



#vivaFCA

PROCESO DE SELECCIÓN 2021-2

LICENCIATURA EN NEGOCIOS TURÍSTICOS

SESIÓN 5

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





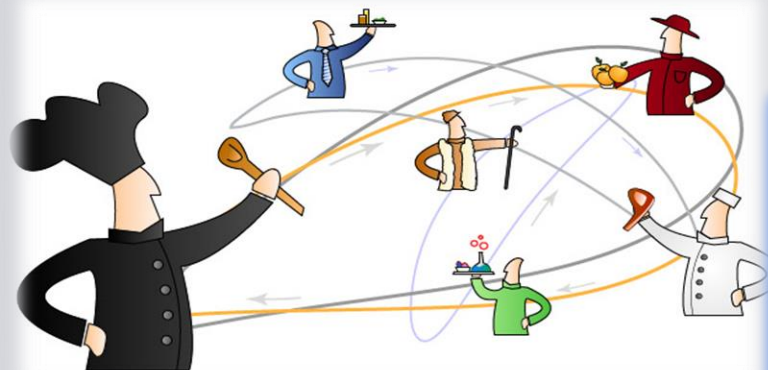
GASTRONOMÍA



#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 mas informados tanto del destino como del producto.





Fruto de todos estos cambios, aparece un **turismo temático** entre el cuál 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.

#vivaFCA



**TURISMO
GASTRONÓMICO**



FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ
#viva
FCA



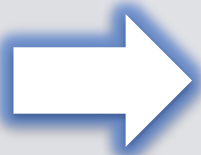
#vivaFCA



- 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.



- 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

- 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".





#vivaFCA



- 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 **mas importantes del turismo**”.



Ihra

INTERNATIONAL HOTEL &
RESTAURANT ASSOCIATION

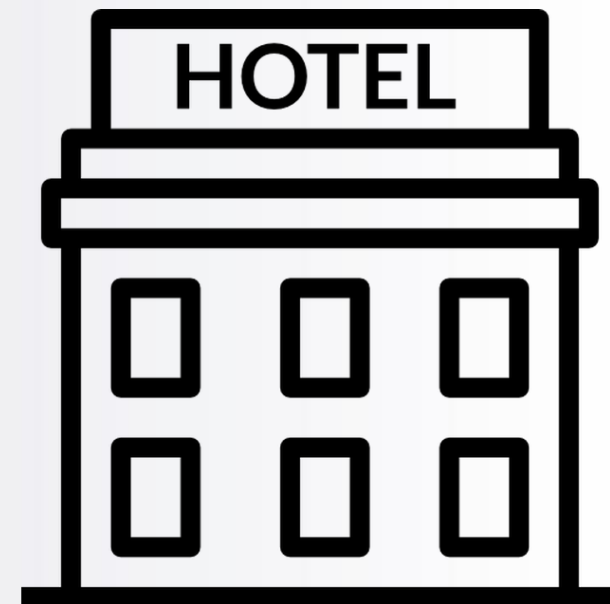
UNIVERSIDAD VERACRUZANA
FACULTAD DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN UAQ
#viva
FCA



HOTELERIA 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.



- 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.**



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



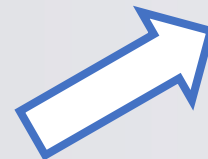
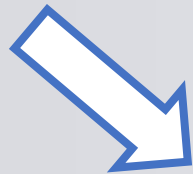
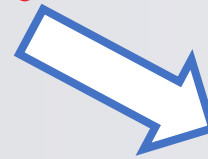
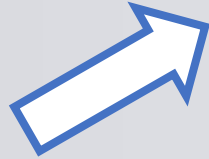
- Bill Gates dijo: “el desarrollo del siglo 18 fue basado en la agricultura; en el 19 fue el comercio; el 20 la Industria; pero en el siglo 21 será sin duda el sector de servicios, con las telecomunicaciones, la tecnología electrónica y el Turismo liderando el camino”.





#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 que 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

- 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
- 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

PROCESO DE SELECCIÓN 2021-2

LICENCIATURA EN NEGOCIOS TURÍSTICOS

SESIÓN 5

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

