

Técnicas de promoción del negocio. Sector Turismo

Business promotion techniques. Tourism sector

Lic. Wilson Mamani Villasante

Resumen

Las Nuevas Tecnologías han cambiado de forma radical la concepción de la industria del turismo: Internet y los medios electrónicos han transformado el modo en que los viajeros planifican sus vacaciones y disponen las diferentes componentes del viaje —desde la elección de la ruta o medio de transporte hasta las visitas culturales, las compras y elección de restaurantes, etc. bien por una organización previa a los días de ocio o bien en el lugar de destino mediante dispositivos móviles.

Palabras claves: turismo, tecnología, promoción

Abstract

The New Technologies have radically changed the conception of the tourism industry: Internet and electronic media have transformed the way in which travelers plan their vacations and arrange the different components of the trip —from choosing the route or means of transport to cultural visits, shopping and choice of restaurants, etc. either by an organization prior to the leisure days or at the destination using mobile devices.

Keywords: tourism, techniques, promotion

Los canales de promoción y de reserva han cambiado para adaptarse a un consumidor cada vez más ávido de información sobre sus posibilidades. Los turistas han variado el modus operandi y, antes de emprender su desplazamiento, buscan información turística de su destino en Internet, así como posibles alojamientos, restaurantes, visitas, etc.

En el destino utilizan las tecnologías móviles para recabar asesoramiento sobre el terreno acerca de lugares o negocios que se encuentran en su visita. En este caso las tecnologías de posicionamiento e interacción directa con el usuario juegan un papel primordial.

Una vez de regreso de las vacaciones, buscamos la forma de compartir las vivencias y las experiencias —buenas o malas— con posibles viajeros que se beneficiarán de estas indicaciones, si bien éstos también narrarán los detalles de sus desplazamientos, de tal forma que nos ayudaremos mutuamente y nos facilitaremos la organización de nuestros días de asueto, ya que contamos con criterios personales de otros.

La capacidad de interactuar que proporciona el mundo 2.0 para el empresario turístico es enorme cuando se trata de escuchar la opinión directa del cliente y la de promoción del negocio.

El viaje comienza el día que un usuario se pone en frente del ordenador y teclea el destino unido a un hotel en un buscador o destino unido a ruta turística, etc., para indagar sobre diferentes aspectos del trayecto.



Referencias

- <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2016/02/25/tecnicas-de-promocion-del-negocio-sector-turismo/>

Un acercamiento al turismo comunitario

An approach to community tourism

Lic. Wilson Mamani Villasante

Resumen

El turismo comunitario es una forma de turismo que se centra en las comunidades locales y en su participación en la gestión y beneficios del turismo en su área. El objetivo principal del turismo comunitario es mejorar la calidad de vida de las comunidades locales y fomentar la conservación de su cultura, patrimonio y medio ambiente. En este tipo de turismo, los turistas tienen la oportunidad de aprender sobre la cultura y las tradiciones de la comunidad local y participar en actividades que son significativas para ellos.

Palabras claves: turismo, comunidad, medio ambiente

Abstract

Community-based tourism is a form of tourism that focuses on local communities and their participation in the management and benefits of tourism in their area. The main objective of community tourism is to improve the quality of life of local communities and promote the conservation of their culture, heritage and environment. In this type of tourism, tourists have the opportunity to learn about the culture and traditions of the local community and participate in activities that are meaningful to them.

Keywords: tourism, community, environment

Origen y evolución del turismo comunitario

El turismo comunitario surgió como respuesta a los impactos negativos del turismo masivo en las comunidades locales. En muchos casos, el turismo masivo ha llevado a la explotación de los recursos naturales y culturales, la pérdida de identidad cultural y la exclusión de las comunidades locales en la toma de decisiones sobre el turismo en su área.

El turismo comunitario se ha desarrollado en diferentes regiones del mundo, pero se ha destacado especialmente en América Latina. En este continente, el turismo comunitario ha sido impulsado por organizaciones no gubernamentales y comunidades locales que han buscado formas de aprovechar los recursos turísticos de manera sostenible y equitativa.



Beneficios del turismo comunitario

El turismo comunitario puede proporcionar varios beneficios para las comunidades locales. Entre ellos, se pueden mencionar los siguientes:

1. Mejora de la economía local: El turismo comunitario puede proporcionar ingresos adicionales a las comunidades locales y generar empleo en actividades relacionadas con el turismo, como la producción de artesanías, la venta de alimentos y la organización de visitas turísticas.
2. Conservación del patrimonio cultural y natural: El turismo comunitario puede ser una herramienta efectiva para promover la conservación del patrimonio cultural y natural de las comunidades locales. Al valorar su cultura y medio ambiente, las comunidades pueden ser más conscientes de la importancia de protegerlos.
3. Fortalecimiento de la identidad cultural: El turismo comunitario puede ser una forma de fortalecer la identidad cultural de las comunidades locales y promover el respeto por su patrimonio y tradiciones.
4. Participación de la comunidad en la toma de decisiones: El turismo comunitario puede ser una forma de empoderar a las comunidades locales y promover su participación en la toma de decisiones sobre el turismo en su área.



Referencias

- «Turismo comunitario», Ministerio de Turismo de Ecuador, <https://www.turismo.gob.ec/turismo-comunitario/>
- «Turismo comunitario en América Latina», CEPAL, <https://www.cepal.org/es/temas/turismo-comunitario>
- «Turismo comunitario», Red de Turismo Comunitario de América Latina y el Caribe, <http://www.turismocomunitario.org/>
- «Turismo comunitario», Organización Mundial del Turismo, <https://www.unwto.org/es/turismo-comunitario>
- «Turismo comunitario en México», Secretaría de Turismo de México, <https://www.gob.mx/sectur/articulos/turismo>

Gestión de empresas turísticas. Caso Lima

Tourism business management. Lima case

Lic. Wilson Mamani Villasante

Resumen

La gestión de empresas turísticas es un campo complejo que abarca varios aspectos del sector turístico, como la gestión de recursos humanos, la planificación financiera, la gestión de operaciones y la innovación. En este artículo, exploraremos cada uno de estos aspectos y cómo se aplican a las empresas turísticas.

Palabras claves: empresas turísticas, gestión turística, innovación

Abstract

Tourism business management is a complex field that encompasses various aspects of the tourism industry, such as human resource management, financial planning, operations management, and innovation. In this article, we will explore each of these aspects and how they apply to tourism businesses.

Keywords: tourism companies, tourism management, innovation

Gestión de recursos humanos:

El éxito de una empresa turística depende en gran medida de su personal. La gestión de recursos humanos es esencial para reclutar, capacitar, motivar y retener a los empleados adecuados. Las empresas turísticas deben contar con un equipo competente y altamente motivado para brindar un servicio de alta calidad a los turistas.

La gestión de recursos humanos también implica garantizar que los empleados cumplan con los estándares de servicio al cliente y estén familiarizados con los productos y servicios ofrecidos por la empresa turística. Además, las empresas turísticas deben contar con políticas y procedimientos claros para la remuneración, beneficios, horarios de trabajo y seguridad en el trabajo.

Planificación financiera:

La planificación financiera es crucial para el éxito de cualquier empresa turística. Las empresas turísticas deben tener un plan financiero sólido que incluya la gestión del flujo de efectivo, la contabilidad, la previsión de ingresos y gastos, y la inversión en el crecimiento empresarial.

La planificación financiera también incluye la gestión de riesgos y la evaluación de la rentabilidad. Las empresas turísticas deben estar preparadas para enfrentar imprevistos y tener un fondo de reserva adecuado para hacer frente a situaciones inesperadas como desastres naturales, fluctuaciones en la economía y problemas políticos.



Gestión de operaciones:

La gestión de operaciones es esencial para garantizar que las empresas turísticas brinden un servicio de alta calidad a los turistas. La gestión de operaciones incluye la gestión de reservas, la gestión de la cadena de suministro, la gestión de la calidad, la gestión de la tecnología de la información y la gestión de la seguridad.

La gestión de operaciones también implica garantizar la satisfacción del cliente y la retención. Las empresas turísticas deben estar preparadas para gestionar quejas y resolver problemas para garantizar la satisfacción del cliente. Además, la gestión de operaciones también incluye la implementación de políticas y procedimientos para mejorar la eficiencia, la productividad y la rentabilidad.



Innovación en el sector turístico:

La innovación es crucial para el éxito a largo plazo de cualquier empresa turística. Las empresas turísticas deben estar a la vanguardia de las últimas tendencias y tecnologías en el sector turístico. La innovación puede incluir el desarrollo de nuevos productos y servicios, la implementación de nuevas tecnologías, la creación de nuevas formas de comercialización y la adopción de prácticas sostenibles.



Fuentes

- Buhalis, D., & Costa, C. (2013). Tourism business frontiers: Consumers