Comercialización turística



|  |  |
| --- | --- |
| ***Grupos: 43-A***  ***CLASES 45 AL 48 Fecha : 13 AL 17 NOV*** | ***Profra. Sandra Luz Guadarrama Esqueda- Lic. En Turismo*** |

***TEMA DEL DIA 14 NOV – CLASE 45 Y 46 –DESTINOS TURISTICOS***

***OBJETIVO:*** *el alumno primero entenderá que es un destino turístico para posteriormente entender las estrategias que se toman para conservar y promocionar dichos destinos.*

***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.*

**Desarrollo del tema**

*DESTINOS TURISTICOS*

*Se denomina****destino turístico****a una zona o área geográfica ubicada en un lugar lejano y que es visitada por el turista.*

*Desde el punto de vista empresarial, tanto estratégico como organizativo, se definirá en clase para evitar distracción del alumno y su negativa a tomar apuntes.*

***Desde el punto de vista de la demanda****, el destino es el lugar que el turista elige para su viaje, a fin de generar beneficios económicos y sociales. Esta visión exige cierta capacidad administra*

*tiva, a fin de desarrollar instrumentos comunes que permitan planificar, medir y monitorear los resultados de la gestión ( esta clase de definirá más dentro del aula )*

*Un destino Turístico cuenta con:*

*•  Atractivos y servicios que motivan y facilitan la estadía del turista.*

*•  Medios que posibilitan su accesibilidad en adecuadas condiciones precio-valor.*

*•  Respaldo de la población local, involucrada en el desarrollo de los diferentes aspectos de la experiencia de visita del turista.*

*•  Una marca que se comercializa teniendo en cuenta su carácter integral.*

*Los Destinos Turísticos pueden ser de diferentes escalas. Por ejemplo, un destino puede ser un continente (América), un país (México), una región (Guadalajara), un lugar (Tlaquepaque ) o un sitio en particular (Restaurante los tres Hermanos). Además, entre ellos se pueden establecer redes con destinos más grandes, a fin de promover su comercialización*

*Un destino turístico debe contemplar condiciones a nivel de:*

*•  Accesibilidad: sistemas de transporte (rutas, terminales, vehículos, etc.) que permitan el acceso en adecuadas condiciones de precio-valor.*

*•  Atractivos: naturales, culturales, eventos programados, etc.*

*•  Actividades: prácticas a realizar en diferentes espacios como paseos de diversos tipos, deportes, cursos y talleres, observación de animales, plantas u objetos, visitas a monumentos y lugares especiales, etc.*

*•  Servicios directamente relacionados con la actividad turística: hospedajes, restaurantes, tiendas, servicios higiénico, lugares para comer y acampar y otros.*

*•  Servicios básicos: energía, agua, salud, telecomunicaciones, bancos, seguridad, etc.*

*Preguntas del tema :*

1. *Define destino turístico*
2. *Indica algunas de las escalas del destino turístico*
3. *Define destino turístico desde el punto de vista de la demanda*
4. *¿ Con que debe de contar un destino turístico ?*

***Segunda Hora.*** *Estrategias de los destinos turísticos.*

*¿Qué son?*

*La Secretaría de Turismo (Sectur) dio a conocer el Programa Institucional 2014-2018 del Consejo de Promoción Turística de México, que tiene como objetivo fortalecer la imagen de México como*[*destino turístico*](http://www.forbes.com.mx/mazatlan-el-turismo-tras-la-narcoviolencia/) *promoviendo la calidad, diversidad y autenticidad de sus atractivos.*

*PUBLICIDAD*

*El gobierno federal pretende con este programa impulsar el turismo en el país para que las familias mexicanas conozcan*[*los lugares que ofrece México*](http://www.forbes.com.mx/mexico-puede-descender-en-el-ranking-turistico-mundial/)*. También, busca consolidar la presencia e incrementar la participación en los mercados de Estados Unidos y Canadá.*

*La dependencia quiere promover una mayor conectividad en aéreas para facilitar la llegada de turistas a un mayor número de destinos y la apertura de nuevos mercados.*

*“La promoción eficaz de los destinos y atractivos turísticos es parte fundamental de la estrategia nacional para hacer del turismo un instrumento impulsor del desarrollo nacional, con un claro enfoque regional con beneficios concretos para la población local”, reconoció la Sectur.*

*Existen 2 grandes programas que se promocionan en México a través de la Secretaria de*

*Turismo , dichos programas son : Pueblos Mágicos y Cip´s ( se explicarán dentro del aula )*

***TEMA DEL DIA 15 DE NOV – CLASE 47 - 10 factores en la promoción turística .***

***OBJETIVO:*** *El alumno analizará los pasos para promocionar los destinos turísticos, basados en SECTUR..*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y subraya lo más importante. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase.*

**Desarrollo del tema:**

*Estos son los 10 ejes que impulsaran al reposicionamiento del turismo en México.*

*En este mismo sentido, la Secretaría señaló que estas acciones de promoción van en línea con el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018.*

*Estos son los 10 ejes que impulsaran al reposicionamiento del turismo en México.*

1. *Fortalecer la imagen de México como destino turístico promoviendo la calidad, diversidad y autenticidad de sus atractivos.*
2. *Instrumentar programas integrales de comunicación enfocados a promover a México como un destino moderno, diverso y confiable al cual los turistas aspira a visitar.*
3. *Alinear las campañas de publicidad y las acciones de promoción turística a la estrategia de Marca País para crear sinergias y reforzamientos entre ambas.*
4. *Contribuir a incrementar la derrama económica por turismo internacional mediante campañas de publicidad e instrumentos de promoción dirigidos a productos, segmentos de consumidores y nichos de mercado de gran potencial.*
5. *Promover los productos y nichos de mayor gasto medio por turista, tales como aventura, naturaleza, romance, golf, reuniones y convenciones.*
6. *Impulsar que los turistas internacionales visiten un mayor número de destinos de México, para que los beneficios del turismo se extiendan a más regiones del país.*
7. *Atraer a los segmentos de consumidores con mayor potencial de compra para generar una mayor demanda por los bienes y servicios del sector.*
8. *Impulsar el crecimiento del turismo doméstico estimulando a la población a viajar y conocer los lugares de interés que México ofrece.*
9. *Promover los destinos turísticos de México destacando su diferenciación y oferta de experiencias nuevas y únicas.*
10. *Promover la visita a México entre grupos objetivo como “primeros viajeros”, familias y retirados que aún no han considerado a nuestro país como un destino de viaje.*

***TEMA DEL DIA 16 NOV – CLASE PRÁCTICA***

***Los alumnos visitarán un hotel para conocer sus diferentes departamentos.***

***OBJETIVO:*** *El alumno tendrá la oportunidad de desayunar como si fuese un huésped en el hotel Century Zona Rosa. Esto le permitirá no solo darse cuenta de la calidad del servicio del restaurante dentro del hotel, sino también de visitar las diferentes áreas más importantes con que debe contar un servicio de hospedaje. Al final el alumno tendrá reconocimiento por haber participado en esta visita.*

***INSTRUCCIONES.***

*Los alumnos tendrán que presentarse en la Escuela a la misma hora de siempre, a las 7.30 y tomará su primera clase. Más tarde abordarán el autobús para llevarlos al hotel, al término del evento regresarán a las 13.40 a las instalaciones de la Escuela Comercial Cámara de Comercio, para reanudar sus clases.*

***TEMA DEL DIA 17 DE NOV – CLASE 48 – CIP´S***

***OBJETIVO:*** *el alumno conocerá los cip´s, una estrategia de los destinos turísticos destinos turísticos, planeados con FONATUR*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, analízala y subraya lo más importante. Las preguntas que se indican al final se contestarán en casa y se revisarán en clase.*

**Desarrollo del tema:**

CENTROS INTEGRALMENTE PLANEADOS (CIPS) EN MÉXICO

*México es actualmente, uno de los pocos países del mundo que proyecta el turismo desde el Estado. Para cumplir esta función creó el Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), que planificó y desarrolló (entre 1974 y 1984) cinco enclaves turísticos de costa a lo largo del país, apostando por el turismo de sol y playa como reactivador económico. Este trabajo se centra en el análisis e interpretación de sus cinco proyectos iniciales desde su morfología y estructura, preguntándose, además, por su relación con el soporte físico-natural. Las conclusiones apuntan a que los proyectos se conforman por piezas claramente identificables y repetitivas, y que se adaptan a las características de cada entorno.*

*Es así como se promueve la creación los llamados Centros Integralmente Planeados (CIP). Esto es el esfuerzo más importante jamás hecho en materia turística hasta ese momento, y tiene como base real, el impulso y rescate de zonas altamente deprimidas del país por medio de la teoría del desarrollo planeados y justificado.*

*Para lograr este cometido se elige al turismo como el principal vehículo.*

*Cinco son los proyectos construidos según el plan inicial. En orden de aparición tenemos:*

* *Cancún, en el extremo del territorio que mira al Caribe;*
* *Ixtapa-Zihuatanejo, en el estado de Guerrero, en el mar Pacífico;*
* *Loreto y San José del Cabo, en la península de Baja California;*
* *Y Huatulco, también en el Pacífico, en el estado de Oaxaca.*

*Todos fueron proyectos ex Novo, queriendo evitar los problemas de crecimiento desordenado que ya presentaban algunas de las ciudades tradicionales turísticas como Acapulco.*

*Los CIP se caracterizan por ir acompañados de un desarrollo importante de infraestructura en enclaves de alto valor natural y paisajístico. Es de esta manera que México se convierte en uno de los pocos países en el mundo que construye y proyecta el turismo desde su propio gobierno, lo sigue haciendo actualmente, diversificando sus posibilidades de acción y de productos a desarrollar, pero son los cinco primeros CIP con los que se inicia una política de turismo para el país, en enclaves costeros y con el turismo de sol y playa como punta de lanza. Actualmente, según la Organización Mundial de Turismo, México ocupa la posición número 13 como receptor y el 24 en ingresos de divisas por el turismo.*

*Los próximos Cip´s se centran el : centros turísticos tradicionales de sol y playa en ambos litorales, como Manzanillo, Mazatlán, Veracruz y Puerto Vallarta, que muestran una clara consolidación y madurez.*