vivaFCA

• Los destinos turísticos deben de considerar la importancia de la comida como contribución a la **experiencia única** que el viajero quiere encontrar como parte de la **expresión cultural** del área geográfica que visita.



• Así la **cocina** puede utilizarse para **satisfacer** al viajero, para contribuir a la **autenticidad** del destino y para incrementar el impacto del turismo en la **comida local**.





- Por tanto, un destino sería competitivo si puede atraer y **satisfacer** a los potenciales turistas, y esta **competitividad** viene determinada tanto por factores turísticos específicos como por otros muchos factores que influyen en el suministro de los servicios turísticos (Enright y Newton, 2004).

#vivaFCA



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



# HOTELERÍA

#vivaFCA

- La OMT lo define como un "destino turístico relativamente autosuficiente; ofrece una gama amplia de servicios e instalaciones, especialmente las dedicadas al descanso y esparcimiento, experiencias docentes y de salud".





- Como señala el presidente de la Asociación Internacional de Hoteles y Restaurantes (IH&RA) Casimir Platzer “La industria del **turismo** es una de las mayores **generadoras de empleo**, entre un **10 y 11%** de los empleados trabajan dentro de esta industria, mientras que la **hotelería y la gastronomía** son los servicios **más importantes** del turismo”.





# HOTELERÍA Y TURISMO

#vivaFCA

- El sector de la hotelería se considera parte esencial de la **cadena de valor** de la actividad turística, pues su **infraestructura, capacidad y servicio** trae consigo el posicionamiento de la ciudad como destino turístico.





#vivaFCA

- Por tanto, la gestión que se realiza para ofertar **calidad en el servicio** de los hoteles se convierte en uno de los elementos con mayor relevancia en el desarrollo del turismo, es decir que al generarse calidad, sinónimo de **satisfacción en los viajeros**, se produce **sostenibilidad** de la ciudad.





# CALIDAD EN EL SERVICIO

#vivaFCA

La calidad en el servicio es el grado en el que un servicio **satisface** o sobrepasa las **necesidades** o **expectativas** que el cliente tiene respecto al servicio.

Para el viajero, este concepto es global, es decir, que todas las experiencias generadas en una visita conllevan a la definición de un **servicio de calidad** y por ende a la **satisfacción** que genera el mismo.





- De esta manera, la calidad del servicio en la hotelería contribuye al **posicionamiento** tanto del destino turístico como del establecimiento lo cual genera **confiabilidad** en los viajeros, promoviendo un grado de satisfacción que redundará en una **buena imagen** del sector y de la ciudad (Janusz & Bajdor,

2013)

#vivaFCA





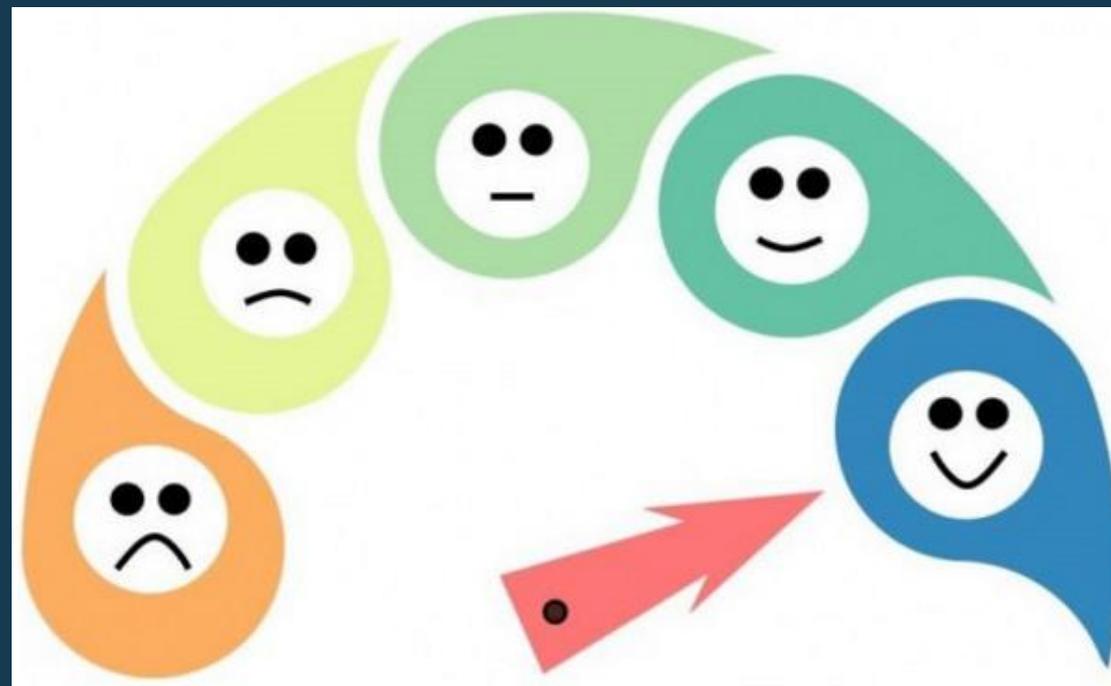
El ofrecimiento de un servicio de calidad genera una mayor afluencia de turistas de diferentes destinos que contribuirá a la **sostenibilidad** de una ciudad con gran potencial turístico.

#vivaFCA



Aspectos que inciden en la calidad del servicio:

- Fidelización
- Capacitación al talento humano
- Innovación
- Tecnología
- Promesa de venta
- Promoción





# AVIACIÓN

#vivaFCA

- Se entiende por aviación al diseño, desarrollo, fabricación, producción, operación y utilización para fines privados o comerciales de aeronaves.





# UN POCO DE ANTECEDENTES

#vivaFCA

El 9 de septiembre de 1908, Orville Wright completó el primer vuelo de más de una hora.

En 1908 por primera vez, se transportó un pasajero, el **Teniente Frank P. Lamh.**, a quien podemos considerar como el **primer pasajero del mundo.**

En México y América Latina, el 8 de enero de 1910 se realizó el primer vuelo de un avión por parte del mexicano Alberto Braniff Rica.





# AVIACIÓN Y TURISMO

#vivaFCA

La aviación operativa se agrupa en tres categorías:

- 1) Aviación militar
- 2) Aviación comercial**
- 3) Aviación general.

- La aviación comercial es la que engloba la operación de líneas aéreas regulares y charter.





#vivaFCA

- La Política Aérea de un país y el Turismo se desarrollan en senderos paralelos.
- Cambios en el campo de la aviación sin duda genera impacto en la naturaleza y el crecimiento del turismo, algunas veces negativos algunas veces positivos.
- **El Turismo** como lo conocemos hoy, comenzó aproximadamente hace 5 décadas por las ventajas de **mejores medios de comunicación**, especialmente aéreos.



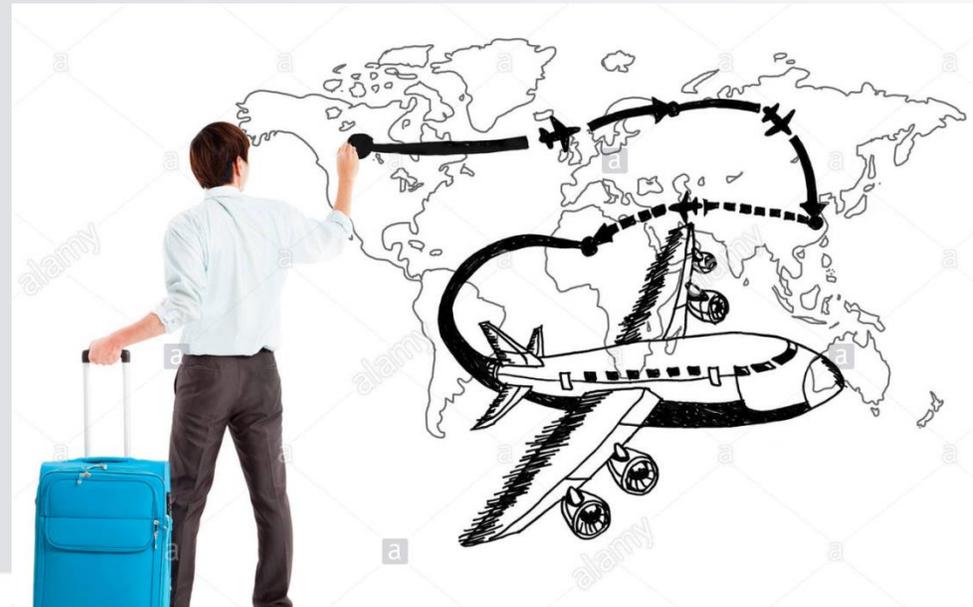


Un estudio realizado en 20 países demostró que más del **70%** de los **turistas internacionales** llegan por la **vía aérea**.

#vivaFCA

De acuerdo con la Cámara Nacional de Aerotransportes (2017) el número de pasajeros se incrementó 10.7%, pasando de 73.2 millones de pasajeros en 2015 a poco más de 82 millones de pasajeros en 2016

Dotar al país de buenas y eficientes **rutas y conexiones**, contribuyen al **desarrollo del turismo**



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



#vivaFCA

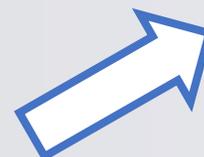


- Bill Gates dijo: “el desarrollo del siglo 18 fue basado en la agricultura; en el 19 fue el comercio; el 20 la Industria; pero en el siglo 21 será sin duda el sector de servicios, con las telecomunicaciones, la tecnología electrónica y el Turismo liderando el camino”.



#vivaFCA

# Sabre®



# amadeus





# MERCADOTECNIA

#vivaFCA

¿Has escuchado el término Mercadotecnia?

Está directamente vinculado al proceso de **satisfacer las necesidades del consumidor a partir de un producto o servicio.**

Es un concepto utilizado para significar el conjunto de actividades y procesos llevados a cabo para **fortificar** y mejorar el **posicionamiento** de las empresas en sus respectivos **mercados.**





# IMPORTANCIA EN EL TURISMO

#vivaFCA

**Motivación:** Explotar las diferencias con respecto a otros destinos o las expectativas de unas experiencias de viaje únicas, pueden ser el centro de la motivación final del usuario para adquirir unos servicios turísticos.

**Dar de qué hablar:** La mercadotecnia aliada con las nuevas tecnologías de la comunicación es una herramienta favorable para poner en circulación todos los aspectos novedosos y destacados del producto turístico.



**Sensibilización:** puede llamar la atención (sensibilizar) sobre un aspecto único de una zona de interés.

**Convencer:** se proyecta para convencer con naturalidad de las mejores cualidades del lugar que se puede visitar.



La idea principal es presentar a los potenciales clientes, las razones por las cuales deberían visitar cierto lugar despertar el **interés** para que lo quieran visitar.

Con buenas imágenes y referencias, cargadas de información útil y llamativa para las personas, se pueden obtener resultados verdaderamente positivos



# EJEMPLO

#vivaFCA

- El 16 de junio de 2011 se produce en el pueblo el estreno mundial de la película de Los Pitufos.
- Sony Pictures Releasing, tiene la idea de pintar de azul todas sus casas y así recibir el estreno.
- El 18 de diciembre de 2011 los juzcareños, en consulta popular, 3 deciden prorrogar la pintura de sus fachadas en color azul, al haber encontrado **ventajas económicas y lúdicas** sobre el tradicional blanco de cal.





#vivaFCA

# Sesión 5. Importancia de la gestión del patrimonio cultural





# Contenido

#vivaFCA

- Patrimonio cultural material
- Patrimonio cultural inmaterial
- Principales productores, intérpretes y portadores del patrimonio cultural inmaterial



# CULTURA Y TURISMO

#vivaFCA



Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultural: sin la cultura no se explica el turismo

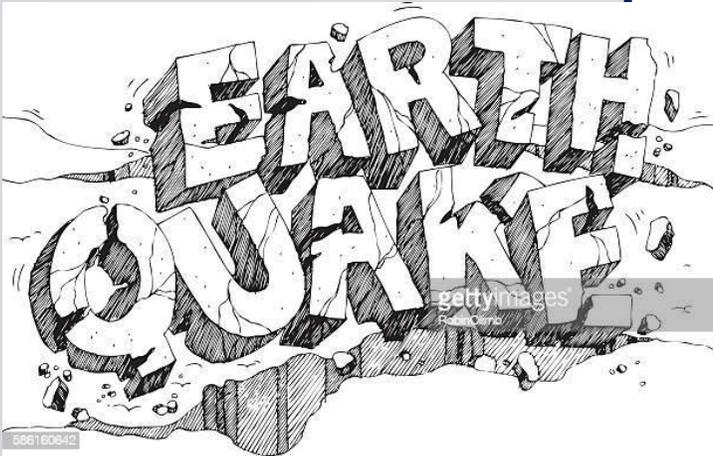


# CULTURA Y TURISMO

#vivaFCA

Si mañana se acabara el mundo...

**¿Qué consideras que valdría la pena preservar?**





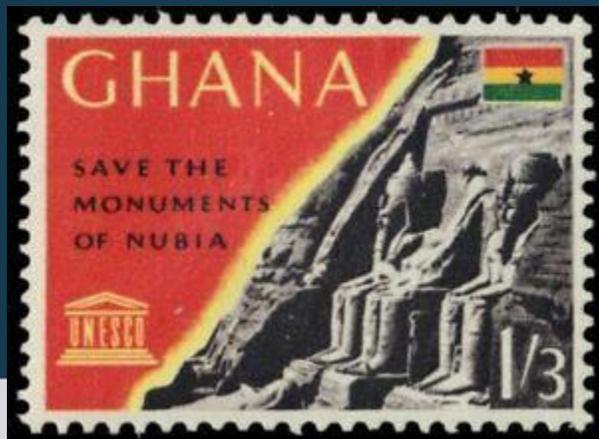
# ¿Qué es patrimonio?

#vivaFCA

El origen de la palabra patrimonio surge del latín y significa “los bienes que se heredan de los antecesores”,

Patrimonio cultural = una herencia social que se constituye de:

- La historia
- Las emociones





# ¿Qué es patrimonio?

#vivaFCA



## World Heritage List UNESCO



Geographic





#vivaFCA

El carácter patrimonial material es otorgado a partir de criterios subjetivos, que requieren de un reconocimiento de valor excepcional a ciertos objetos o sitios tangibles ubicados en ciudades o poblados específicos (OMT, 2013)

¿Cómo sabemos qué es y que no es patrimonio cultural?



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



#vivaFCA

El patrimonio cultural inmaterial son esos valores no materiales como técnicas de producción, crónicas, leyendas, festivales, entre otros (CESTUR,2006); se basa en el reconocimiento de ciertas prácticas por parte de la misma comunidad o grupos que consideran valiosas y les dan identidad (OMT,2013)

¿Cómo sabemos qué es y que no es patrimonio cultural?



ADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



#vivaFCA

Patrimonio cultural  
material + inmaterial =  
Memoria colectiva que  
debe ser preservada.



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ  
#viva  
**FCA**



#vivaFCA

Campeche

Ciudad de México

San Juan del Río

Querétaro

Guanajuato

Morelia

San Miguel de Allende

Xochimilco

Zacatecas

San Luis Potosí

Puebla

Oaxaca

Durango



## **Ciudades Mexicanas** PATRIMONIO MUNDIAL

Campeche • Ciudad de México y Xochimilco • Guanajuato • Morelia • Oaxaca  
Puebla • Querétaro • San Miguel de Allende • Tlacotalpan • Zacatecas



## PCI



- Artesanías y artes visuales basadas en técnicas artesanales tradicionales
- Gastronomía y artes culinarias
- Prácticas sociales, rituales y festividades
- Música y artes escénicas
- Tradiciones y expresiones orales, incluido el lenguaje
- Conocimientos y usos relacionados con la naturaleza y el universo



#vivaFCA

## Artesanías

- Souvenirs o recuerdos
- Constituye una de las pocas fuentes de ingreso para comunidades indígenas con economías de trueque





# GASTRONOMÍA

#vivaFCA

Alimentos y bebidas de especial trascendencia para ciertos grupos o que son asociados a ciertos lugares.

Ejemplos:

Rutas vinícolas

Festivales gastronómicos

Souvenirs comestibles





# PRÁCTICAS SOCIALES

#vivaFCA

Opiniones encontradas  
sobre si debería o no ser  
un producto turístico

Va de lo sagrado a lo profano y de lo cotidiano a lo extraordinario.

Entrañan la presentación de costumbres centenarias



# MÚSICA Y ARTES

#vivaFCA

Música

Teatro



Danza



# Expresiones orales

#vivaFCA



Cuentos

Leyendas

Mitos

Cantares

Poemas

Lenguas en peligro de desaparición





## Conocimientos y usos relacionados con naturaleza y universo

#vivaFCA

- Creencias relativas al funcionamiento del universo físico
- Prácticas agrícolas naturales.
- Ejemplo: Centro turístico ULURU en Australia





# Tesoros humanos vivos

#vivaFCA



Participación de “tesoros humanos vivos”(UNESCO)  
en los procesos turísticos.

Intérpretes o artesanos



#vivaFCA

- López T. & Margarina M.. (2011). *Turismo, cultura y gastronomía. una aproximación a las rutas culinarias*. febrero 04,2021, de INTERNATIONAL CONFERENCE ON TOURISM & MANAGEMENT STUDIES Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5018471>
- Monsalve C. & Hernández S.. (2015). *Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: caso Bucaramanga..* febrero 05,2021, de Revista EAN Sitio web: [http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0120-81602015000100011](http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-81602015000100011)
- Muñoz C.. (2019). *Importancia de las líneas aéreas en el sector turismo de México*. febrero 04,2021, de Dialnet Sitio web: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7400853>
- Rattinger A.. (2018). *Qué es mercadotecnia y por qué es importante*. febrero 05,2021, de Merca 2.0 Sitio web: <https://www.merca20.com/que-es-mercadotecnia-definicion/>

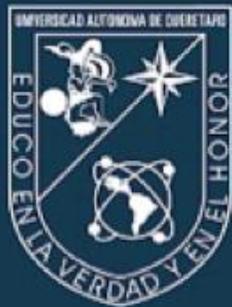




#vivaFCA

- Du Cros, H. (2013). *Turismo y patrimonio cultural inmaterial* | UNWTO. UNWTO.  
<https://www.unwto.org/archive/global/publication/turismo-y-patrimonio-cultural-inmaterial>
- Santamarina Campos, B. (2013). Los mapas geopolíticos de la Unesco: Entre la distinción y la diferencia están las asimetrías. El éxito (exótico) del patrimonio inmaterial. *Revista de Antropología Social*, 22(0), 263–286.  
[https://doi.org/10.5209/rev\\_RASO.2013.v22.43191](https://doi.org/10.5209/rev_RASO.2013.v22.43191)
- Cantamutto, L. (2015). Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en la era digital: La experiencia de Villa Mitre 3.0. *Apuntes. Revista de estudios sobre patrimonio cultural*, 27(1). <https://doi.org/10.11144/Javeriana.APC27-1.spci>





#vivaFCA

## **CONTACTO**

Hilda Martha Vega Huerta  
Coordinación de Nuevo Ingreso

Facultad de Contaduría y Administración  
Universidad Autónoma de Querétaro

Tel. 442 192 12 00, Ext. 5216

Mail: [hvegah@uaq.mx](mailto:hvegah@uaq.mx)

Centro Universitario, Cerro de las Campanas S/N





#vivaFCA

## CONTACTO

Dra. Driselda P. Sánchez Aguirre  
Ciencias económico-administrativo PhD  
Docente por Asignatura

Facultad de Contaduría y Administración  
Universidad Autónoma de Querétaro  
Centro Universitario, Cerro de las Campanas S/N





#vivaFCA

## **CONTACTO**

Yuliana Montes Márquez  
Coordinación de la Licenciatura en Negocios  
Turísticos

Facultad de Contaduría y Administración  
Universidad Autónoma de Querétaro  
Centro Universitario, Cerro de las Campanas S/N





#vivaFCA

# PROCESO DE SELECCIÓN Y ADMISIÓN

## LICENCIATURA EN NEGOCIOS TURÍSTICOS





#vivaFCA

# PROCESO DE SELECCIÓN Y ADMISIÓN

## LICENCIATURA EN GESTIÓN DEL TURISMO CULTURAL Y NATURAL

