

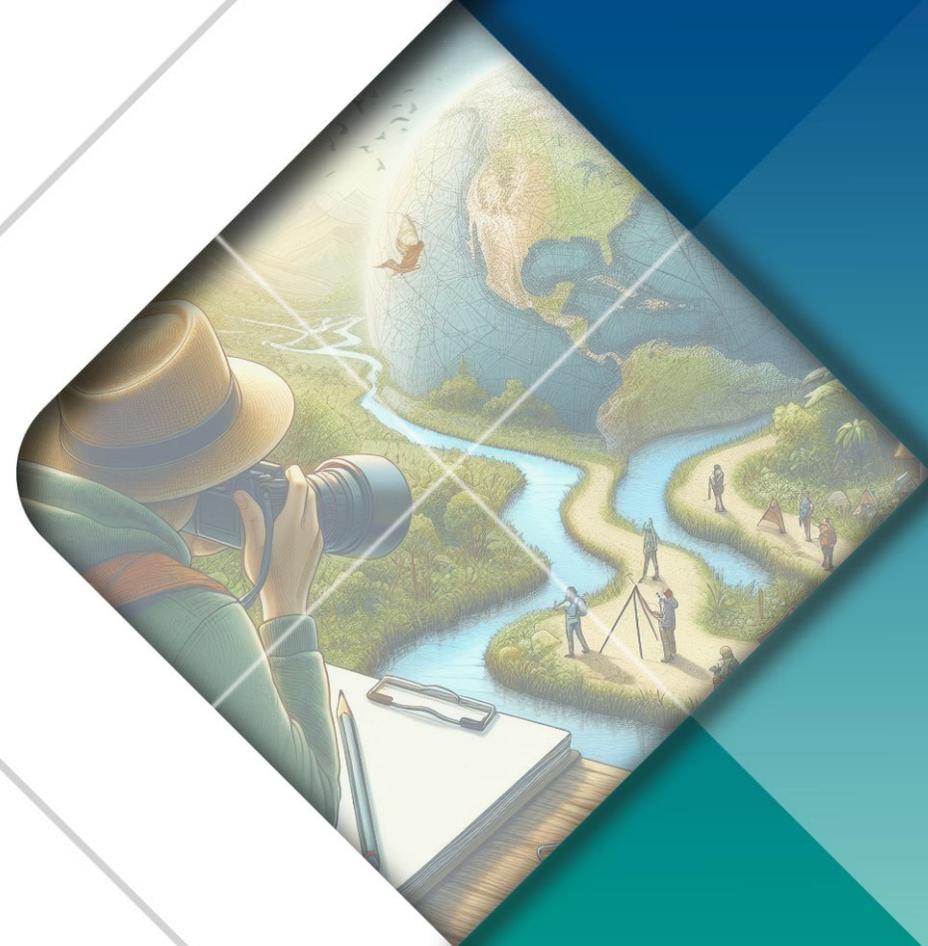
# LICENCIATURA EN NEGOCIOS TURÍSTICOS



## LICENCIATURA EN GESTIÓN DEL TURISMO CULTURAL Y NATURAL

---

GASTRONOMÍA, HOTELERÍA,  
AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
**COMO DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.**  
SESIÓN 6





# OBJETIVO

Comprender la importancia y el papel fundamental de los pilares del turismo (gastronomía, hotelería, aviación y mercadotecnia) en la estructuración y desarrollo de la actividad turística, analizando su interrelación y su impacto en la experiencia del turista, la competitividad del sector y la promoción de destinos.

Propedéutico de la **Licenciatura en Negocios Turísticos**

# ¿QUÉ ES LA GASTRONOMÍA?

# LA GASTRONOMIA

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.





TURISMO  
GASTRONÓMICO

# TURISMO GASTRONÓMICO

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.

GASTRONOMÍA, HOTELERÍA, AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
COMO DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.



# TURISMO GASTRONÓMICO

El nacimiento de la tipología de 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 y ahora ONU Turismo.



GASTRONOMÍA, HOTELERÍA, AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
COMO DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

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 e incrementar los beneficios generados por el turismo en a localidad:

- Desarrollo económico
- Conservación del patrimonio



# GASTRONOMÍA Y COMPETITIVIDAD



Por tanto, un destino será 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).



# COMPLEJO TURÍSTICO

LICENCIATURA EN  
**NEGOCIOS TURÍSTICOS**

LICENCIATURA EN GESTIÓN DEL  
**TURISMO CULTURAL Y NATURAL**

# COMPLEJO TURÍSTICO

GASTRONOMÍA, HOTELERÍA,  
AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
COMO DIRECTRICES DE LA  
ACTIVIDAD TURÍSTICA.



**La ONU TURISMO lo  
define como:**

*“Destino turístico relativamente autosuficiente; ofrece una gama amplia de servicios e instalaciones, especialmente las dedicadas al descanso y esparcimiento, experiencias docentes y de salud”.*



## Bill Marriott

Destaca el papel crucial del turismo y la hotelería como motores de crecimiento económico y generación de empleo. Menciona que esta industria no solo crea puestos de trabajo directos en hoteles, restaurantes y transporte, sino que también impulsa empleos indirectos en sectores como la agricultura, la construcción, servicios locales, entre muchas otros.



# HOSPEDAJE

Es 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.

# HOSPEDAJE Y CALIDAD

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.

LICENCIATURA EN  
NEGOCIOS TURISTICOS

LICENCIATURA EN GESTIÓN DEL  
TURISMO CULTURAL Y NATURAL

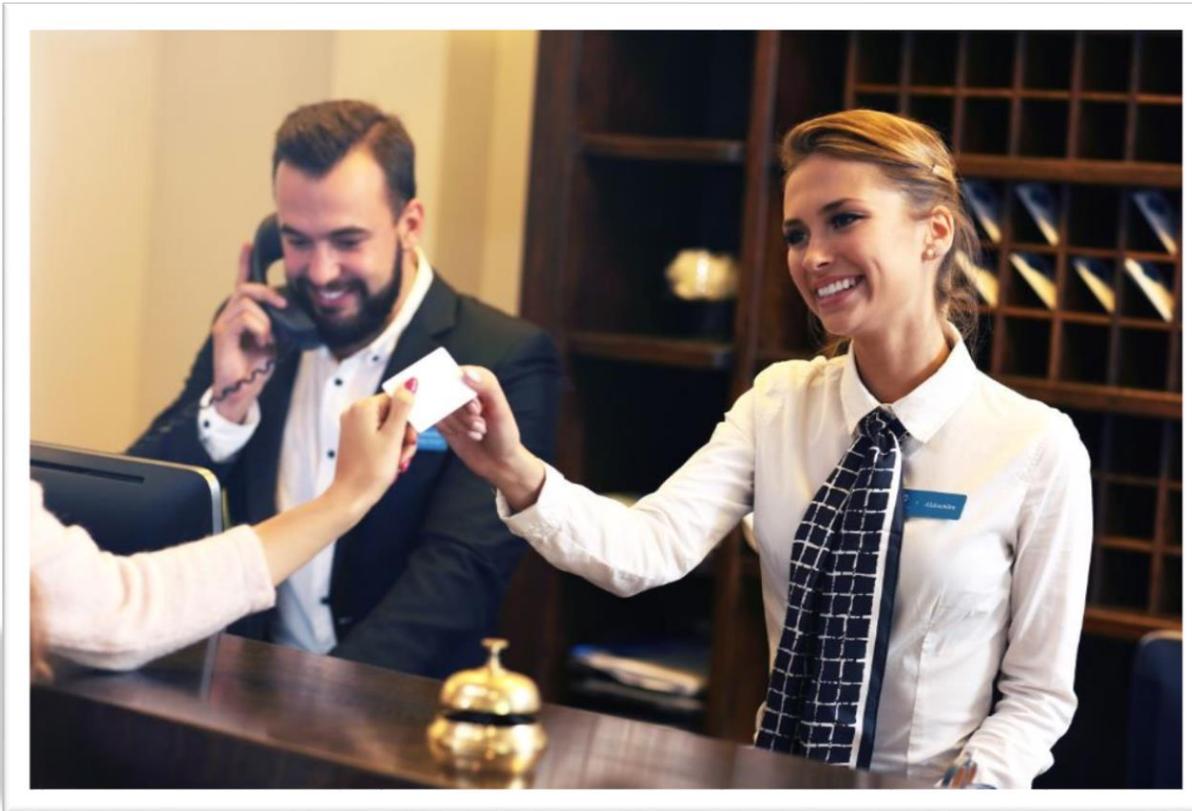




# CALIDAD EN EL SERVICIO

- 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.

## CALIDAD EN EL **SERVICIO TURÍSTICO**



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).*

# CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO





## CALIDAD EN EL SERVICIO TURÍSTICO

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.

### Aspectos que inciden en la calidad del servicio:

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



# AVIACIÓN

GASTRONOMÍA, HOTELERÍA, AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
COMO DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.

# AVIACIÓN

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



# ANTECEDENTES DE LA AVIACIÓN

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

- La aviación operativa se agrupa en tres categorías:
  - Aviación militar
  - Aviación comercial
  - Aviación general.
- La aviación comercial es la que engloba la operación de líneas aéreas regulares y charter.
- Cambios en el campo de la aviación sin duda genera impacto en la naturaleza y el crecimiento del turismo, algunas veces son negativos y algunas veces son positivos.



## **BILL GATES**

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”.

# Global Distribution System (G.D.S)

¿QUÉ ES?

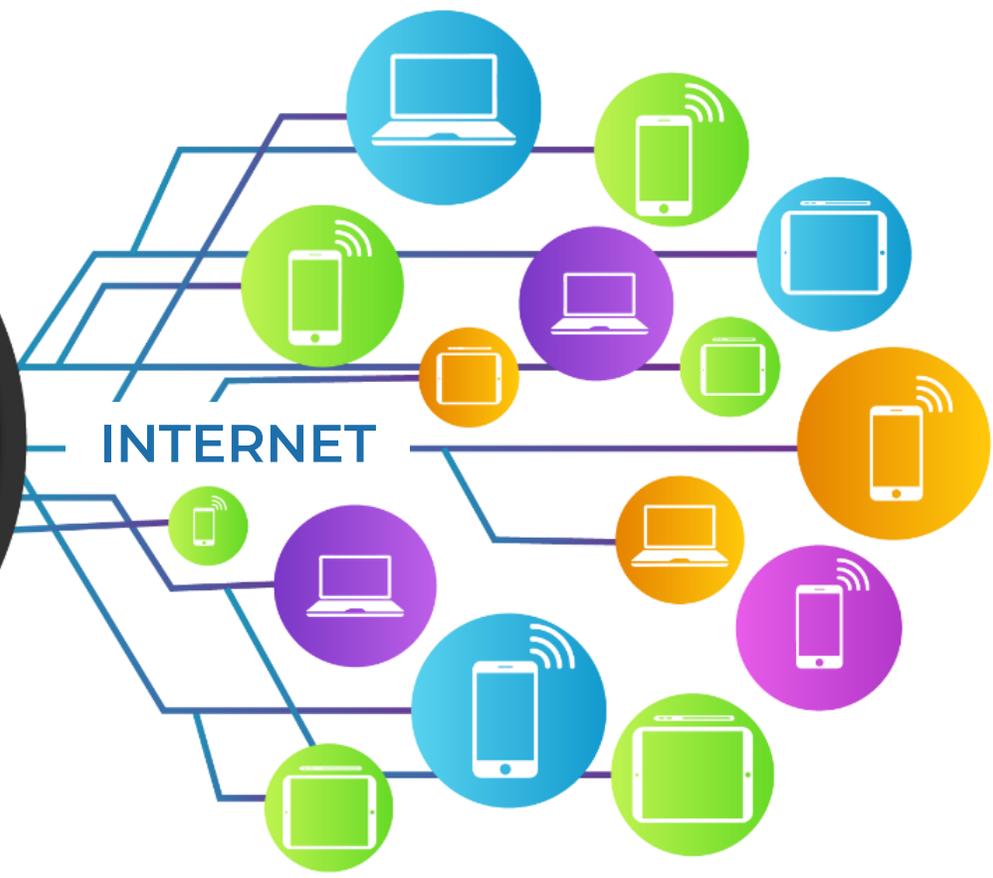
# GDS

A woman with long dark hair is smiling while looking at a tablet computer. She is wearing a light-colored top. The background is a blurred cityscape at night with various colored lights (blue, yellow, green). In the top left corner, there are circular digital interface elements, possibly representing a globe or data visualization. The overall theme is technology and digital services.

---

Sistema de información que permite el acceso mediante internet, a grandes bases de datos de productores de servicios turísticos, como pueden ser cadenas hoteleras, líneas aéreas, empresas de alquiler de coches, etc., y desde una amplia red de usuarios experimentados en la venta minorista, como son las agencias de viajes.

---





## MERCADOTECNIA

GASTRONOMÍA, HOTELERÍA, AVIACIÓN Y MERCADOTECNIA  
COMO DIRECTRICES DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA.



**¿QUÉ ES LA  
MERCADOTECNIA?**

# LA MERCADOTECNIA



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

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

# MERCADOTECNIA Y TURISMO



## 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.

# MERCADOTECNIA Y TURISMO



## CONVENCER:

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

## SENSIBILIZACIÓN:

Puede llamar la atención (sensibilizar) sobre un aspecto único de una zona de interés.

- 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

# MERCADOTECNIA Y TURISMO

## Referencias Bibliográficas

- [https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario\\_D](https://datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_D)
- 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/>

- **Lic. Hilda Martha Vega Huerta**  
Coordinadora de Nuevo Ingreso  
Teléfono: 442) 192-12-00, Ext. 5216  
Correo: [hvegah@uaq.mx](mailto:hvegah@uaq.mx)
- **LNT. Marco Antonio Ochoa**  
Coordinador de la LNT  
Teléfono: 442) 192-12-00, Ext. 5245  
Correo: [negocios.turisticos@uaq.edu.mx](mailto:negocios.turisticos@uaq.edu.mx)

# CONTACTO