

# IMPORTANCIA DE LA MERCADOTECNIA TURÍSTICA

POR: LIC. MANUEL FÉLIX

Al 30 de junio de 2018, en Cancún se tenían 42,000 habitaciones hoteleras, 46,000 en la Riviera Maya, y un total de 101,000 cuartos hoteleros en el Estado de Quintana Roo (Secretaría de Turismo del Estado), y para diciembre de 2019, es decir, en un año más, se tiene previsto que Quintana Roo tendrá 130,000 llaves hoteleras (Secretaría Federal de Turismo, enero de 2018), esta gigantesca expansión se llevará a cabo en todo el Estado, pero sobre todo en los 56 kilómetros de franja costera que va de Cancún a Cabo Catoche, intermedia entre el Mar Caribe y el Área de Protección de Flora y Fauna denominada Yum Balam. Este acelerado crecimiento implica enormes retos para diversos sectores de la sociedad, necesidades de vivienda para los 30,000 nuevos trabajadores que se integrarán (en hoteles de 5 estrellas el parámetro del recurso humano es de un trabajador por cada habitación), además de necesidades de educación para sus hijos, transportación, alimentación, etc; y para el sector turístico en todas sus expresiones, hoteles, líneas aéreas, agencias de viajes, etc, un gran reto tanto mercadológico como operativo. ¿Cómo adquirir una tajada del mercado suficiente para asegurar la ocupación del enorme número de habitaciones hoteleras que se pondrán a la venta? ¿Cómo atraer líneas aéreas que incorporen vuelos de nuevos lugares de origen, hacia Quintana Roo para llenar esos cuartos? ¿Cómo evitar que ese fenómeno de una gran oferta y una demanda todavía en ciernes no aporte disminución de las tarifas promedio, que abarate el destino y el tipo de turismo de

nuevo arribo? Este es un reto enorme que los CEO's de estas grandes empresas tendrán que resolver, y a la brevedad. Es aquí donde la Mercadotecnia Turística adquiere una importancia relevante, y la Universidad La Salle Cancún en su afán de aportar soluciones académicas a la diversa problemática socio-económica en que se desenvuelve, ha creado la Maestría en Mercadotecnia Turística.

La Maestría en Mercadotecnia Turística de la Universidad La Salle Cancún, tiene tres vertientes académicas sumamente importantes que vienen a resolver gran parte de la problemática plasmada en el párrafo anterior:

a) Métodos de investigación de mercados de vanguardia, como: descubrir, atraer y consolidar mercados turísticos nuevos.

b) Herramientas Tecnológicas de punta, impartidas en nuestros tres laboratorios de cómputo, tanto Windows como MacIntosh, que facilitarán el encuentro, atracción y consolidación de los nuevos mercados.

c) Bagaje cognoscitivo vasto y suficiente para colaborar en el diseño de centros de hospedaje, campos de golf, aeropuertos, etc; acordes a los gustos e idiosincrasia de las nuevas tendencias del turismo.

Es indudablemente, una decisión acertada el cursar la Maestría en Mercadotecnia Turística de la Universidad La Salle Cancún, para quien desee abrirse horizontes profesionales exitosos en este entorno, eminentemente turístico en que nos desenvolvemos.

Maestría en  
**Mercadotecnia  
Turística**

RVOE. 2014266



Informes:

Bernardo Arechandieta

tel. (998) 886 22 01 ext. 259

promodnonpograd@lasallecancun.edu.mx