TURISMO

 “PLANES DE ALIMENTOS Y MARKETING”



|  |  |
| --- | --- |
| ***Grupos: 43-A*** ***CLASES 10,11 Y12 19 Fecha : 20,21 Y 22SEP*** | ***Profra. Sandra Luz Guadarrama Esqueda- Lic. En Turismo***  |

***OBJETIVO:*** *El alumno conocerá y distinguirá los diferentes planes de alimentos de un hotel . Por otra parte logrará entender los conceptos de Marketing , sus exponentes y su relación conel turismo.*

***INSTRUCCIONES.***

*Lee la información que se te envía, estúdiala y posteriormente realiza las actividades que se te indican al final .*

***Apunte :***

 *PLANES DE ALIMENTOS EN UN HOTEL*

*PLAN*

*Se denomina plan de un hotel al costo básico o precio de la habitación. Muchos hoteles ofrecen más de un plan,dando opción al huésped a elegir el que considere más conveniente a sus necesidades. Entre las diferentes clases podemos citar:*

*- PLAN EUROPEO: El precio aplicado a dicha modalidad está basado en el precio de la habitación únicamente, no incluye comidas.*

*- PLAN CONTINENTAL / CONTINENTAL PLAN: Es el plan europeo con la inclusión de un desayuno que ya está incluido en el precio. El desayuno continental consiste en: café, té, leche, mantequilla, mermeladas, medialunas y/o tostadas y jugo de naranja.*

*En la actualidad, con el propósito de atraer a clientes potenciales y de fidelizar a los habituales, los hoteles brindan otros tipos de desayunos, tales como: americano, tropical, brasileño, buffet.*

*- PLAN AMERICANO: El Precio cotizado incluye alojamiento y desayuno completo, en muchos hoteles ya ponen desayuno buffet*

*- PLAN AMERICANO COMPLETO / AMERICAN PLAN (Full board): El Precio cotizado incluye alojamiento y tres comidas (desayuno, almuerzo y cena). Este plan se ofrece generalmente en los hoteles que están en lugares de veraneo y descanso, limitándose casi exclusivamente a los hoteles turísticos y a los más aislados de los centros urbanos.*

*La denominada FULL PENSION o Pensión Completa es la Homóloga europea con la diferencia que en este régimen de pensión se sirve desayuno continental y no el americano que es más completo.*

*- PLAN AMERICANO MODIFICADO /MODIFIED AMERICAN PLAN: Bajo este régimen, el precio cotizado incluye alojamiento, desayuno y comida o cena.*

*- PLAN TODO INCLUIDO / ALL INCLUSIVE PLAN: Este tipo de régimen contempla en su precio el servicio de alojamiento, desayuno, almuerzo, merienda y cena, snacks, bebidas, etc.*

*Es habitual en resorts y hoteles alejados de centros urbanos, resultando ser muy atractivo para los huéspedes dado que no deben pagar extras o adicional alguno.*

***Definición de Marketing***

*En término generales, el marketing es un conjunto de actividades destinadas a satisfacer las necesidades y deseos de los mercados meta a cambio de una utilidad o beneficio para las empresas u organizaciones que la ponen en práctica; razón por la cual, nadie duda de que el marketing es indispensable para lograr el éxito en los mercados actuales.*

*Por ese motivo, resulta indispensable que todas las personas que son parte (directa o indirectamente) del área comercial de una empresa u organización, conozcan a profundidad cuál es la definición de marketing.*

*Definición de Marketing, Según Diversos Expertos en la Materia:*

*Para Philip Kotler "el marketing es un proceso social y administrativo mediante el cual grupos e individuos obtienen lo que necesitan y desean a través de generar, ofrecer e intercambiar productos de valor con sus semejantes*

*Según Jerome McCarthy, "el marketing es la realización de aquellas actividades que tienen por objeto cumplir las metas de una organización, al anticiparse a los requerimientos del consumidor o cliente y al encauzar un flujo de mercancías aptas a las necesidades y los servicios que el productor presta al consumidor o cliente"*

*Stanton, Etzel y Walker, proponen la siguiente definición de marketing: "El marketing es un sistema total de actividades de negocios ideado para planear productos satisfactores de necesidades, asignarles precios, promover y distribuirlos a los mercados meta, a fin de lograr los objetivos de la organización"*

*Para John A. Howard, de la Universidad de Columbia, "el marketing es el proceso de:*

*1) Identificar las necesidades del consumidor.*

*2) conceptualizar tales necesidades en función de la capacidad de la empresa para producir.*

*3) comunicar dicha conceptualización a quienes tienen la capacidad de toma de decisiones en la empresa.*

*4) conceptualizar la producción obtenida en función de las necesidades previamente identificadas del consumidor y*

*5) Comunicar dicha conceptualización al consumidor"*

*Según Al Ries y Jack Trout, "el término marketing significa "guerra". Ambos consultores, consideran que una empresa debe orientarse al competidor; es decir, dedicar mucho más tiempo al análisis de cada "participante" en el mercado, exponiendo una lista de debilidades y fuerzas competitivas, así como un plan de acción para explotarlas y defenderse de ellas*

*Para la American Marketing Asociation (A.M.A.), "el marketing es una función de la organización y un conjunto de procesos para crear, comunicar y entregar valor a los clientes, y para manejar las relaciones con estos últimos, de manera que beneficien a toda la organización.*

*En síntesis, y teniendo en cuenta las anteriores definiciones, planteo la siguiente definición de marketing:*

*El marketing es un sistema total de actividades que incluye un conjunto de procesos mediante los cuales, se identifican las necesidades o deseos de los consumidores o clientes para luego satisfacerlos de la mejor manera posible al promover el intercambio de productos y/o servicios de valor con ellos, a cambio de una utilidad o beneficio para la empresa u organización.*

***Análisis Estructural de la Definición de Marketing:***

*Luego de analizar todas las definiciones descritas anteriormente se puede visualizar un conjunto de "elementos críticos" que conforman la estructura básica del marketing, los cuales, se detallan a continuación:*

***El marketing es un proceso social y administrativo:***

*Se considera un proceso social porque intervienen grupos de personas, con necesidades, deseos y demandas. Según Kotler, el punto de partida de la disciplina del marketing radica en las necesidades y deseos humanos [1].*

*Además, se considera un proceso administrativo, porque el marketing necesita de sus elementos básicos, como son: la planeación, la organización, la implementación y el control, para el desarrollo de sus actividades.*

*Ambas características básicas y que forman parte de la definición de marketing, ayudan a recordar dos puntos muy importantes: 1) El marketing es realizado por personas y dirigido hacia personas (proceso social): Este aspecto es fundamental para no perder de vista la "humanización" de sus distintas actividades. 2) El marketing necesita ser administrado: Hoy en día no es suficiente tener ideas brillantes, hay que planificarlas, organizarlas, implementarlas y controlarlas, para de esta manera, incrementar las posibilidades de éxito y que la empresa sea más competitiva.*

*El marketing promueve el intercambio de productos de valor con sus semejantes:*

*Intercambio es el acto en el que alguien obtiene algo (p. ej. un producto o servicio) entregando alguna cosa a cambio (p. ej. dinero).*

*Según Philip Kotler, para que el intercambio tenga lugar deben reunirse cinco condiciones: 1) Que existan al menos dos partes, 2) Que cada parte posea algo que pueda tener valor para la otra parte, 3) Que cada parte sea capaz de comunicarse y hacer entrega, 4) Que cada parte tenga libertad para aceptar o rechazar la oferta, 5) Que cada parte considere que es apropiado o deseable negociar con la otra parte [1].*

*Teniendo esto en cuenta, podemos llegar a la conclusión de que el marketing promueve los procesos de intercambio, en el cual, se logra la satisfacción de todas la partes que intervienen en él.*

***El marketing es una función de la empresa:***

*En un sentido amplio, una empresa está compuesta por diferentes departamentos (p. ej. Finanzas, Recursos Humanos, Marketing, etc.); los cuales, realizan diversas funciones pero de una forma coordinada entre sí.*

*El marketing, por su parte, es una función porque comprende una serie de actividades (identificación de oportunidades, investigación de mercados, formulación de estrategias y tácticas, etc...) con objetivos propios, pero que están estrechamente interrelacionados con los otros departamentos, para de esta manera servir a los objetivos globales de la empresa [6].*

***El marketing está orientado a la identificación y satisfacción de necesidades y deseos:***

*Las necesidades están relacionadas con los satisfactores básicos (alimento, abrigo, vivienda, seguridad), en cambio, los deseos tienen que ver con los satisfactores específicos (por ejemplo: una hamburguesa Mc Donald´s para saciar el hambre).*

*Por tanto, una de las tareas más importantes del marketing es identificar las necesidades y deseos que existen en el mercado, para luego, satisfacerlos de la mejor manera posible con un producto o servicio, lógicamente, a cambio de una utilidad o beneficio.*

*Recuerde, para que un producto se venda "solo" en su mercado meta, hay que darle a la gente lo que necesita y desea, a un precio que puedan pagar, comunicándoselo de forma apropiada y con acceso inmediato al producto... De esta manera, no se necesitará hacer grandes esfuerzos para vender lo que se ofrece...*

***El marketing evalúa la capacidad productiva de la empresa:***

*Según John A. Howard, una de las funciones de la mercadotecnia consiste en conceptualizar las necesidades o deseos del mercado meta en productos o servicios de acuerdo a la capacidad productiva de la empresa.*

*Para cumplir esta función, los mercadólogos necesitan evaluar las reales capacidades productivas de la empresa por 3 razones fundamentales: Asegurar la calidad, conocer el "tope" de su capacidad productiva y determinar los puntos de equilibrio.*

*El marketing utiliza un sistema total de actividades comerciales:*

*Un sistema es un conjunto de elementos que actúan e interactúan entre sí para lograr objetivos determinados en un periodo de tiempo específico.*

*Entonces, el marketing es un sistema porque tiene un conjunto de elementos que se conocen como la mezcla de mercadotecnia o las 4 P´s (producto, precio, promoción y posición); los cuales, coadyuvan al logro de los objetivos de la empresa.*

*La mezcla de marketing, es un pilar fundamental para que una empresa participe y sea competitiva en el mercado, pues apunta a satisfacer las necesidades y deseos de su mercado meta mediante la oferta de un producto o servicio; el cual, necesita ser promovido o promocionado para que sea conocido y recordado, además, tiene un precio expresado en términos monetarios, y finalmente, encuentra los medios para que llegue al cliente (Distribución o Posición).*

*El marketing debe cumplir las metas de la empresa para mantenerla en vigencia:*

*Las actividades de marketing se realizan para coadyuvar al logro de aquellos objetivos (a corto, mediano y largo plazo) que la empresa se ha propuesto. Para ello, debe participar de forma sinérgica con todas las demás actividades (financiera, administrativa, producción, etc...).*

*El marketing se encarga de las relaciones con los clientes en beneficio de la organización:*

*"No tenemos un departamento de mercadotecnia: tenemos un departamento de clientes" afirma el Director General de Southwest Airlines, Hell Kellner [7].*

*Esta afirmación nos muestra la convicción de una empresa orientada a mantener relaciones a largo plazo con sus clientes.*

*Sin lugar a dudas, una de las actividades más importantes del marketing es el de establecer vínculos permanentes entre la empresa y los clientes, con el objetivo de generar (si es posible) "clientes de por vida".*

*El marketing es un instrumento para competir con otras empresas:*

*Según Al Ries y Jack Trout, todas las empresas tienen un segmento que conquistar y competidores que vencer o de quienes defenderse [3].*

*Esta definición nos recuerda que ninguna empresa es una "isla"; por tanto, necesita interiorizarse de las características de sus clientes y de las debilidades y fortalezas de sus competidores; para luego, establecer un plan de acción que le permita posicionarse, defenderse y atacar.*

 *Tareas*

*Tarea del día 20 de Sep.*

1. *Indica los diferentes tipos de alimentos sin explicación*
2. *¿Cuál es la diferencia entre el plan Americano, americano completo y americano Modificado?*
3. *¿Indica cual es plan Continental?*
4. *¿Cuál es el plan todo incluido?*
5. *¿cómo podrías promocionar tu hotel y que tipo de alimentos le ofrecerías?*

*Tarea del 21 y 22 de Sep.*

1. *Dame el concepto de Marketing*
2. *Dame mínimo 2 conceptos de Marketing según algunos expertos*
3. *Dime el proceso me Marketing según John A. Howard, de la Universidad de Columbia.*
4. *Cuál es la función de Marketing según la American Marketing Asociation (A.M.A).*
5. *Indícame es un proceso social y administrativo de Marketing*
6. *Dime la función del Marketing en una empresa:*
7. *Cuál es la identificación y satisfacción de necesidades de una empresa.*
8. *¿ El marketing evalúa la capacidad productiva de la empresa ?*
9. *Realiza un Mapa conceptual .*