



Módulo 1.

Turismo



Agenda

Presentación y práctica de bienestar

Parte 1. Revisión de conceptos

Actividad 1. Análisis de tendencias en pymes turísticas

Actividad 2. Un clavado en las regulaciones ambientales para ecoturismo

Receso

Parte 2. Revisión de conceptos

Actividad 3. Finanzas verdes para turismo verde

Actividad 4. Turismo de bienestar y productos turísticos estratégicos para pymes

Cierre



Presentación

Felicidad en el trabajo

Reflexiona sobre las distintas dimensiones de tu vida cotidiana, enfocando el análisis a cómo fomentar un estado de ánimo y relaciones positivas en el ámbito laboral.

Palabras clave: Involucramiento, emociones positivas, relaciones positivas.

Instrucciones para el aprendedor:

Elegir conscientemente maneras de incrementar la felicidad en el trabajo puede hacer la diferencia en cómo nos sentimos y qué tan bien nos desempeñamos. En lugar de quejarnos del trabajo, ¿por qué no pensar en cómo podemos obtener mayor felicidad de lo que hacemos?

A manera de reflexión, responde las siguientes preguntas que están enfocadas a distintas dimensiones de tu vida:

Resiliencia:

¿Cuáles son mis tácticas para lidiar con los retos difíciles en el trabajo?

¿Me estoy enfocando en lo que puedo controlar?

¿Necesito pedir ayuda a otros?

¿Hay alguien a mi alrededor que quiera mi ayuda?

Generalidades de la industria



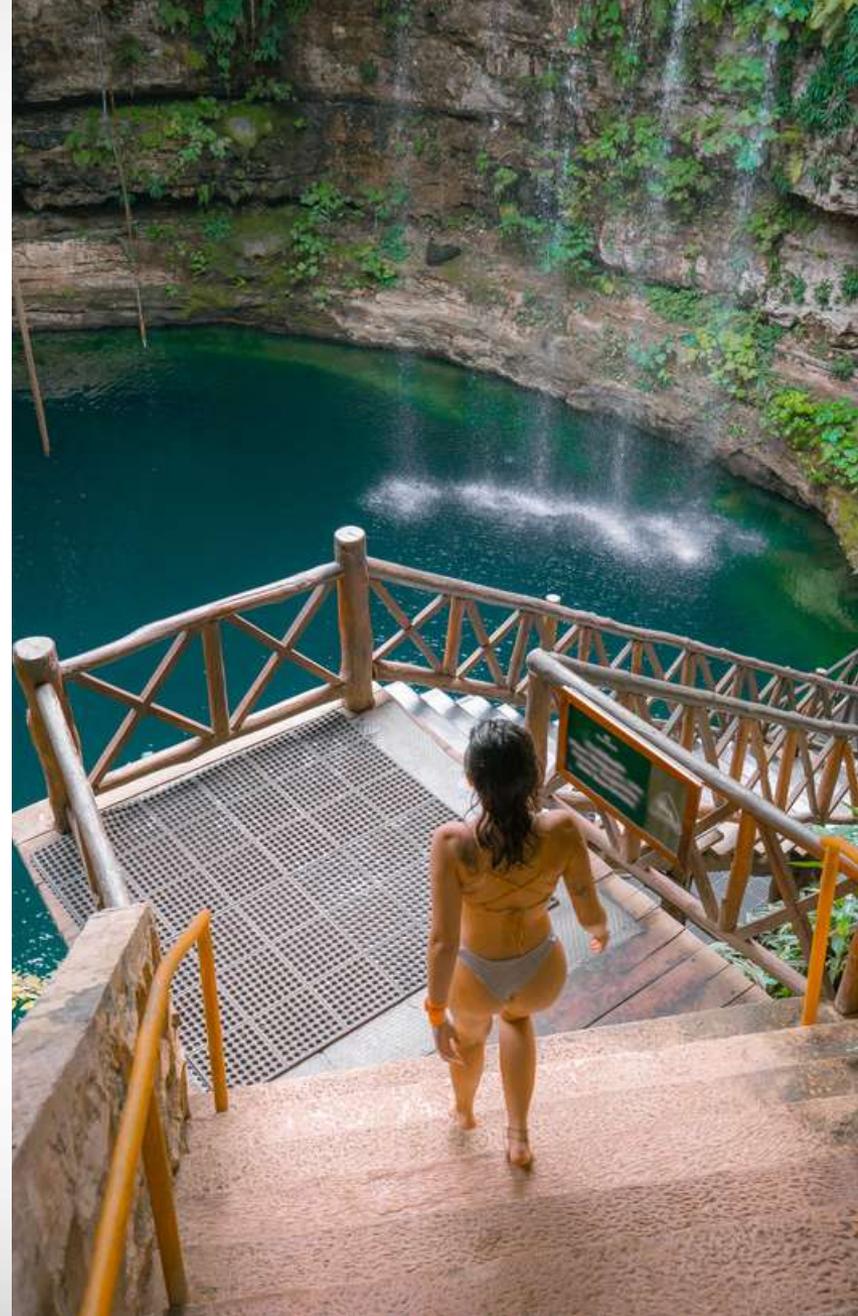
Contenidos:

- Secretaría de Turismo (SECTUR).
- Clasificación de turistas de la Organización Mundial del Turismo.
- Segmentos turísticos que aportan más ingresos al país.
- Tendencias más importantes en el turismo.



Definición de sector turismo

De acuerdo con la Secretaría de Turismo (2018), el turismo se puede definir como la actividad de viajar y visitar lugares fuera de la residencia habitual por placer, recreación, ocio o perspectiva de negocios (sin generar una contraprestación por su visita) por un lapso menor a un año. Las actividades turísticas pertenecen al sector terciario de la economía.



Importancia del sector turismo en el PIB nacional



Gutiérrez (2023) refiere que, en 2022, la contribución del sector turístico al Producto Interno Bruto (PIB) de México aumentó un 23% en comparación con el año anterior, alcanzando aproximadamente 215 mil millones de dólares, lo que representó el 14.7% de la economía mexicana.

Estas cifras estuvieron tan solo un 2.1% por debajo de los niveles reportados en 2019.



Para el cierre del 2023, el sector turístico de México será responsable de generar 7.1 millones de empleos, lo que representa el 12.3% del total de puestos de trabajo en el país. Gutiérrez (2023) señala que, según Consejo Mundial de Turismo, el WTTC por sus siglas en inglés, en el año 2022 la llegada de turistas internacionales aumentó, generando un gasto de 29.4 mil millones de dólares, lo cual representa un incremento del 31.2% en comparación con 2021, aunque aún un 1.1% por debajo de los niveles anteriores a la pandemia.

Fuente: Gutiérrez, J. (2023). *Turismo en México se recuperará este 2023, afirma el WTTC*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/notas/2023/05/22/economia/turismo-en-mexico-se-recuperara-este-2023-afirma-el-wttc/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20su%20C3%B3lvaro%20represent%20el%2015%20por>

Objetivos de la SECTUR

La meta de la SECTUR (2018), es situar a México como un importante destino turístico a nivel mundial, ofreciendo una amplia variedad de servicios y destinos competitivos.

5 objetivos prioritarios desde la perspectiva gubernamental:

1. Mejorar la imagen del país y garantizar la seguridad de los destinos turísticos.
2. Alcanzar el décimo lugar con mayor captación de divisas y el quinto en el *ranking* de los países más visitados.
3. Aumentar la competitividad de los destinos turísticos.
4. Mejorar el nivel de vida de la población en las localidades turísticas.
5. Promover desarrollo turístico sustentable.



Sector turismo de acuerdo con el INEGI

La Secretaría de Turismo (2018) señala que la Organización Mundial del Turismo advierte la existencia de diversos tipos de visitantes.

- Turista nacional: viaja al interior del país en el que reside.
- Turista internacional: su destino de viaje es un país diferente al de residencia, y a su vez, comprende 2 tipos adicionales:
 - Turista fronterizo: cuando permanece a no más de 20 km de la frontera.
 - Turista de internación: cuando el visitante viaja más allá de 20 km de la frontera.
- Turista internacional excursionista: realiza un viaje con una duración menor a un día sin pernocta.
 - Los excursionistas internacionales se dividen en fronterizos y cruceristas.



Gutiérrez, J. (2023). *Turismo en México se recuperará este 2023, afirma el WTTC*. Recuperado de <https://www.jornada.com.mx/notas/2023/05/22/economia/turismo-en-mexico-se-recuperara-este-2023-afirma-elwttc/#:~:text=De%20acuerdo%20con%20su%20%C3%BAltimo,sector%20represent%C3%B3%20el%2015%20por>

Secretaría de Turismo. (2018). *Nuestro Turismo, el gran motor de la economía nacional*. Recuperado de https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/412719/Turismo_2040_Poli_tica_Turi_stica_de_Estado.pdf

Tema 2

Conceptos y definiciones



Contenidos:

- Infraestructura y superestructura turística.
- Características del ecoturismo.
- Formas de turismo.
- Tipos de turismo.





Tipos de turismo

Existen 3 formas de turismo: turismo interno, turismo receptor y turismo emisor.

Definición de las tres formas principales de turismo:

- **Turismo interno:** cuando el visitante reside en el país en que viaja.
- **Turismo receptor:** cuando un país acoge en una localidad a un visitante que realiza actividades en un país en el que no reside.
- **Turismo emisor:** cuando un residente en un país hace un viaje fuera de su territorio. En la mayoría de los casos el viaje no rebasa los 12 meses y además del placer o el ocio, puede haber otras razones como cambiar de residencia por un tiempo corto por trabajo u otros motivos (UNWTO, s.f.).

Tipos de turismo:

- Turismo de aventura.
- Turismo costero, marítimo y de aguas interiores.
- Turismo cultural.
- Turismo deportivo.
- Turismo educativo.
- Turismo gastronómico.
- Turismo de montaña.
- Turismo de negocios.
- Turismo de rural.
- Turismo de salud.
 - Turismo de bienestar.
 - Turismo médico.
- Turismo urbano.



Explicación

Las **características** del ecoturismo, de acuerdo con Entorno Turístico (2022), son:



- Es **responsable** con el uso y manejo de los recursos del lugar, como agua, fauna, flora.
- Es **respetuoso** con las comunidades que habitan los lugares que se visitan.
- Es **honesto** con el producto que se ofrece para que conserve condiciones de autenticidad al ofrecerlo al turista.
- Es **educativo**, pues busca que el turista aprenda del entorno que visita.
- Es **interactivo**, pues permite un contacto directo.
- Es **democrático**, pues busca que todos puedan disfrutar, aprender y responsabilizarse del entorno visitado.

Entorno Turístico. (2022). *¿Qué es el ecoturismo?* Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-ecoturismo/>

UNWTO. (s.f.). *Glosario de términos turísticos*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>

Producto turístico



Asegúrate de:

- Concepto de producto turístico.
- Elementos del producto turístico.
- Características de los productos turísticos sostenibles.
- Tipos de *marketing* turístico.





Elementos del producto turístico:

- Accesibilidad
- Infraestructura
- Servicios turísticos
- Atracciones turísticas
- Gastronomía
- Patrimonio
- Actividades recreativas
- Promoción y comercialización
- Servicio al cliente
- Reputación del destino

Productos turísticos sostenibles

La Organización Mundial de Turismo (UNWTO, s.f.), señala que los enfoques para desarrollar un turismo sostenible se deben implementar en todas las modalidades y destinos turísticos, abarcando tanto el turismo masivo como los diferentes segmentos de la industria.

Los principios de sostenibilidad se centran en los **aspectos medioambientales, económicos y socioculturales** del desarrollo turístico, buscando establecer un equilibrio adecuado entre estas tres dimensiones para asegurar su viabilidad a largo plazo.



Premisas básicas del turismo sostenible:

- a) Utilizar de manera **eficiente los recursos ambientales** preservando los procesos ecológicos esenciales y contribuyendo a la conservación de los recursos naturales y la biodiversidad.
- b) Respetar la **autenticidad sociocultural de las comunidades locales**, preservar su patrimonio cultural y arquitectónico, así como sus valores tradicionales, y fomentar la comprensión y la tolerancia intercultural.
- c) Garantizar la **viabilidad económica a largo plazo de las actividades turísticas**, generando beneficios socioeconómicos equitativos para todas las partes involucradas, incluyendo oportunidades de empleo estable, generación de ingresos y servicios sociales para las comunidades locales, contribuyendo a la reducción de la pobreza (UNWTO, s.f).



Mercadotecnia y venta de los productos turísticos

Moreno (2022) define el *marketing* turístico como una estrategia de promoción que se basa en un plan detallado compuesto de técnicas y acciones específicas para **dar visibilidad** a productos y servicios relacionados con el turismo, tales como destinos, hoteles, servicios de transporte, aerolíneas, agencias de viaje, restaurantes y operadores turísticos. Su propósito principal es fomentar el **crecimiento de la industria, atraer clientes y crear reconocimiento de marca.**



Tipos de *marketing* turístico:

- a) Marketing de destino.
- b) Marketing por actividad.
- c) Marketing corporativo.
- d) Marketing sostenible.
- e) Marketing gastronómico.
- f) Marketing de experiencias.
- g) Marketing de bienestar.



Bibliografía

Moreno, J. (2022). *Marketing turístico, qué es, importancia, características y claves*. Recuperado de <https://blog.hubspot.es/marketing/marketing-turistico>

UNWTO. (s.f.). *Desarrollo sostenible*. Recuperado de <https://www.unwto.org/es/desarrollo-sostenible>

Actividad 1

Viaje financiero: explorando oportunidades en el turismo

Objetivo: Aplicar el conocimiento sobre la clasificación y segmentación del turismo en México para asesorar en la creación de productos financieros específicos, con el propósito de demostrar su aplicabilidad en la toma de decisiones financieras para pymes en el sector turístico.

Parte 1: Apertura e introducción al módulo

- a) Recupera la propuesta de producto financiero que diseñaron previamente en el *prework*.
- b) El instructor abre la sesión dando la bienvenida a los participantes. Posteriormente, les pedirá que completen la siguiente frase: Si el turismo en México fuera una serie o película, ¿cuál sería?
- c) Cada participante tendrá cinco segundos para pensar en la serie o película que para ellos represente el turismo en México.
- d) Después, compartirán su elección y justificarán en una frase por qué eligieron esa serie o película.
- e) El instructor realizará una reflexión sobre la importancia del turismo en México y aprovechará para sintetizar los aprendizajes centrales del Módulo de Sector turismo I.
- f) De forma voluntaria, los asistentes formarán grupos de cuatro a cinco elementos y seleccionarán un segmento turístico que identificaron como rentable en la actividad previa.

Actividad 1

Parte 2: Simulación y *role-playing*

- Cada equipo presentará de forma breve la propuesta de producto financiero que diseñaron en la actividad previa.
- Los equipos actuarán como firmas de asesoramiento financiero. Un miembro del equipo asumirá el rol del cliente (empresario de una pyme) y hará tres preguntas al equipo de asesores, quienes deberán responder a cada cuestionamiento de forma adecuada.

Tras la simulación, los equipos tendrán 10 minutos para ajustar su propuesta de producto financiero basándose en el *feedback* recibido.

Parte 3: Presentación y reflexión

1. Los equipos presentarán su producto financiero ajustado y explicarán su utilidad práctica para las pymes en su segmento turístico.
2. Entre todos, elegirán al equipo que presentó el mejor trabajo y determinarán qué integrante de los equipos personificó de manera más realista al cliente de las pymes que cuestionó al equipo de asesores.
3. El instructor facilitará una discusión en plenaria sobre cómo estos productos financieros podrían impactar en el desarrollo del turismo en México y en las estrategias financieras para pymes.

Cierre:

- El instructor resumirá los aprendizajes clave de la actividad y anunciará un receso de 15 minutos, sugiriendo que los participantes utilicen este tiempo para intercambiar tarjetas de contacto o discutir posibles colaboraciones futuras en el sector turístico.



15 minutos

Cierre

Tomen un receso de 15 minutos. Es un espacio apto para realizar un *coffee break* colaborativo mientras disfrutan de un café, conversen con alguien sobre un desafío laboral actual y busquen juntos posibles soluciones.

Actividad 2

Análisis y debate: escenarios financieros en turismo

Objetivo: Utilizar los conceptos y definiciones clave del sector turismo en México para evaluar la viabilidad y el impacto de diferentes escenarios financieros, esto con el propósito de aplicar este conocimiento en la toma de decisiones financieras para pymes en el sector turístico.

Parte 1: Selección de escenarios turísticos

1. Recupera el glosario interactivo que crearon previamente en el *prework*.
2. El instructor invitará a los equipos a que seleccionen, con base en sus regiones geográficas de origen y sus intereses de negocios, uno de los siguientes escenarios financieros para debatir:
 - a) **Financiamiento de un hotel ecológico en Tulum:** ¿Es viable invertir en un hotel que promueve el turismo sostenible, considerando los costos iniciales y las regulaciones ambientales?
 - b) **Inversión en una agencia de viajes en línea especializada en turismo de aventura:** ¿Cuál es el retorno de inversión esperado al apostar por un nicho de mercado como el turismo de aventura?
 - c) **Desarrollo de una *app* para turismo cultural:** ¿Es viable financiar una aplicación móvil que ofrezca recorridos virtuales y guías de destinos culturales, considerando la competencia y los costos de mantenimiento?

Actividad 2

Parte 2: El gran debate

Cada grupo dispondrá de 10 minutos para preparar sus argumentos a favor o en contra, utilizando su glosario interactivo como referencia.

- a) Los grupos presentarán sus argumentos en cinco minutos, defendiendo la viabilidad o inviabilidad del escenario financiero que eligieron.
- b) Tras cada presentación, los demás grupos tendrán tres minutos para hacer preguntas o refutar los argumentos presentados.

Parte 3: Conclusiones

- a) El instructor conducirá una reflexión grupal para concluir en plenaria sobre el impacto del sector financiero en el desarrollo del turismo en México y en el crecimiento económico de las pymes en el territorio nacional.
- b) Los aprendedores votarán por el grupo que presentó el escenario más convincente y viable, tomando en cuenta la aplicabilidad de los conceptos y definiciones del sector turismo.

Cierre:

- a) El instructor pedirá a un integrante que sintetice los aprendizajes clave de la actividad. Se hará un receso de 15 minutos, los participantes pueden utilizar este tiempo para hacer algunos ejercicios de estiramiento o dar una pequeña caminata por el sitio.



Receso

Tema 4

Operación de empresas turísticas



Contenidos:

- Empresas turísticas y sus principales características.
- Hotel de una o cinco estrellas.
- Aportación de las empresas turísticas a la economía nacional.
- Estrategias de *marketing* sostenible para una empresa turística.



Hotelería

Es una actividad económica de la rama del turismo que se encarga de administrar y proveer todos los servicios relacionados con el alojamiento y, la mayoría de las veces, también de los servicios de alimentos y bebidas a los turistas. Estos tipos de establecimientos son todos los hoteles, pensiones, hostales, tiempos compartidos y los apartamentos de alquiler temporal.



Significado de las estrellas en el sistema de clasificación hotelera en México	
	En esta categoría entran los hoteles con servicios muy básicos para el huésped, tales como habitación, baño, regadera y servicio de limpieza.
	Adicional a lo ya mencionado, en su infraestructura ofrecen iluminación y un área de recepción.
	Esta categoría ofrece un servicio más completo, pero sin grandes lujos, que puede incluir elevadores, estacionamiento y áreas verdes.
	Aquí se pueden ver ya instalaciones de lujo y una superioridad en la calidad de los servicios: calefacción o aire acondicionado, restaurantes y bares, alberca, gimnasio y salones de eventos.
	Muy enfocado en la alta calidad de sus servicios. Cuentan con más de un restaurante, en muchos casos, algunos de ellos con especialidades. La mayoría de estos hoteles ofrecen servicio a la habitación las 24 horas.

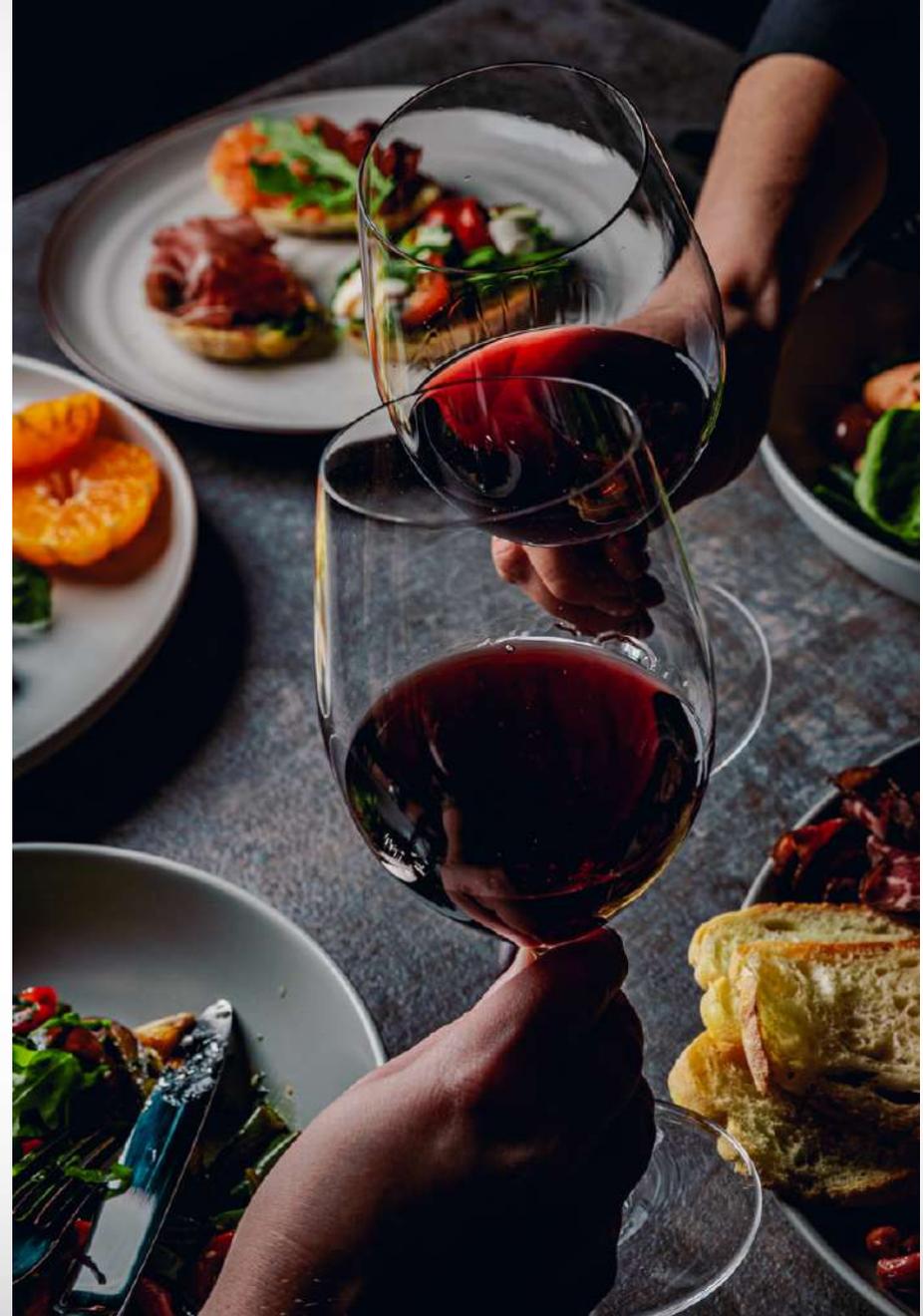
Fuente: Entorno Turístico. (2022). *Sistema de Clasificación Hotelera en México*.

Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/sistema-de-clasificacion-hotelera-en-mexico>

Alimentos y bebidas

La responsabilidad del restaurante o restaurantes de un hotel recae en el gerente de alimentos y bebidas, quien se encarga de gestionar las siguientes funciones:

- Mantener la calidad en los alimentos y en su servicio.
- Definir la variedad y tipo de alimentos y bebidas presentes en los menús.
- Contar con un manual de procedimientos completo.
- Control de costos e inventarios de alimentos y bebidas.

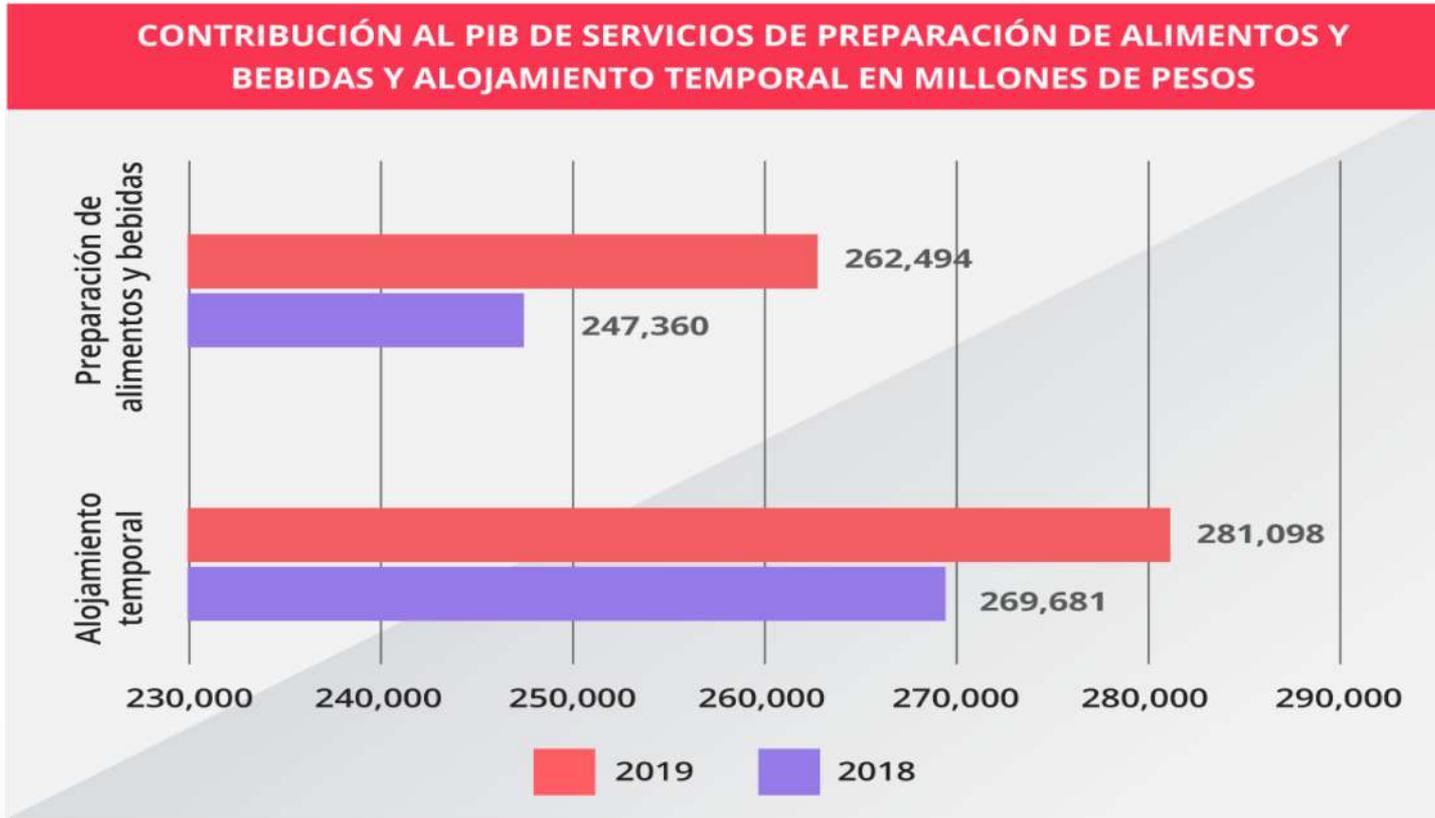




Lineamientos generales:

Servicio de alimentos y bebidas en hoteles:

- Se considera un plus al reservar una habitación.
- Modalidad *all inclusive*.
- NOM 093, Norma Oficial Mexicana. Especificaciones sanitarias y cédula de verificación de la Secretaría de Gobernación (1994).



Fuente: INEGI (2021). *Censos económicos 2019. La industria restaurantera en México*. Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825199357.pdf

Centros recreativos

Lugares temáticos que brindan un espacio de recreación, esparcimiento y diversión a los usuarios. Además, muchos de estos establecimientos cuentan con las instalaciones y la infraestructura adecuada para la estadía de turistas atraídos por la experiencia que brindan. Los centros recreativos pueden ser parte de un centro turístico o el destino en sí, como son los centros turísticos de escala y de excursión.

Centros turísticos	
De distribución	Es una concentración urbana desde la cual se puede partir para visitar otros centros turísticos de menor jerarquía que se encuentran en un área de influencia cercana. Los turistas pueden visitar dichos centros y regresar para pernoctar.
De estadía	Estos se basan en un solo tipo de atractivo en donde los turistas tienen una estadía por más de tres días, sin salir a visitar y conocer otros lugares diferentes al que motivó el viaje.
De escala	Son una conexión de escala intermedia en recorridos de grandes distancias, muchas veces es donde se concentran y hacen interconexión algunas aerolíneas <i>hubs</i> . Por lo general, en estos centros la estadía no se extiende por más de una noche, principalmente en los centros de escala carreteros, donde muchas veces la escala es solo para el consumo de alimentos y abastecimiento o reparaciones del automóvil, sin necesidad de pernoctar.
De excursión	Reciben a los turistas por periodos menores a 24 horas, generalmente provienen de algún centro de distribución o de estadía. Su visita por lo regular está relacionada con el interés de conocer algún atractivo específico del lugar.

Fuente: Entorno Turístico. (2017). *Qué son los Centros turísticos y los 4 tipos de Centros turísticos*. Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/>

Agencias de viajes

Son empresas que se dedican a la comercialización de hospedaje, traslado y otros servicios turísticos de manera profesional y actúan como intermediarias entre los viajeros y los destinos del viaje. Asimismo, se encargan de gestionar total o parcialmente la diversidad de servicios presentes en la oferta turística. Su objetivo principal es conseguir la satisfacción de los clientes que demandan servicios y productos turísticos de calidad, los cuales son comercializados por diferentes agencias de viajes existentes.

Tipos de agencias de viajes	
Mayorista/Tour operador	Se encargan de la organización de viajes y servicios turísticos, comercializando estos productos a través de agencias de viaje minoristas.
Minorista	Tiene una mayor relación con la venta al cliente final de los paquetes desarrollados previamente por las agencias de viaje mayoristas. En una escala más reducida, puede producir paquetes compuestos de servicios turísticos individuales. Este tipo de agencias son las que más existen en México.
Mayoristas/minoristas (mixtas)	Crean productos y venden a través de sus propias redes o de agencias minoristas. En ocasiones tienen extensiones a manera de franquicia.

Fuente: CEUPE magazine. (s.f.a). ¿Qué es una agencia de viaje? Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-agencia-de-viaje.html>

Explicación



Tipos de agencias de viajes (Sildavia Viajes, s.f.):

Agencias de viajes emisoras (*outgoing*): comercializan viajes y servicios turísticos a sus clientes, tanto a nivel nacional como internacional, a destinos que no están en la misma zona geográfica de la agencia.

Agencias de viajes receptoras (*incoming*): comercializar los servicios de tierra, sus clientes directos son las agencias emisoras. Las agencias receptoras tienen trato directo con el turista en lo que se refiere a los servicios locales en el destino del viaje, ya que ahí mismo se encuentran ubicadas. Se encargan de ofrecer soluciones a cualquier incidente o percance que se pueda producir durante la estadía del viajero, en coordinación con las agencias emisoras.

Agencias de viajes emisoras-receptoras: se estima que una tercera parte de las agencias de viaje son emisoras-receptoras, dependiendo de su actividad y del mercado turístico del país de origen, pueden enviar clientes a destinos extranjeros y de igual forma recibirlos. Dichos clientes consumen sus servicios en el destino en donde desarrollan su actividad, aquí entran las agencias de viajes en línea.

Servicios de transportación

Tiene un valor utilitario desplazando turistas desde su lugar de origen a los diferentes destinos vacacionales también, funge como atracción turística y parte de la oferta, por ejemplo, cruceros o ferrocarriles, que permiten el desplazamiento hacia el destino a la vez que el turista puede disfrutar y gozar de la experiencia y del producto turístico en el medio de transporte.

Clasificación del transporte turístico	
	Transporte terrestre <ul style="list-style-type: none">• Ferrocarriles de servicio regular y turístico.• Instalaciones con mecanismos especiales: funicular y teleférico.• Transportación por carretera:<ul style="list-style-type: none">o Autobuses de servicio regular, servicio turístico y de fletes para recorridos.o Casas rodantes en renta o de particulares.o Automóviles de renta o particulares.o Motocicletas de renta o particulares.o Bicicletas de renta o particulares.
	Transporte acuático <ul style="list-style-type: none">• Marítimo.• Fluvial.• Lacustre.
	Transporte aéreo <ul style="list-style-type: none">• Aviones comerciales.• Helicópteros.• Aviones chicos privados en renta.

Fuente: CEUPE magazine. (s.f.b). *Servicios turísticos: Qué son, tipos e importancia*. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html#:~:text=Transporte%20terrestre%3A%20Trenes%2C%20autobuses%2C,canoas%2C%20botes%20inflables%20o%20lanchas>

Ventas de servicios turísticos y hoteleros

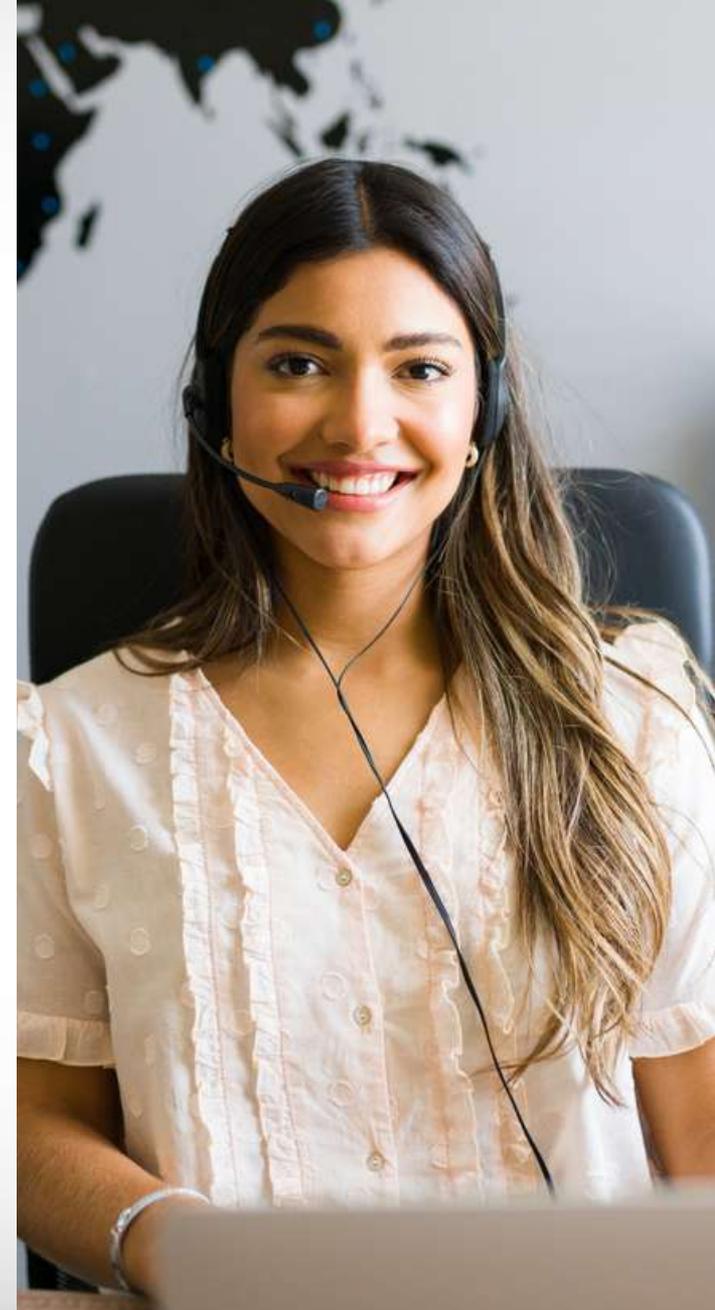
Para poder vender un producto turístico es primordial saber:

- Qué es lo que el cliente quiere.
- Sus gustos para el viaje.
- Su presupuesto.



Implementación de planes estratégicos de mercadotecnia sostenible y nichos de mercado:

1. Reducir las materias primas, minimizar los residuos y comunicarlo.
2. Promover el consumo responsable frente al consumismo convencional.
3. Impulsar una causa ambiental como propia.
4. Obtener etiquetas o certificaciones.
5. Uso de medios digitales para comunicar de manera eficaz.
6. Alianzas con organizaciones afines.
7. Tener una conducta ejemplar.
8. Destacar los beneficios que se llevarán los clientes.
9. Apostar por el *ecobranding* y el diseño *web* sostenible.
10. Donar con cada compra puede compensar las emisiones de tu organización.



Bibliografía

CEUPE magazine. (s.f.a). *¿Qué es una agencia de viaje?* Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/que-es-una-agencia-de-viaje.html>

CEUPE magazine. (s.f.b). *Servicios turísticos: Qué son, tipos e importancia.* Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/servicios-turisticos.html#:~:text=Transporte%20terrestre%3A%20Trenes%2C%20autobuses%2C,canoas%2C%20botes%20inflables%20o%20lanchas>

Entorno Turístico. (2017). *Qué son los Centros turísticos y los 4 tipos de Centros turísticos.* Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/los-centros-turisticos-los-4-tipos-centros-turisticos/>

Entorno Turístico. (2022). *Sistema de Clasificación Hotelera en México.* Recuperado de <https://www.entornoturistico.com/sistema-de-clasificacion-hotelera-en-mexico/>

INEGI (2021). *Censos económicos 2019. La industria restaurantera en México.* Recuperado de https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825199357.pdf

Secretaría de Gobernación. (1990). *REGLAMENTO para el autotransporte federal exclusivo de turismo.* Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4721115&fecha=29/07/1994

Secretaría de Gobernación. (1994). *PROYECTO de Norma Oficial Mexicana NOM-093-SSA1-1994, Bienes y servicios. Preparación de alimentos que se ofrecen en establecimientos fijos. Especificaciones sanitarias. Cédula de verificación.* Recuperado de http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4721115&fecha=29/07/1994

Sildavia Viajes. (s.f.). *Agencias de Viajes, ¿Que es una Agencia de Viajes? y ¿Como me Ayuda en mi Viaje?* Recuperado de <https://www.sildaviaviajes.com/agencias-de-viajes/>

Turismo de bienestar



Contenidos:

- Características del turismo de bienestar.
- Importancia del turismo de bienestar en México.
- Alimentación y los *spas* en el turismo de bienestar.
- Regiones en México que se pueden desarrollar en turismo de bienestar.





Segmentos de mercado

De acuerdo con Deloitte (2019), el turismo de salud se divide en tres: turismo médico, turismo *wellness* (o de bienestar) y turismo de retiro.

Características que lo diferencian de los demás segmentos:

1. Profesionales de la industria: los servicios son prestados por expertos que poseen diversos niveles de competencia y pueden o no contar con certificaciones tradicionales.
2. *Drivers* de consumo (razones de consumo): los viajeros se desplazan tanto a nivel nacional como internacional con el objetivo de preservar o mejorar su salud y promover su bienestar en general.
3. Tipos de servicios: los servicios de spa, medicina alternativa y yoga no se consideran dentro del ámbito de la medicina tradicional.

Explicación

Bancomext (s.f.) afirma que los turistas provenientes de Estados Unidos conforman la mayor parte del mercado turístico de bienestar en México.

El informe también revela que:

- 69.5% se interesa por aguas termales y balnearios.
- 23.5% está interesado en actividades *fitness*.
- 18.4% en tratamientos de belleza y anti-edad.
- 18.3% en cocina saludable y comida dietética.
- 3% de estos viajeros busca terapias de relajación, saunas y masajes.

Se destaca que:

- 87.2% de los turistas busca información principalmente a través de internet.
- 34.3% que acude a agencias de viajes.
- 23.5% se basa en recomendaciones de amigos y familiares.
- 12% utiliza revistas especializadas en turismo.



Explicación

Factores de crecimiento

Deloitte (2019) enumera factores que potencian las posibilidades del turismo de *wellness* en México:

1. Recursos naturales: 31 parques naturales.
2. Spas y temazcales: Numerosos hoteles resorts.
3. Aguas termales / minerales: 576 lugares con aguas termales y temazcales.
4. Acervo cultural: 121 pueblos mágicos.



Tipos de *spas*:

- Spas de bienestar.
- Spas diurnos.
- *Pamper spas*.
- Spas de pérdida de peso.
- Spas de salud.
- Spa balneario médico.
- Spa estancia balneario.
- Spas balnearios de rehabilitación.



Tipos de alimentación como tendencias del turismo de bienestar (Yee, 2020):



- Gastrobotánica.
- Dieta ayurvédica.
- Alimentación consciente (*mindful eating*).

Bibliografía

Bancomext (s.f.). *México ocupa el primer lugar en turismo “wellness” en América Latina*. Recuperado de <https://www.bancomext.com/blog-bancomext/mejora-tu-hotel/mexico-ocupa-el-primer-lugar-en-turismo-wellness-en-america-latina/>

Deloitte. (2019). *Oportunidades de mercado y perspectivas del turismo de salud en México*. Recuperado de <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/bienes-raices/2019/Turismo-de-Salud-en-Mexico.pdf>

Organización Mundial de la Salud. (2022). *Salud mental, fortalecer nuestra respuesta*. Recuperado de <https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-strengthening-our-response>

Yee, A. (2020). *Turismo wellness. Tendencias en 2020*. Recuperado de <https://foodandtravel.mx/turismo-wellness-tendencias-en-2020/#:~:text=Con%20ayuda%20del%20entendimiento%20de,a%20la%20hora%20de%20comer>

Actividad 3

Finanzas verdes: creando soluciones innovadoras para el turismo sostenible

Objetivo: Utilizar los conceptos y estrategias de financiamiento en turismo sostenible para enfrentar y resolver desafíos financieros específicos, a fin de fortalecer la toma de decisiones en la gestión de proyectos turísticos sostenibles.

Parte 1: Mercado de ideas

1. Recupera el Folleto o video promocional que diseñaron previamente en el *prework*.
2. El instructor colocará en diferentes mesas tarjetas con los siguientes desafíos financieros específicos que enfrenta el turismo sostenible:
 - a) Financiamiento de energías renovables en destinos turísticos.
 - b) Creación de fondos de inversión para la conservación de áreas naturales.
 - c) Microcréditos para comunidades locales involucradas en el turismo.
 - d) Financiamiento para la certificación de sostenibilidad en hoteles y *resorts*.
 - e) Inversión en tecnologías limpias para el transporte turístico.
3. Los equipos recorrerán las mesas y elegirán un desafío que les interese resolver.

Actividad 3

Parte 2: Cocreación de soluciones

Cada equipo se reunirá en una mesa y utilizará el producto financiero que diseñaron previamente como punto de partida para cocrear una solución al desafío seleccionado.

- Los equipos tendrán que adaptar o expandir su producto financiero considerando el desafío elegido.
- Al finalizar, los equipos presentarán su solución en un formato de *elevator pitch* o discurso breve de presentación de tres minutos. Para tener mayor claridad sobre este tipo de discurso, puedes revisar las definiciones disponibles en Internet, que contienen instrucciones para realizar un pitch paso a paso (por ejemplo: <https://www.iebschool.com/blog/las-claves-para-realizar-un-elevator-pitch-lean-startup/>).

Parte 3: Evaluación y *networking*

- a) Los equipos rotarán entre las mesas para escuchar las soluciones de los demás y dar retroalimentación.
- b) Los aprendedores votarán por la solución más innovadora y aplicable al mundo real.

Cierre:

- El instructor seleccionará a un equipo para que comente ante el resto del grupo las lecciones principales que les dejó el desarrollo de la actividad. Enseguida, tendrán un receso de 15 minutos. Durante esta pausa, se sugiere que los participantes descansen o utilicen este tiempo para intercambiar contactos profesionales para fomentar futuras colaboraciones en proyectos de turismo sostenible.



15 minutos

Cierre

Tomen un receso de 15 minutos. Es un espacio apto para realizar un *coffee break* colaborativo mientras disfrutan de un café, conversen con alguien sobre un desafío laboral actual y busquen juntos posibles soluciones.

Actividad 4

Estrategias empresariales: de la teoría a la práctica

Objetivo: Utilizar los aprendizajes centrales sobre la operación y marketing de empresas turísticas para diseñar estrategias empresariales efectivas, esto con el fin de mejorar la viabilidad y sostenibilidad de proyectos turísticos en desarrollo.

Parte 1: Reconocimiento de empresas turísticas

- Integrar el plan de negocios que elaboraste previamente en el *prework*.
- El instructor presentará brevemente diferentes tipos de empresas turísticas y sus características.
- Los equipos tendrán cinco minutos para identificar qué tipo de empresa turística se asemeja más a la que propusieron en su plan de negocios.

Parte 2: Clasificación y marketing

- Los equipos revisarán la lista de criterios que determinan la clasificación de hoteles por estrellas que está disponible en Canvas dentro del Tema 4.
- Cada equipo discutirá sobre la forma en que la empresa podría alcanzar una clasificación de 4 o 5 estrellas mediante la implementación de estrategias de marketing sostenible.
- Diseñarán una presentación con imágenes y colores atractivos para ilustrar sus estrategias. Tendrán cinco minutos para presentar sus trabajos al resto del grupo.

Actividad 4

Parte 3: Impacto económico y sostenibilidad

- Los equipos calcularán el impacto económico y ambiental de su empresa turística tomando en cuenta los conceptos aprendidos.
- A continuación, discutirán cómo su empresa contribuirá a la economía local y nacional y presentarán sus hallazgos en tres minutos.

Parte 4: Revisión y mejora del plan de negocios

1. Con base en los aprendizajes de la actividad, cada equipo tendrá 15 minutos para hacer ajustes a su plan de negocios original.
2. Los equipos compartirán los cambios realizados y recibirán retroalimentación de los demás.

Cierre:

- El instructor finaliza la actividad enfatizando la importancia que tiene para los negocios contar con un plan de negocios claro y de qué forma pueden asesorar a sus clientes del sector turismo para que afinen sus planes. Tendrán un receso de 15 minutos, el cual podrán utilizar para compartir con los demás enlaces de interés o artículos relacionados con la mejora de estrategias empresariales en turismo.



Cierre:

Se alienta a los participantes a llevar consigo sus compromisos y reflexiones, recordándoles que el cambio y la mejora son procesos continuos, que cada paso, pequeño o grande, es crucial en el camino hacia el éxito profesional y personal.

Tecmilenio no guarda relación alguna con las marcas mencionadas como ejemplo. Las marcas son propiedad de sus titulares conforme a la legislación aplicable, se utilizan con fines académicos y didácticos, por lo que no existen fines de lucro, relación publicitaria o de patrocinio.

La obra presentada es propiedad de ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN SUPERIOR A.C. (UNIVERSIDAD TECMILENIO), protegida por la Ley Federal de Derecho de Autor; la alteración o deformación de una obra, así como su reproducción, exhibición o ejecución pública sin el consentimiento de su autor y titular de los derechos correspondientes es constitutivo de un delito tipificado en la Ley Federal de Derechos de Autor, así como en las Leyes Internacionales de Derecho de Autor.

El uso de imágenes, fragmentos de videos, fragmentos de eventos culturales, programas y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, es exclusivamente para fines educativos e informativos, y cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por UNIVERSIDAD TECMILENIO.

Queda prohibido copiar, reproducir, distribuir, publicar, transmitir, difundir, o en cualquier modo explotar cualquier parte de esta obra sin la autorización previa por escrito de UNIVERSIDAD TECMILENIO. Sin embargo, usted podrá bajar material a su computadora personal para uso exclusivamente personal o educacional y no comercial limitado a una copia por página. No se podrá remover o alterar de la copia ninguna leyenda de Derechos de Autor o la que manifieste la autoría del material.