**SEMINARIO DE TITULACIÓN**

**UNIDAD II**

**ACTIVIDAD INTEGRADORA**

El Turismo.

Para alcanzar un mayor entendimiento acerca del turismo y llegar a una definición acertada de el mismo, debemos mencionar a la OMT (Organización Mundial del Turismo) la cual se crea el 27 de septiembre de 1970 en México. Es una entidad que tiene representación en todas las regiones del mundo y cuenta con secciones como: calidad de los servicios turísticos, estadísticas y estudios de mercado, medio ambiente y panificación, y educación y formación.

La OMT define al turismo como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos. Debemos tener en cuenta ciertos aspectos claves para que exista un funcionamiento exitoso en las actividades turísticas.

Como afirma

* La demanda turística: clientes y potenciales clientes de la industria turística.
* La oferta turística: productos y servicios que se ponen a disposición de los clientes.
* El enclave geográfico: el destino en el que se realiza la actividad turística.
* Los agentes turísticos: empresas y organismos que facilitan el paso de la oferta a la demanda.

Alarcón, D. (2015)

El mercado de las acomodaciones u hospitalidad también ha evolucionado acorde a la demanda turística. Las categorías de alojamientos ya no sólo son hotel, hostería, cabaña, a estas se les suman los bed & breakfast, hostales, lodge y otros. En un mercado así de diversificado, el enfoque hacia el servicio y la experiencia es crucial, dado que la variedad de clasificaciones son un reflejo de la especificidad de la demanda. (Bossa et al., 2016)

La Administración en el Turismo.

En toda su historia la administración se desarrolló con lentitud, es a partir del siglo XX que pasa por fases de desarrollo de notable pujanza e innovación. Las organizaciones desde siempre al igual que la administración surgieron desde el momento en que el hombre sintió la necesidad de agruparse.

Independientemente de si la empresa es un hotel, agencia de viajes, rentadora de autos, restaurante, etc., ciertamente se trata de un negocio de personas, no sólo por ofrecer servicios, sino porque requiere de los servicios de la gente para existir. La automatización puede ayudar, pero únicamente los seres humanos pueden proporcionar los servicios necesarios para el bienestar de los clientes.

Todas las empresas turísticas ofrecen diferentes tipos de productos. Los que tienen éxito agregan un ingrediente adicional, el buen servicio, y este será su distinción ante otros establecimientos turísticos. Los productos que se ofrecen dentro del hostal podrán ser muy similares, pero el servicio dependerá totalmente de su personal. La conducta humana en una sociedad libre no puede uniformarse; sólo puede ser guiada en un proceso que requiere de supervisión, atención y entrenamiento constante.

Es aquí donde entra en la labor de un buen liderazgo gerencial en una empresa turística. Para una buena labor gerencial el administrador o gerente se debe regir por cuatro grandes áreas de la administración:

• Planificación: Consiste en determinar lo que se va a hacer y determinar el curso de acción a seguir, fijando las políticas que son principios para orientar la acción a desarrollar, los procedimientos en la secuencia de la operación.

• Organización: Responde a la pregunta de cómo se va a hacer, la estructura que debe darse en cuanto a funciones y obligaciones. Delega autoridad en los mandos medios y fijar la responsabilidad de cada individuo.

• Dirección: Asegurarse de que se haga, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor.

• Control: determina como se han realizado todas las acciones en relación con lo que se había establecido, es el conjunto de medios e instrumentos que permiten comparar los resultados reales con los estimados, para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos

López et. Al. 2015

Estudio de la factibilidad

El estudio de factibilidad o viabilidad se refiere a la disponibilidad de los recursos para llevar a cabo los objetivos que se plantea dentro de un proyecto las cuales este se encuentre apoyado en tres aspectos muy importantes las cuales son los siguientes:

1. Operativo

2. Técnico

3. Económico

Existen diferentes recursos de los estudios de factibilidad las cuales pueden ayudar al momento de realizar el desarrollo de un proyecto, las cuales son las siguientes:

a) Factibilidad Operativa Esta se encuentra fundamentada específicamente a los recursos donde interceden algún tipo de actividad es decir a los procesos, ya que en este proceso se da las actividades que se realizan para poder lograr los objetivos propuestos en el proyecto en las cuales se hace la correcta evaluación y se determina todo lo necesario para poder llevarla a cabo.

b) Factibilidad Técnica Recursos necesarios como lo son las herramientas, las habilidades y las experiencias, las cuales son necesarias para efectuar las acciones o terminologías que se requieren en el proyecto, se debe considerar si los recursos técnicos que posee actualmente son los suficientes o existe la necesidad de realizar la ejecución de otros.

c) Factibilidad Económica Se refiere a los recursos económicos y financieros que son necesarios para desarrollar o llevar acabo los procesos y a su vez poder obtener los recursos básicos necesarios para poder realizar con éxito el presente proyecto las cuales también intervienen el costo de la realización y el costo de adquirir nuevos productos, la cual esta factibilidad es muy importante en donde se visualizan cuáles son los recursos necesarios que van hacer utilizados en el momento de realizar el correcto estudio. (Anchundia, 2015)

Las cinco fuerzas competitivas.

Gutiérrez et al. (2014) determinaron que los sectores comerciales e industriales estaban afectados por cinco fuerzas que incidían en su desempeño:

• Riesgo de competencia, amenazas de ingresos: El riesgo de que ingresen más participantes en una industria dependerá de las barreras actuales contra la entrada y también de la reacción previsible por parte de las empresas ya establecidas.

• Proveedores y compradores poderosos: Los proveedores pueden ejercer su poder de negociación con los participantes aumentando los precios o reduciendo la calidad de los bienes y servicios adquiridos.

• Productos sustitutos: puede haber una sustitución real o posible de un producto por otro, un nuevo proceso puede volver innecesario un producto. Al fijar los precios, los productos sustitutos limitan el potencial de una industria, a menos que pueda mejorar la calidad o diferenciarlo, los sustitutos limitan las utilidades de la empresa, propensión del comprador al sustituto.

• Rivalidad entre los competidores: Utilizan tácticas como la competencia en precio, publicidad o la introducción de productos.

• Factores que relacionan la competitividad: Los competidores son numerosos o casi del mismo tamaño y su poder es similar, el crecimiento de la industria es lento, el producto o servicio carece de diferenciación o de costos fluctuantes, los costos fijos son altos o el producto es perecedero lo que lleva a la reducción de precios, las barreras para la salida son altas.

Situación Actual de Tequila

Tequila al ser considerado en el año 2003 como Pueblo Mágico, comienza a llamar la atención de los turistas que visitaban Guadalajara, después en el 2006 la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) lo declara Patrimonio Cultural de la Humanidad, bajo la denominación Paisaje Agavero y Antiguas Instalaciones Industriales de Tequila, y en marzo del 2016 convierte en el primer destino de México con plataforma de geoturismo bajo la herramienta tecnológica diseñada e implementada por National Geographic e impulsada por Casa Cuervo. (Arvizu, 2016) También es importante resaltar que se encuentra adscrito a la Ruta del Tequila, la cual está conformada por los municipios de Amatitán, Arenal, Magdalena y Teuchitlán, y ocupan una superficie de 2,484.28km2 que representan el 3.1% del territorio estatal. (FONATUR, 2008)

La actividad comercial en Tequila es muy importante, el 40.4% del personal ocupado en el municipio corresponde a este sector comercial, según los censos económicos 2009. Siendo el 38% comercio al por menor y el 2.4% comercio al por mayor.

Representando el comercio 800 unidades económicas, mil 949 personas ocupadas y 116,754 valor agregado censal bruto. Destacando el sector servicios de alojamiento temporal y de preparación de alimentos y bebidas, ocupando por sí mismo 692 personas, es decir el 43% del personal ocupado en este sector servicios

La industria manufacturera de Tequila representa el 97% del valor de la producción de las empresas tequileras. Por lo que son las empresas tequileras son las que concentran la mayor generación de riqueza del municipio.

La industria alimenticia se relaciona directamente con lo que los turistas principalmente pudieran demandar en un momento dado. Pero un aún no se ha logrado consolidar claramente las necesidades y potencial en este aspecto. Ya que sólo unas pocas pequeñas empresas están buscando innovar en productos derivados del agave o variaciones de destilados de Tequila, tales como miel de agave o tequilas de distintos sabores. (SECTUR, 2013)

BIBLIOGRAFÍA

Alarcón, D. (2015). *Plan de negocio para hostal en la costa ecuatoriana La Guadua" naturaleza y aventura"* (Bachelor's thesis, Quito: USFQ, 2015.).

Anchundia Carranza, S. E. (2015). Estudio de mercado para la creación de un hostal en la isla Puná, del cantón Guayaquil, provincia del Guayas.

Bossa, A., & Luis, J. (2016). Diseño de una estrategia de negocio para el Hostal" La Casona Hostel" barrio Bellas Artes, Santiago de Chile.

Gutiérrez Tamayo, A., & Vasquez, J. P. (2014). Estudio de factibilidad para la creación de un hostal en la ciudad de Cali.

López Jiménez, L. L., & Ávila Corella, C. C. (2015). *Plan de negocios para potenciar el hostal ola bella ubicado en la comuna san alejo, parroquia charapotó, cantón sucre, provincia de manabí* (Bachelor's thesis, Espol).

Arvizú, R. (2016). Tequila Pueblo Mágico Inteligente recibe mención especial en los premios I+T GOB 2016. 14/03/2017, de Secretaría de Planeación, Admnisitración y Finanzas Sitio web: http://sepaf.jalisco.gob.mx/prensa/noticia/6625

FONATUR. (2008). Programa Regional de Desarrollo Turístico de la Ruta del Tequila en el Paisaje Agavero, Jalisco. 14/03/2017, de FONATUR Sitio web: <file:///C:/Users/anaka/OneDrive/Documentos/8%20TITULACION/Ruta%20del%20Tequila%20SECTUR.pdf>

SECTUR. (2013). Estudio de Tequila . En DIAGNÓSTICO DE COMPETITIVIDAD Y SUSTENTABILIDAD PARA LOS DENOMINADOS PUEBLOS MÁGICOS DE JALISCO (154). México: SECTUR