



CAPÍTULO I

Introducción

1.1 Marco Contextual

El turismo de negocios ha tenido un gran desarrollo en México. Actualmente, este término ha tomado mucha fuerza; esto se ha reflejado en un mayor crecimiento en la oferta de prestadores de servicio (Gastón, 2008). De acuerdo a la Secretaría de Turismo, el turismo de negocios es un conjunto de corrientes turísticas cuyo motivo de viaje está vinculado con la realización de actividades laborales y profesionales. Éste se divide en congresos, convenciones, exposiciones, ferias y viajes de incentivo (Secretaría de Turismo, 2008).

Uno de los sub-segmentos más importantes del turismo de negocios es el de congresos y convenciones. México se ha posicionado en un lugar importante en el tema de congresos internacionales, contando actualmente con instalaciones e infraestructura de clase mundial que compiten frontalmente con los destinos por excelencia para la celebración de congresos internacionales (Gastón, 2008). De acuerdo a los parámetros de la International Congress and Convention Association (ICCA) para congresos



internacionales, México está a nivel mundial en el lugar 27, con 65 congresos en 2005. En la actualidad el país cuenta con importantes destinos idóneos para competir a nivel internacional en el segmento de turismo de negocios, estos destinos cumplen con los estándares de calidad que buscan los organizadores de eventos para la organización de congresos y convenciones. Las ciudades mexicanas con mejores acondicionamientos para organizar estas actividades son Acapulco, Cancún, la Ciudad de México, Guadalajara, Mérida, Monterrey y Puebla, esta última rápidamente se ha posicionado como un destino ideal para congresos y convenciones (Visite México, 2008).

Hoy por hoy, las tendencias están cambiando en todos los ámbitos. Por ello, el estar al tanto de los nuevos conocimientos, estilos y preferencias de los organizadores de eventos es una ventaja competitiva que ayudará al incremento del número de congresos y convenciones (Huitrón, 2007). El Consejo de Promoción Turística de México concibe el turismo de negocios como estratégico, debido a los beneficios que le representa al país. Así mismo es un factor multiplicador de las acciones de los destinos turísticos, ayuda a equilibrar la estacionalidad de la demanda, eleva el índice de ocupación hotelera e incrementa la derrama económica. Por tal motivo, los congresos y convenciones han sido, son y serán uno de los pilares que fortalece el turismo de México; han generado y continuarán siendo una parte importante de los recursos para el país (Ramos, 2007).



1.2 Objetivo general

Identificar las áreas de oportunidad en la adquisición de conocimientos en el turismo de negocios dentro del personal de banquetes, grupos y ventas en los hoteles del grupo Destino Puebla.

1.3 Objetivos Específicos

- Analizar si los hoteles del grupo Destino Puebla brindan a sus colaboradores de las áreas de banquetes, grupos y ventas algún tipo de capacitación, certificación o curso para el desempeño de su trabajo dentro del hotel.
- Evaluar si el personal del área de banquetes, grupos y ventas cuentan con capacitación en el área del turismo de negocios para desempeñarse en los hoteles del grupo Destino Puebla.
- Conocer si los colaboradores de los hoteles están interesados y motivados en tener un mayor crecimiento para el mejor desempeño de sus actividades.



1.4 Justificación

La relevancia de este trabajo de investigación fue tener un amplio conocimiento acerca de la forma y operación que utilizan los hoteles del grupo Destino Puebla, especialmente conocer el nivel de capacitación en sus colaboradores de las áreas de banquetes, grupos y ventas para desempeñarse de forma eficiente en la realización de congresos y convenciones en la ciudad de Puebla. Ya que mantenerse actualizado profesionalmente en las tendencias de este segmento, podrían convertirse en una ventaja competitiva para este destino y de esta forma los hoteles del grupo Destino Puebla pueden ser atractivos a los profesionales de congresos y convenciones para la realización de estos eventos en esta ciudad.

1.5 Alcances y Limitaciones

El estudio se llevó a cabo únicamente en los hoteles del grupo Destino Puebla, el cual está conformado por 12 hoteles de 4 y 5 estrellas y categoría Express. La población de interés fueron los colaboradores en las áreas de banquetes, grupos y ventas. En el caso de este proyecto las limitaciones que se presentaron fueron de tiempo por parte de los colaboradores de los hoteles del grupo Destino Puebla. Era posible que los directivos de los hoteles del grupo Destino Puebla no permitieran que el diagnóstico se realizara a cada uno de los colaboradores que participan en la realización de congresos y convenciones dentro del hotel.

