



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

TS EN ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE EMPRESAS DE ALOJAMIENTO Y GASTRONÓMICAS

INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

PRIMER AÑO

CUADERNILLO DE TRABAJO

PROFESORA: TÉC. KARINA DÍAZ

E.MAIL: karinadelvdiaz@gmail.com

AÑO: 2020



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

PRESENTACIÓN

Bienvenidos

Soy la Profesora Karina Díaz, de la materia Industria de la Hospitalidad que se dicta en el Primer Cuatrimestre del Primer año de la TS en Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas del IES Prof. Juan Manuel Chavarría.

Estimados estudiantes

En esta materia encontrarán un cuadernillo con el módulo I del Eje Temático I con los contenidos necesarios y acordes a las problemáticas que estamos viviendo a nivel mundial en la actualidad.

Introduciendo las herramientas de la tecnología para que puedan investigar desde sus hogares.

Les quiero realizar algunas recomendaciones importantes sobre lo que deberán tener en cuenta a la hora de trabajar con este cuadernillo:

Realizar lectura

Repaso

Actividades para realizar y desarrollar

Material de estudio

Ejercicios de Revisión

Consultas: pueden realizar las consultas que sean necesarias por mensajería y les responderé a la brevedad:

E-Mail: karinadelvdiaz@gmail.com

Whatsapp: **0383-154312449**



EJE TEMÁTICO I: CULTURA DE LA HOSPITALIDAD

MÓDULO I: EL TURISMO Y LA INDUSTRIA DE LA HOSPITALIDAD

En este módulo introductorio vamos a adentrarnos en algunos conceptos generales sobre Turismo y Hospitalidad, su importancia en el sector del alojamiento y la gastronomía para la economía.

Objetivos:

- Entender el concepto de Hospitalidad
- Identificar las características que reflejan la hospitalidad.
- Valorar la importancia de la Industria de la Hospitalidad en el sector turístico.
- Detectar las problemáticas actuales que afectan al sector turístico.

Contenidos:

1.1. Concepto de Turismo

1.2. Concepto de Hospitalidad

1.3. El Turismo y la Industria de la Hospitalidad

1.4. Importancia del sector de la Hospitalidad en la economía

1.5. Los efectos del coronavirus en el sector Turismo

1.1. Concepto de Turismo

“Turismo es el complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual, invirtiendo en sus gastos, recursos que no provienen del lugar visitado”.
(Tesouro Turístico Argentino, s/f).

“El Turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de los cuales algunos implican un gasto turístico”. (OMT, s/f).

Turismo es todo el espectro que se genera a partir de la idea y/o de la acción que implica el desplazamiento de los seres humanos a un lugar diferente al de su residencia con posibilidades recreativas, es decir, con intenciones de descanso, diversión y/o contacto con el destino receptor. El turismo se presenta entonces como un fenómeno ubicuo, social y complejo y multidisciplinar que comprende aristas económicas, políticas, culturales, antropológicas, educativas, psicológicas, comunicativas, que involucra simultáneamente al sector empresarial, al estatal, a las poblaciones que habitan cada destino turístico y a los turistas”.

Knafou y Stock (2003) definen al turismo, entendido como un sistema de actores, de prácticas y de espacios que participan de la “recreación” de los individuos por el desplazamiento y el habitar temporal fuera de los lugares de lo cotidiano.

1.2. Concepto de Hospitalidad

La palabra hospitalidad por el autor Dittmer (2002), tiene un significado total proveniente de longevas raíces. Puesto que se remonta a la civilización romana donde surge del latín el verbo hospitare, es decir, “recibir como huésped”. Se dice que el significado primordial se centra en su anfitrión pues es quien recibe, da la bienvenida e intenta satisfacer las necesidades temporales de las personas que se encuentran lejos de casa. También es importante mencionar que existen otras palabras estrechamente relacionadas con el tema como los son hospital, hospicio.

En cambio, para los autores Angelo y Vladimir (2001), no es tan fácil emitir una definición concreta. Sin embargo ellos lo consideran como un sector que comprende el alojamiento, comida, entretenimiento y viajes. Pudiendo hacerse negocios, mediante la mezcla entre cada una de las variables mencionadas.



La definición de hospitalidad para Powers (1988), tiene un significado más amplio que restaurantes y hoteles. Debido a que esta palabra tan antigua para el autor significa recibir y entretener a invitados, visitantes o extraños, con libertad y cordialidad. Sin embargo en la búsqueda de proveer comida, bebida y alojamiento se encuentran con problemas, los cuales radican en contar con la inversión monetaria necesaria, construir un lugar especializado para el mismo, la limpieza y el mantenimiento del lugar, la preparación y el servicio en pos de satisfacer al cliente, entre otros puntos igual de importantes.

➤ **Actividad Propuesta**

Con qué otras palabras aparte de las que brinda el concepto de Hospitalidad puede relacionar, según la raíz de la palabra “Hos”.

1.3. El Turismo y la Industria de la Hospitalidad

El proceso del turismo comienza desde la decisión de realizar un viaje hasta que el turista regresa a su residencia habitual, en este proceso se ven involucradas un grupo de entidades que van a proveer al visitante de todos los servicios que requiere. Es importante tomar en consideración que a pesar que el origen del término ubica la hospitalidad solo en las entidades de alojamiento y restauración, la hospitalidad no puede ponerse de manifiesto en entidades vinculadas solo al proceso de restauración y alojamiento. Hacer sentir a la persona bien, no es solo responsabilidad de la mucama o el dependiente gastronómico, en una Agencia de Información también se deben tener en cuenta elementos relacionados con el buen trato, la cortesía, el respeto. El turista puede llegar al prestatario del servicio a través de intermediarios y siempre debe primar en esa relación la cortesía y el respeto. Incluso en la intermediación no tradicional (la Informediación); puesto que los mensajes que son dirigidos al turista deben ser conocidos desde el punto de vista de que van dirigidos a seres humanos y que este debe llegar mostrando hacia ellos la



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

mayor humanización posible del proceso, no como la utilización fría de un recurso informático. Los elementos que reflejan la hospitalidad en el turismo son la cortesía y la amabilidad en el trato que los residentes en un lugar dan a los forasteros. Los turisperitos suelen conferir a las virtudes de cortesía y amabilidad carácter de técnicas para aumentar el flujo de forasteros. Es importante delimitar cuales pueden ser aquellas palabras que reflejan la hospitalidad en el turismo en cualquier etapa del proceso turístico.

Acogida Grata: expresión relajada y sonriente del que recibe, palabra amable de bienvenida: Pase que no solo no molesta, sino que le estamos muy agradecidos por habernos escogidos.

Amabilidad: la frase oportuna en el momento oportuno, el detalle oportuno, mirar a los ojos del cliente.

Ambiente acogido: el saludo nada más entrar, plantas naturales, flores, temperatura adecuada, iluminación, luz natural, personal bien uniformado presentable, decoración apropiada.

Ambientación cálida: palabras amables de bienvenida, ayuda desde la entrada, preguntas para saber sus deseos más inmediatos.

Amistad: el cliente es un amigo al que respetamos, valoramos y le damos lo mejor de nosotros mismos.

Anfitrión: nos sentimos felices de ser anfitrión de nuestros clientes, y lo recibimos y tratamos con afecto y alegría.

Atención individualizada: Buenos días, encantado de verle de nuevo Sr..., enseguida pasa Sra..., déjeme que le ayude, le hemos preparado, como siempre, su habitación...

Ayuda: el cliente siempre necesita nuestra ayuda y nosotros debemos prestárselas con generosidad, profesionalidad y amabilidad. Recordemos "lo acompaño".

Bondad: actitud muy positiva para actuar con el cliente. Disposición de escuchar sin recelos.



Calidad: satisfacción de los clientes a la llegada, durante la estancia y la salida. “Tal como me lo esperaba, qué bien me siento”.

Comodidad: espacios, mobiliarios, equipos y dotaciones diseñadas, fabricadas o realizadas para el servicio que va a prestar.

Una silla cómoda, un colchón que permite el descanso, una habitación que no ahogue, una almohada que no produzca dolor de cabeza.

Compartir: queremos ofrecerle la mejor de nuestras instalaciones y de nosotros mismos.

Comprensión: póngase en su lugar, practique la empatía y será más fácil entender al cliente y sus necesidades.

Conoce usted su nombre: nuestros clientes tienen nombres y apellidos, debemos conocerlos y utilizarlo cuando nos dirigimos a ellos, se sienten mejor.

Detalles: pequeñas cosas en el momento oportuno: un caramelo, una flor, una bebida, un periódico, una buena almohada, una luz para leer cómodamente.

Disponibilidad: siempre dispuestos a atenderle, no nos molesta, estamos para servirle.

Eficacia/Eficiencia: no se preocupe, nosotros se lo solucionamos ahora mismo, se lo envío con la mucama. El equipaje ya está en su habitación.

Entorno: lo que rodea me agrada, nada me desentona.

Esmero: todo dispuesto, limpio, reluciente, ordenado.

Familiaridad: atiende al cliente relajado. Procure que se sienta como en su casa. Aplique pequeñas dosis de familiaridad que los hagan sentirse a gusto, seguro y confiado.

Fidelidad: hay que ser fieles a los clientes, ellos confían en nosotros.

Generosidad: tenemos el placer de ofrecerle una bebida en nuestro bar. Hoy, tenemos el gusto de que se aloje en la suite. Me agradecería invitarle el próximo fin de semana a usted y a su familia.



Gratitud: Nos solucionaron rápidamente el problema del auto, enseguida vino el médico y nos atendió.

Honradez: le damos lo mejor al precio justo. Si, tenemos la habitación que usted quiere. Hoy se puede acoger a este descuento.

Huésped: nuestro cliente es nuestro huésped, es un invitado que recibimos en nuestra casa.

Información: el restaurante cierra..., si necesita...lo encontrará...en..., a partir de las...serviremos el desayuno.

Libertad para el cliente: siéntase como en su casa, solo nos interesa lo que usted quiere que nos interese, estamos pendiente de usted, pero usted no se da cuenta.

No abrumar: no atosigar, no presionar, no saber más, dejar que se sienta tranquilo.

Nostalgia: que amables fueron, que bien nos atendieron, volveremos.

Paciencia: el cliente puede ser pesado, puede estar constantemente preguntando, puede querer que la atiendan rápido, que le cambien de habitación tres veces, hay que tener paciencia, nuestra misión es la Hospitalidad.

Profesionalidad: Formación, actitudes, cultura de empresa, saber decir, saber hacer: Sin profesionalidad a la hospitalidad siempre le faltará una pauta.

Rapidez: Después de registrarme, cuando llego a la habitación ya tengo el equipaje....Cuando llamo a la recepción, al momento contestan....No han tardado ni 15 minutos en servirme el desayuno...He pedido la cuanta y me la han entregado al instante.

Receptividad: siempre buena disposición para las peticiones o sugerencias de los clientes.

Respeto: el cliente siempre es Señor o Señora, esta es la línea divisoria. Lo que nos gusta a nosotros no tiene por qué agradarle.



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

Responsabilidad: no se preocupe, nosotros nos encargamos de..., le ruego que nos disculpe, nos hemos equivocado, pero les felicitaremos...

Seguridad: tranquilidad, confianza como en casa, no se preocupe por su descanso.

Sencillez: expresarse con palabras sencillas, no utilizar el argot profesional que al cliente no le interesa. Buenos días señor, en que podemos ayudarle, el hotel está lleno pero le proporcionaremos una habitación en otro muy cercano.

Simpatía: expresión alegre, palabras que reflejan confianza, actitud afectuosa y respetuosa, sencillez en el hablar, cordialidad, tono jovial que haga la comunicación más fácil.

Solidaridad: el cliente llega cansado, tiene problemas, no reservó habitación y el hotel está lleno. Practicar la empatía y ofrecerle todo el apoyo posible.

Sabías que:

El profesionalismo es el ingrediente básico de la hospitalidad, y se refleja en las acciones y actitudes manifestadas en el trabajo.

➤ **Actividad Propuesta**

Escribir cuáles son las características de la industria de la Hospitalidad en el Turismo.

1.4. Importancia del sector de la Hospitalidad en la economía

El sector Turismo tiene un enorme potencial y se constituirá como uno de los principales motores de la economía mundial, al cual se incorporarán con gran rapidez las nuevas tecnologías según las previsiones para los próximos 20 años de la OMT (Organización Mundial del Turismo). Los flujos turísticos de estos últimos años han tenido un aumento sostenido, con incrementos de los



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1º Año*

viajes de larga distancia y viajes domésticos, y disminuciones de la cuota de mercado de los destinos tradicionales (Europa).

Las estimaciones de la OMT apuntan a que los ingresos en el 2.020 se situarán alrededor de los 2.000 millones de dólares.. Asimismo se prevén 1.602 millones de llegadas de turistas. Los principales destinos turísticos actuales en cuanto a número de llegadas corresponden con Francia, España y Estados Unidos, aunque las estimaciones apuntan a que en el año 2.020 este ranking se modificará de forma que China se situará en primer lugar, seguida de Estados Unidos, Francia y España. Los segmentos en auge son todos aquellos que logran desestacionalizar el turismo: cultural, congresos e incentivos, temáticos...

La participación del sector turístico en el valor añadido bruto estatal asciende aproximadamente al 8,5%. Su actividad genera la primera fuente de divisas del Estado y favorece el equilibrio de la balanza de pagos por cuenta corriente, en donde los ingresos por turismo en este último año han crecido un 13%.

El turismo receptor sigue una tendencia de crecimiento continuado, registrando en 1999/98 una tasa de aumento del 9,2% con un total de 51,7 millones de entradas. Los patrones de comportamiento de los turistas se mantienen constantes, pero a diferencia de otros años se observa que los turistas aumentan su estancia media en España. Los destinos tradicionales al igual que los países emisores se consolidan, aunque se registran mayores tasas de entradas en destinos que no son típicamente turísticos lo que pone de manifiesto el carácter desestacionalizador de determinados segmentos.

El turismo interno realiza 94,3 millones de viajes, principalmente en el propio territorio. Tanto su comportamiento como los destinos siguen siendo los tradicionales, aunque comienzan a crecer segmentos desestacionalizadores. La actividad turística tiene una importancia económica y social muy importante en el conjunto de la economía vasca tanto por su contribución al valor añadido (5% del VAB total) como por su capacidad de generar empleo (4% empleo total) y riqueza de la CAPV. El sector turístico ha conseguido consolidarse en el



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

conjunto económico vasco (puesto número 7 del conjunto económico total) y contribuye a la creación de valor en el resto de sectores económicos no turísticos.

El sector turístico se caracteriza por tener unas estructuras principalmente de reducido tamaño de carácter muy familiar (microempresas), que tras un periodo de crecimiento continuado se enfrentan a tasas de crecimiento más moderadas, a un mercado más competitivo y a unos márgenes empresariales más estrechos. Las empresas de restaurantes y establecimientos de bares y bebidas son las que más aportan al conjunto en cuanto a producción y empleo. Los hoteles son los que obtienen un mayor valor añadido y un mayor excedente de explotación con respecto a la producción.

1.5. Los efectos del coronavirus en el sector Turismo

La necesidad de evitar la propagación de la enfermedad evitando las aglomeraciones de personas y la posibilidad de extremar el aislamiento, hace que sectores de la economía debatan como superar la parálisis. El turismo entre los más afectados.

El desarrollo del turismo en Argentina convirtió a la actividad en uno de los pilares económicos del país, pero hoy **se encuentra en una encrucijada para dilucidar los pasos a seguir en por lo menos estos próximos 15 días** que ya se pronostican aciagos para el sector.

El calendario de feriados del 2020 había planteado un panorama muy positivo para la primera mitad del año con carnaval, un feriado puente y semana santa desparramados entre febrero y abril. Sumado al encarecimiento de los viajes al exterior, llevó a que los niveles de reservas hoteleros sean alentadores para esas fechas.

Pero el paisaje cambió radicalmente cuando comenzaron los primeros casos de coronavirus en el mundo, situación de la que Argentina no quedó exenta.



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

Los referentes del sector turísticos la pasaron en estado de asamblea permanente atentos a las noticias y disposiciones que se daban tanto a nivel nacional como provincial y **no son pocos los que prefieren cerrar sus establecimientos a recibir alguna persona en riesgo de haber contraído el virus.**

Por el momento se intenta llevar tranquilidad, aunque todos los días es un desconcierto sobre qué medidas extremas se pueden tomar desde el Gobierno Nacional y/o provincial. Igualmente las restricciones y caídas de reservas se van dando a medida que se dispone un mayor aislamiento. **El cierre de frontera dispuesto es la novedad que seguramente repercutirá en las próximas horas entre los hoteleros.**

La situación de alarma ya se manejaba desde hace un par de semanas, pero se agudizó a mitad de la semana que pasó cuando se empezaron a conocer los primeros casos en el país y las muertes por el COVID 19.

El impacto económico es alarmante, el turismo puede desplomarse un 25% por el coronavirus, según la patronal mundial del sector.

Recuerda que...

El Turismo es un fenómeno retráctil.

➤ Actividad Propuesta

Realizando la lectura de la Proyección de la OMT sobre el crecimiento en el año 2020 y teniendo en cuenta la situación actual comenzando el año, qué opinión tiene al respecto.



➤ **Actividades de enseñanza y aprendizaje**

De comprobación

- 1 Se entiende por Turismo:
 - a) El conjunto de actividades de los turistas en un establecimiento hotelero.
 - b) El complejo de actividades originadas por el desplazamiento temporal y voluntario de personas fuera de su lugar de residencia habitual.
 - c) El gasto que realiza un turista cuando viaja.
 - d) Ninguna de las anteriores es correcta.

2. Se entiende por Hospitalidad.
 - a) A los servicios que brindan los hospitales
 - b) La atención al cliente en un negocio..
 - c) El recibir y entretener a invitados, visitantes o extraños, con libertad y cordialidad, brindando servicios de comida, bebida y alojamiento.
 - d) Ninguna de las anteriores es correcta.

3. El Turismo y la Industria de la Hospitalidad reflejan:
 - a) La cortesía y la amabilidad en el trato que los residentes en un lugar dan a los forasteros
 - b) Una ciudad linda y amable.
 - c) La falta de atención de un lugar.
 - d) Ninguna de las anteriores es correcta.

De aplicación

- 1) Buscar información en los diarios digitales sobre las medidas que adoptó Catamarca con respecto a la Pandemia en el sector gastronómico.
- 2) Elabora un listado con las palabras que creas las más importantes que reflejan la hospitalidad en Catamarca.



 *Téc. Karina del Valle Díaz - TS Administración y Gestión de Empresas de Alojamiento y Gastronómicas
Industria de la Hospitalidad – 1° Año*

De ampliación

- 1) Ayudándote de Internet, analiza diferentes conceptos de turismo y hospitalidad.

Enlaces web de interés:

<http://www.fehgra.org.ar>

<http://www.ghlhoteles.com>

BIBLIOGRAFÍA

Foster Dennis “Introducción a la Industria de la Hospitalidad” – Editorial Mc Grawhill – Edición 1994

Scheel Adolfo y Fernández Ayala Diego – “Espíritu de la Hospitalidad” – Editorial: GHL – Edición: 2008

Organización Mundial del Turismo “*Introducción al Turismo*” – Publicado por la OMT – Edición, Junio de 1998 – Madrid (España).

**IDEA Y REALIZACIÓN: TÉC. KARINA DÍAZ
IES PROF. JUAN MANUEL CHAVARRÍA**