



DEL **24** AL **28** DE OCTUBRE

# V SEMANA DE LA **FACULTAD** DE ADMINISTRACIÓN



**V SEMANA DE LA FACULTAD  
DE ADMINISTRACIÓN**



**V SIMPOSIO  
INTERNACIONAL**

**PARA LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO EMPRESARIAL:**

**CONSUMIDORES  
Y MERCADOS  
EMERGENTES**

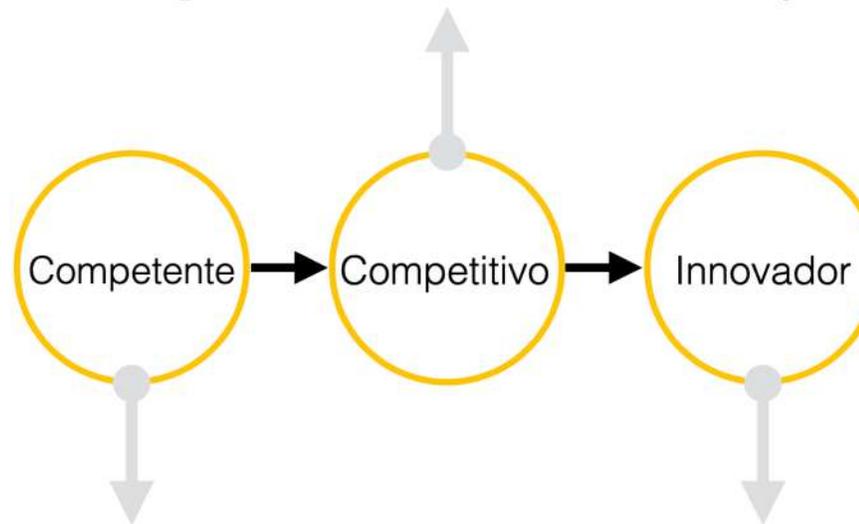


## ¿Por qué **innovar** y qué tiene que ver con las **tendencias**?



Regla: **E-D-A-E-P-C**

Hacer que en medio de una gran cantidad y variedad de opciones, el turista o el cliente nos elija



Brindar en las condiciones adecuadas aquello que decimos hacer

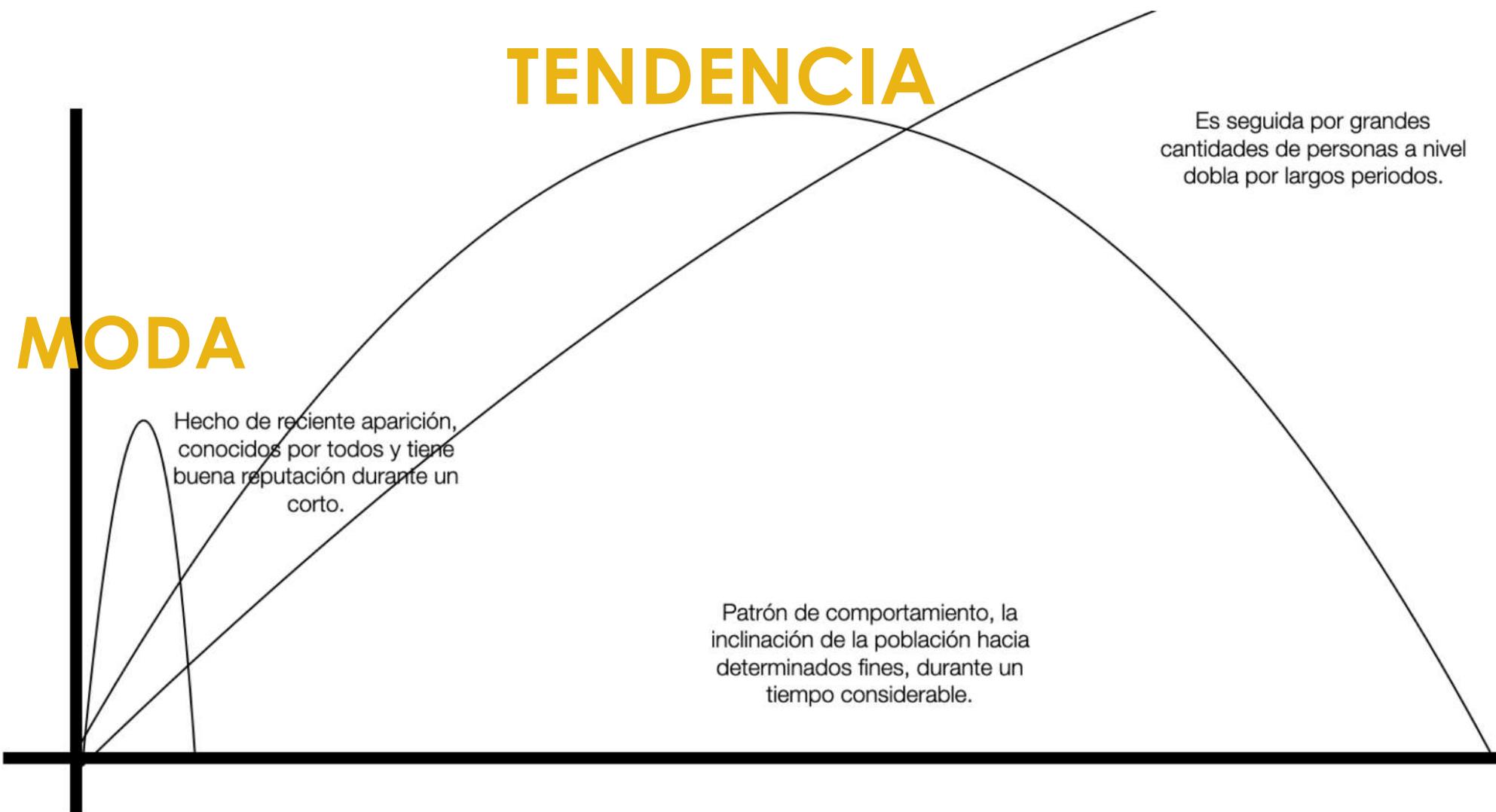
Solucionar el problema o la necesidad de una manera nunca antes vista y, por tanto, crean un valor por encima de los competidores

# ¿Por qué **innovar** y qué tiene que ver con las **tendencias**?

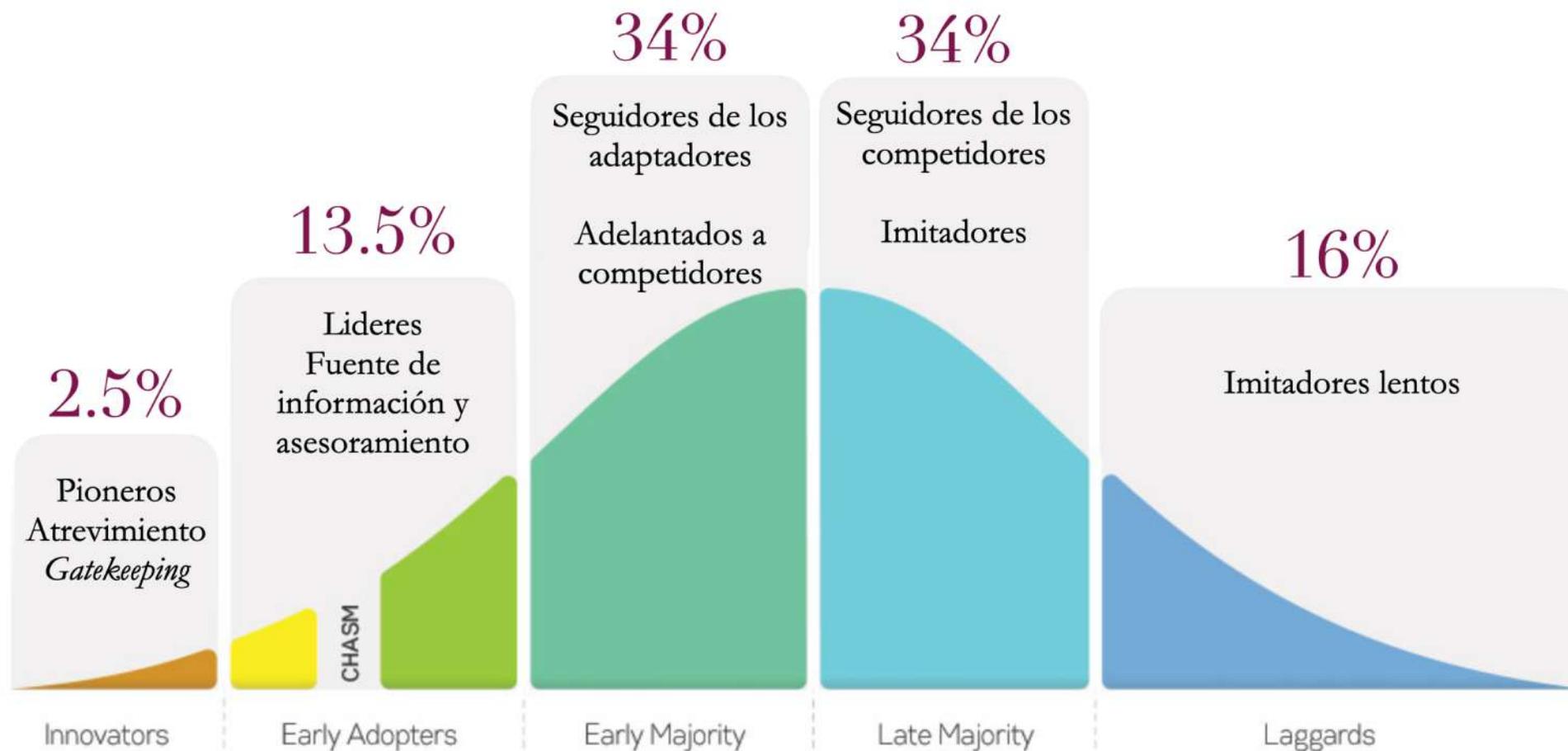




# TENDENCIAS vs MODA



Presión del mercado



# EJEMPLO



MODA UNICORNIO

# EJEMPLO



TENDENCIA DE SALUD Y BIENESTAR

# LAS MÁS GRANDES TENDENCIAS DE CONSUMO

---



# REGRESO A LAS RAÍCES

## COLOMBIA



## MÉXICO

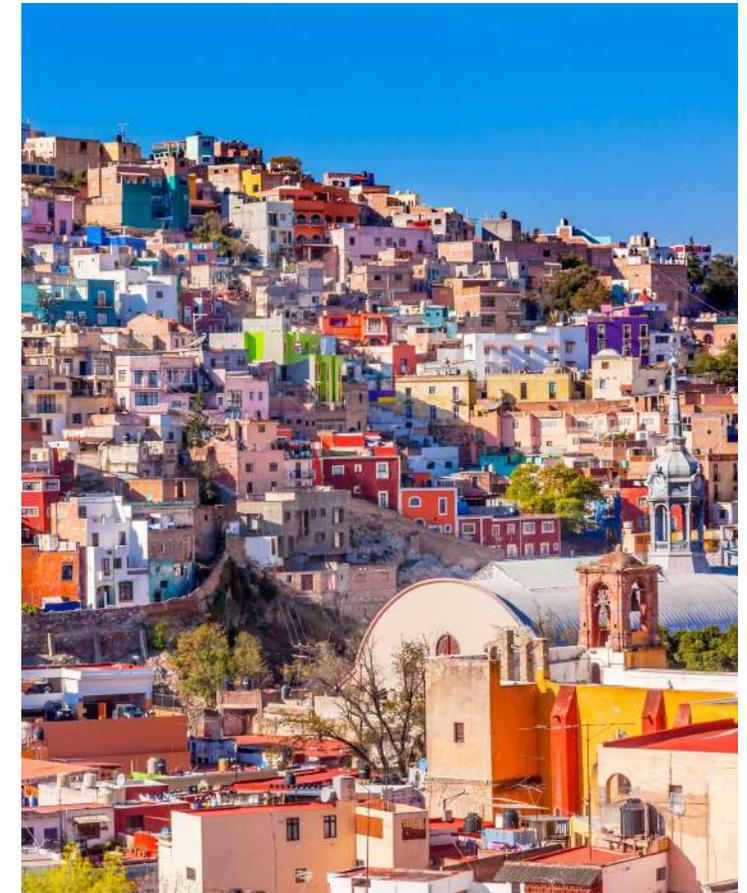
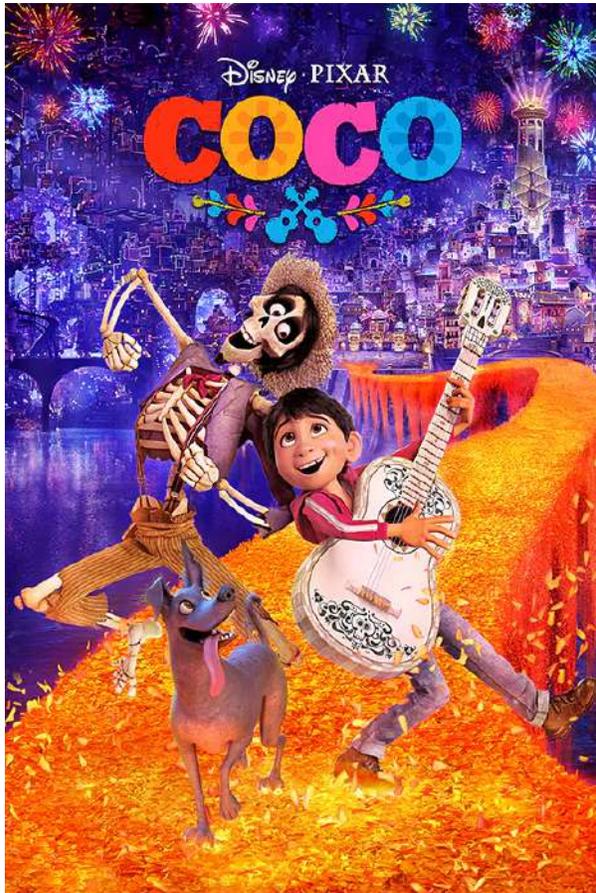


## PERÚ

## ITALIA



# CASO MÉXICO



# La nueva ruta turística en México que surgió gracias a Disney

Para la realización de una exitosa película de Disney, el equipo de Pixar viajó a varios destinos mexicanos para investigar a fondo la celebración de Día de Muertos

28 de Enero de 2020



RELACIONES EXTERIORES | MÉXICO  
SECRETARÍA DE RELACIONES EXTERIORES | EMBAJADA DE MÉXICO EN FRANCIA

INICIO VIAJES A FRANCIA SERVICIOS CONSULARES PREGUNTAS FRECUENTES CONTACTO INFORMATION EN FRANÇAIS  
SISTEMA DE REGISTRO PARA MEXICANOS EN EL EXTERIOR (SIRME) MÉXICO EN FRANCIA PROMOCIÓN ECONÓMICA Y COMERCIAL



Guitarra de Paracho, Michoacán



Embajada de México en Francia

COMUNICADO DE PRENSA 016/2017

París, 15 de noviembre de 2017

TURISMO: EXITOSA ALIANZA ESTRATÉGICA DE PROMOCIÓN CON DISNEY-PIXAR Y AEROMÉXICO

- *Periodistas franceses viajaron a México con uno de los creadores de COCO para conocer las festividades del Día de Muertos*
- *En lo que va del año, se ha reflejado un aumento de 12.9% en las llegadas de visitantes franceses a México por vía aérea*

## Originalidad del tequila como símbolo de identidad mexicana. Percepción del turista-consumidor a partir de su exportación

Tequila Originality as a Symbol of Mexican Identity. Tourist-Consumer Perception from its Export

*Karla Gómez-Cuevas, Alejandro Delgado-Cruz y Yanelli Daniela Palmas-Castrejón<sup>1</sup>*





A publicarse en 2022

## Motivaciones, experiencia y repetición de visita: el caso de la Feria del Alfeñique de la ciudad de Toluca, Estado de México



## MOTIVACIONES E INTENCIÓN DE VISITA EN LA ZONA ARQUEOLÓGICA DE CALIXTLAHUACA, MÉXICO MOTIVATIONS AND INTENTION TO VISIT THE ARCHAEOLOGICAL ZONE OF CALIXTLAHUACA, MEXICO

MARCO ANTONIO REZA-VILCHIS<sup>1</sup>

*Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México*

ANDREA EDURNE JIMÉNEZ-RUIZ<sup>2</sup>

*Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México*

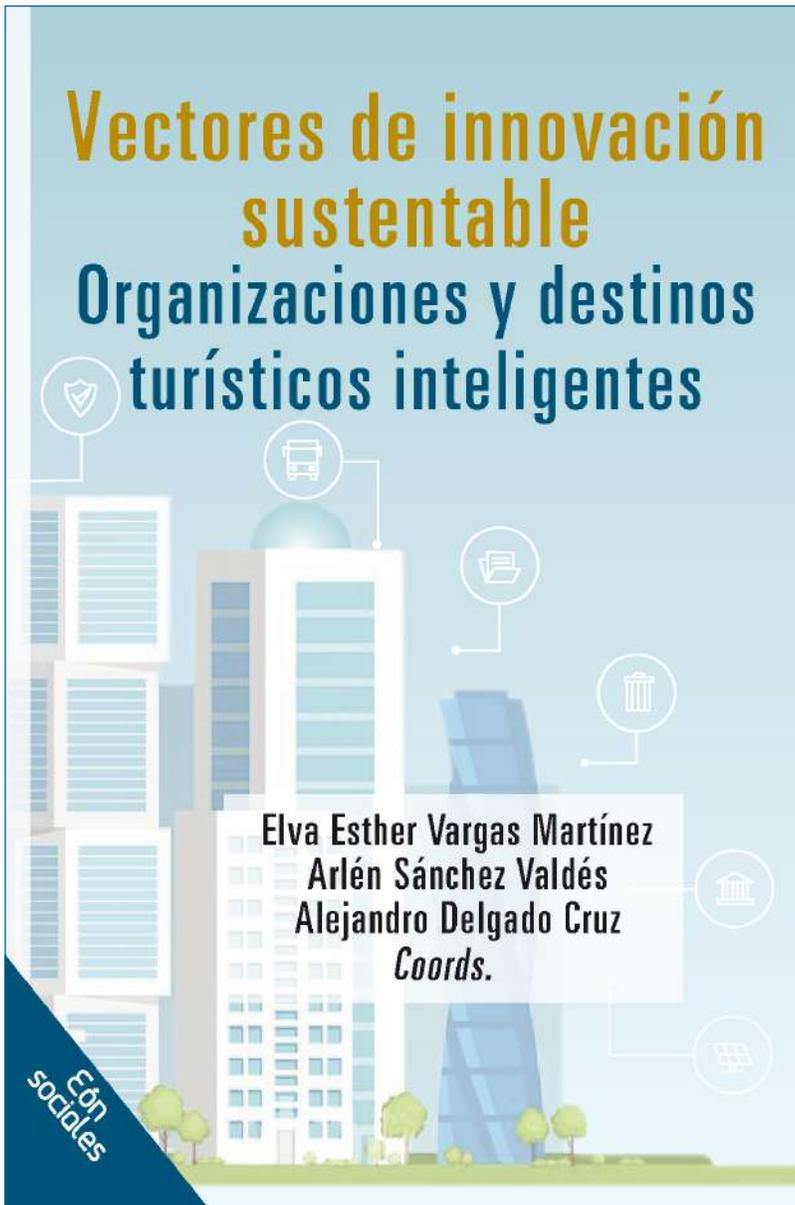
ALEJANDRO DELGADO-CRUZ<sup>3</sup>

*Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México*





# SUSTENTABILIDAD



## Sustainable Innovation: Concepts and Challenges for Tourism Organizations

**Mercedes Hernández Esquivel**

*Universidad Autónoma del Estado de México, Mexico  
mhernandez017@alumno.uaemex.mx*

**Elva Esther Vargas Martínez**

*Universidad Autónoma del Estado de México, Mexico  
eevargasm@uaemex.mx*

**Alejandro Delgado Cruz**

*Universidad Autónoma del Estado de México, Mexico  
adelgadoc@uaemex.mx*

**Juan Manuel Montes Hincapié**

*Universidad de Medellín, Colombia*

ISSN 2389-8186  
E-ISSN 2389-8194



Vol. 8, No. 2  
Julio-diciembre de 2021  
doi: <https://doi.org/10.16967/23898186.719>

### ARTÍCULOS ORIGINALES

## Innovación y sustentabilidad empresarial en turismo. Una revisión sistemática de literatura

pp. 77-90

KAREN MARTÍNEZ-RUBIO\*  
ELVA ESTHER VARGAS-MARTÍNEZ\*\*  
ALEJANDRO DELGADO-CRUZ\*\*\*  
ANA LETICIA TAMAYO SALCEDO\*\*\*\*



# EG | Estudios Gerenciales

Journal of Management and Economics for Iberoamerica

Artículo de investigación

## Adopción de tecnologías verdes y su influencia en las prácticas de responsabilidad ambiental. Percepciones de los trabajadores de hoteles

Karen Martínez-Rubio

Estudiante, Maestría en Estudios Turísticos, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca de Lerdo, México.  
[karen.kr26@gmail.com](mailto:karen.kr26@gmail.com)

Alejandro Delgado-Cruz\*

Profesor de Tiempo Completo, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca de Lerdo, México.  
[adelgadoc@uaemex.mx](mailto:adelgadoc@uaemex.mx)

Elva Esther Vargas-Martínez

Profesora de Tiempo Completo, Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, Toluca de Lerdo, México.  
[eevargasm@uaemex.mx](mailto:eevargasm@uaemex.mx)



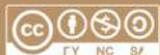
*sustainability*



*Article*

# Social Entrepreneurship in the Conduct of Responsible Innovation: Analysis Cluster in Mexican SMEs

Irene L. Bahena-Álvarez <sup>1,\*</sup>, Eulogio Cordón-Pozo <sup>2</sup>  and Alejandro Delgado-Cruz <sup>3</sup> 



## Impactos del COVID-19 en Cancún, México. Experiencias laborales desde la hotelería

Impacts of COVID-19 in Cancun, Mexico. Work Experiences from the Hotel Industry

Martha Lilia González José<sup>1</sup>

Universidad Autónoma del Estado de México, México.

[linda\\_ahtram@hotmail.com](mailto:linda_ahtram@hotmail.com)

Elva Esther Vargas Martínez<sup>2</sup>

Universidad Autónoma del Estado de México, México.

[eevargasm@uaemex.mx](mailto:eevargasm@uaemex.mx)

Alejandro Delgado Cruz<sup>3</sup>

Universidad Autónoma del Estado de México, México.

[adelgadoc@uaemex.mx](mailto:adelgadoc@uaemex.mx)



Revista Investigaciones Turísticas, nº 22, pp. 69-94

ISSN: 2174-5609

DOI. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.4>



**Cita bibliográfica:** González Domínguez, I., Osorio García, M. y Delgado Cruz, A. (2021). Empoderamiento en el turismo rural. Propuesta de un instrumento de medición. *Investigaciones Turísticas* (21), pp. 69-94. <https://doi.org/10.14198/INTURI2021.22.4>

## Empoderamiento en el turismo rural. Propuesta de un instrumento de medición

### Empowerment in rural tourism. Proposal for a measurement instrument

Irais González Domínguez , Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México  
[iraisiya@hotmail.com](mailto:iraisiya@hotmail.com)

Maribel Osorio García , Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México  
[maribelosorio2@gmail.com](mailto:maribelosorio2@gmail.com)

Alejandro Delgado Cruz , Facultad de Turismo y Gastronomía, Universidad Autónoma del Estado de México, México  
[adelgadoc@uaemex.mx](mailto:adelgadoc@uaemex.mx)

Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina

[www.revflacso.uh.cu](http://www.revflacso.uh.cu)

## Cooperativismo y empoderamiento: historia de vida de la Cooperativa Ecoturística El Paraíso

### Cooperativism and Empowerment – Life History of El Paraíso Ecotourism Cooperative

#### Sebastián Cruz Arce

Universidad Autónoma del Estado de México  
México

 0000-0002-2213-681X  
[arce.sebastian@outlook.com](mailto:arce.sebastian@outlook.com)

#### Alejandro Delgado Cruz

Universidad Autónoma del Estado de México  
México

 0000-0002-9135-9304  
[delgadocruz@outlook.com](mailto:delgadocruz@outlook.com)

#### Rocío del Carmen Serrano Barquín

Universidad Autónoma del Estado de México  
México

 0000-0002-5695-751X  
[rocioserba14@gmail.com](mailto:rocioserba14@gmail.com)

#### Yanelli Daniela Palmas Castrejón

Universidad Autónoma del Estado de México  
México

 0000-0002-7158-0212  
[hashir04@hotmail.com](mailto:hashir04@hotmail.com)

Fecha de envío: 23/03/2020

Fecha de aprobado: 10/04/2020

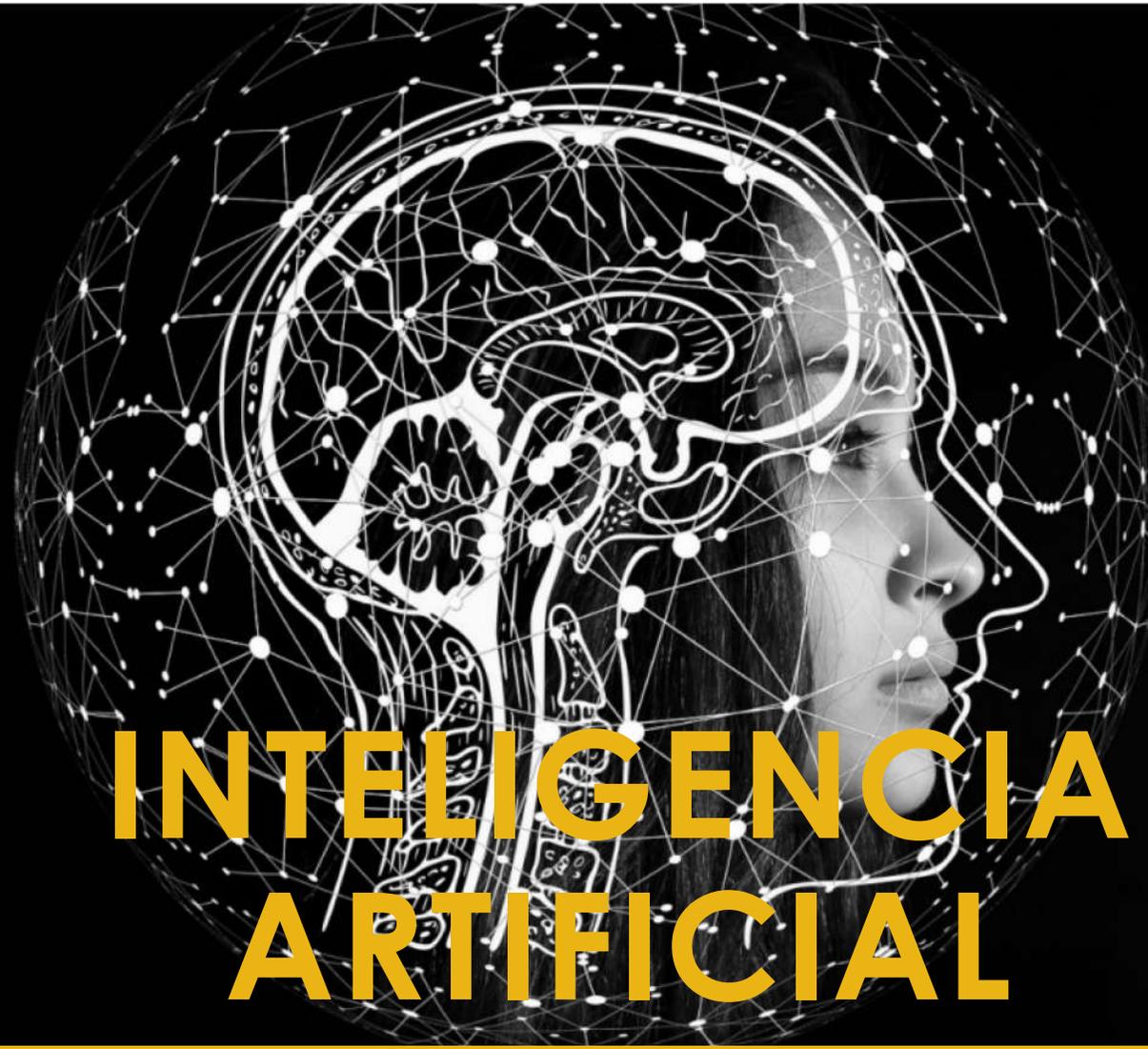


# Motivaciones e intención de visita frente a la situación de inseguridad por el narcotráfico. Estudio de las percepciones del turista de Mazatlán, México

## Motivation and visit intention in the face of the insecurity situation due to drug trafficking. A tourist perception study in Mazatlán, Mexico

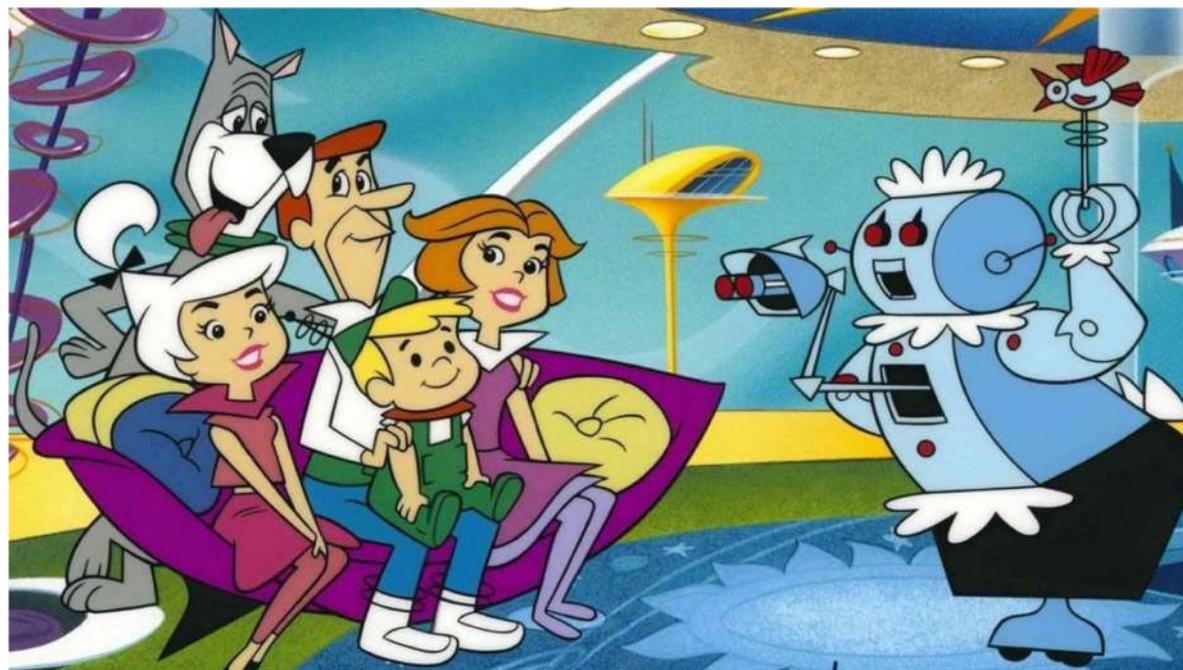
Diana Gisela Hernández-Estrada, Alejandro Delgado-Cruz\*, Yanelli Daniela Palmas-Castrejón

Publicado en 2021



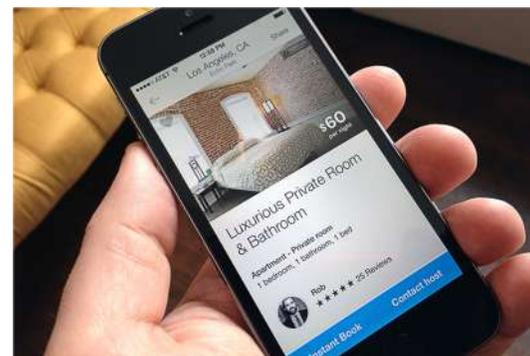
# INTELIGENCIA ARTIFICIAL

# ¿Qué nos imaginamos cuando pensamos INTELIGENCIA ARTIFICIAL?



# ¿Qué es la INTELIGENCIA ARTIFICIAL?

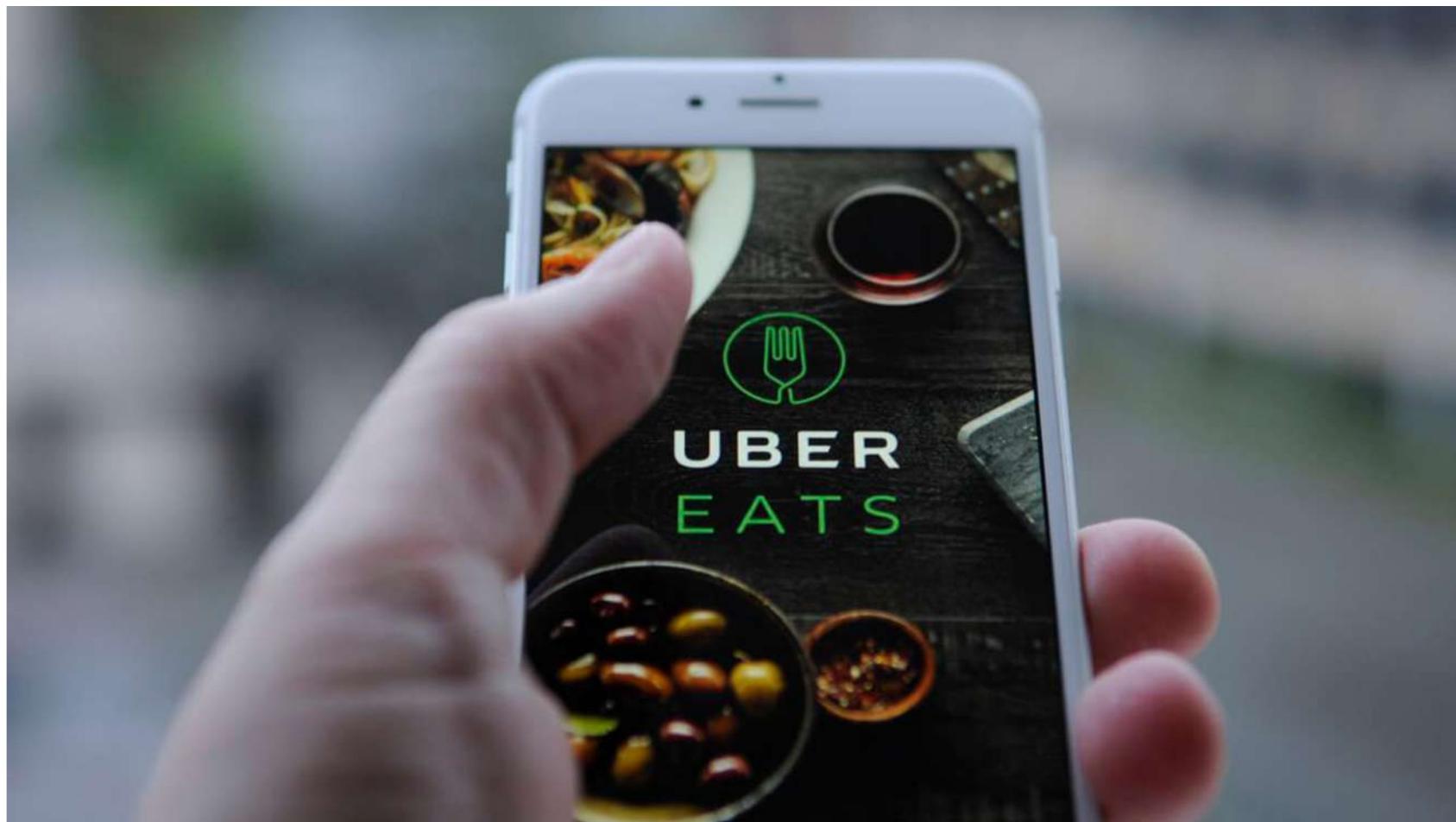




# INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN EL TURISMO







# ¿Cómo **conocer** al consumidor?

The logo for Trivago, featuring the word "trivago" in a lowercase, sans-serif font. The "tri" is blue, "vago" is orange, and "go" is red.

**Recomendación** (e.g. TripAdvisor, Booking, Foursquare)

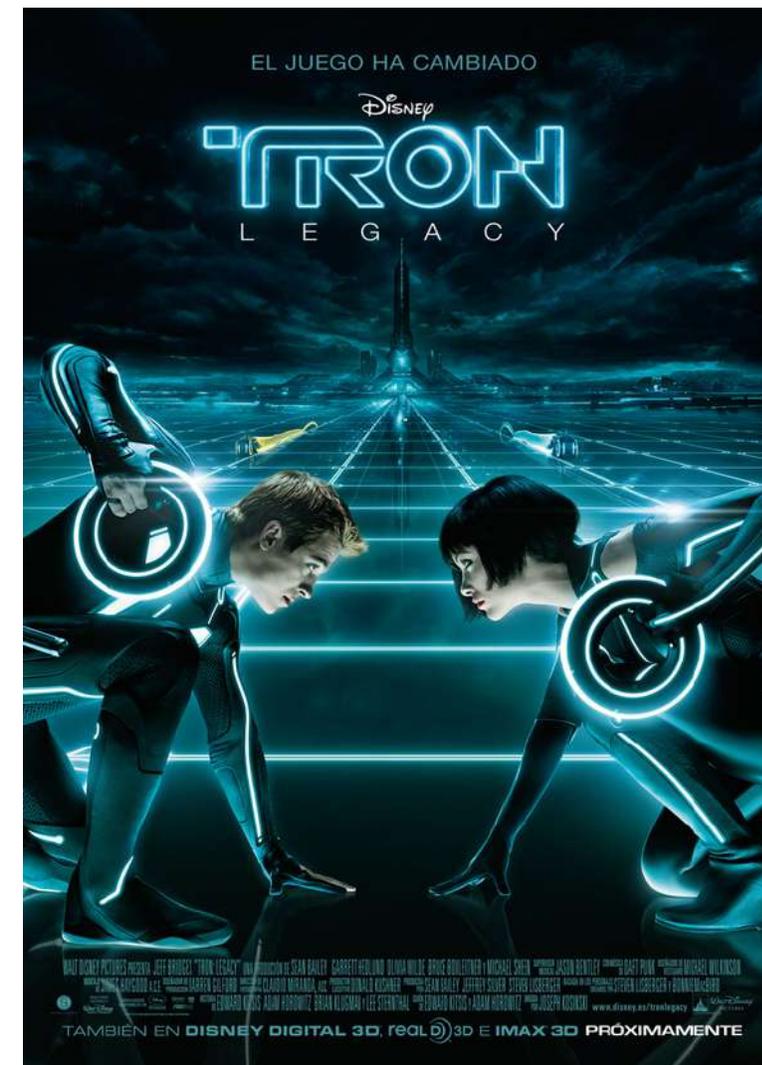
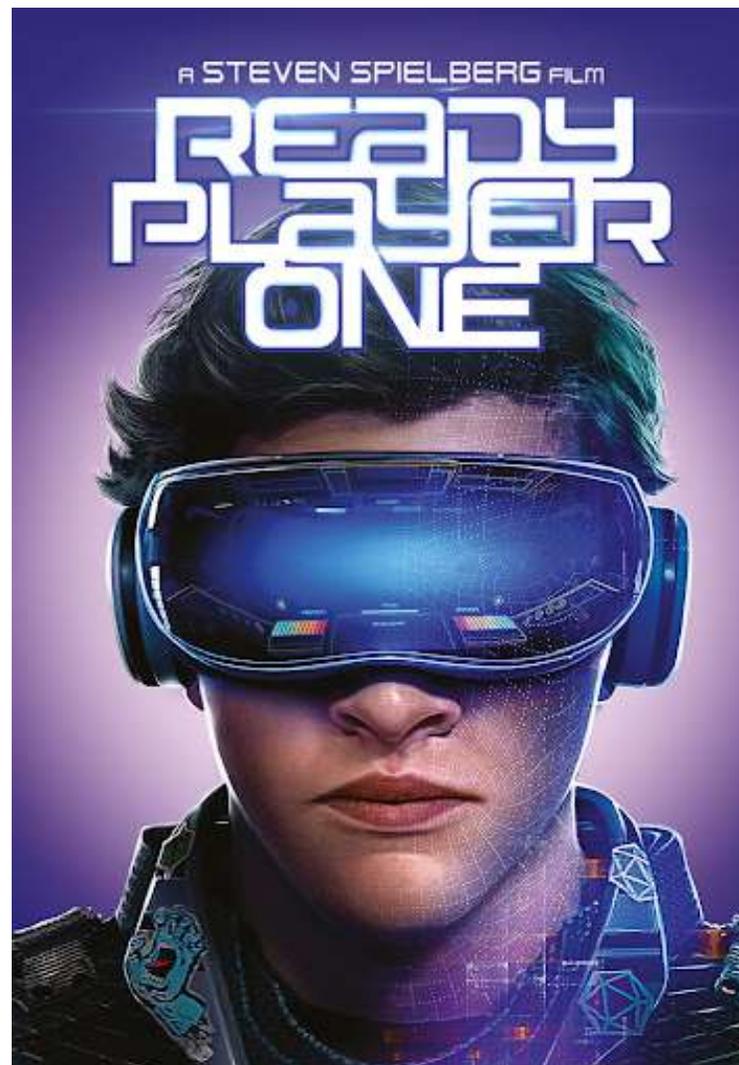
**Comparación de precios y reservación**  
(e.g. Trivago, Despegar, BestDay, Hotels, Expedia)

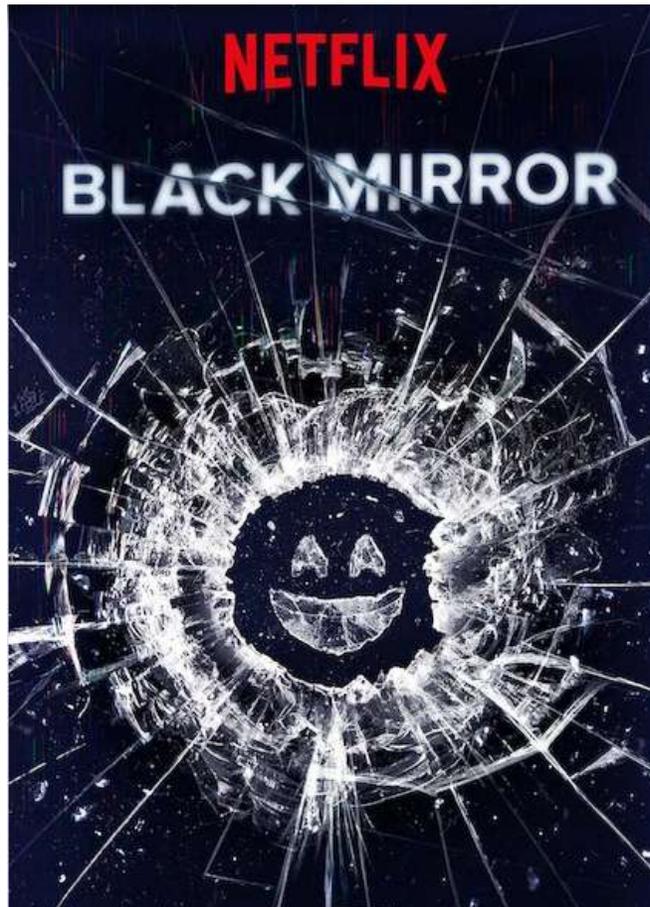
The logo for BestDay.com, with "Best" in blue, "Day" in red, and ".com" in blue below it.

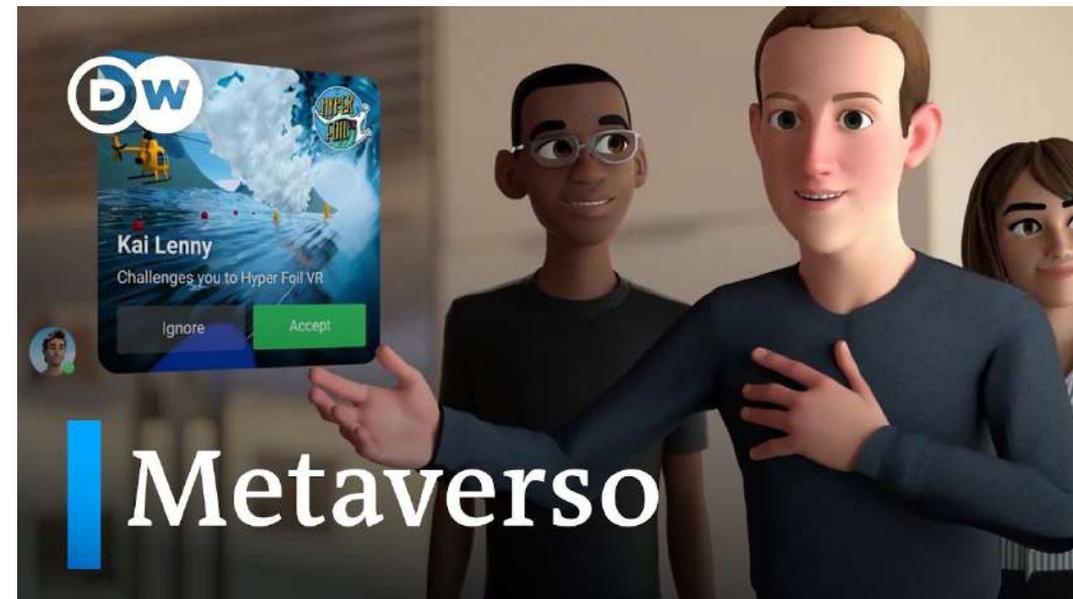
**Fotografía** (e.g. Instagram, Pinterest)

The Booking.com logo, with the word "Booking" in white, bold, sans-serif font on a dark blue rectangular background.

**Redes sociales** (e.g. Facebook, twitter, Snapchat)









OmniaScience

Intangible Capital

IC, 2016 – 12(4): 1088-1155 – Online ISSN: 1697-9818 – Print ISSN: 2014-3214

<http://dx.doi.org/10.3926/ic.778>

## Innovation in tourism companies, where are they and where are they going? An approach to the state of knowledge

Alejandro Delgado Cruz<sup>1</sup> , Elva Esther Vargas Martínez<sup>1</sup> , Juan Manuel Montes Hincapié<sup>2</sup> ,

Federico Rodríguez Torres<sup>1</sup> 

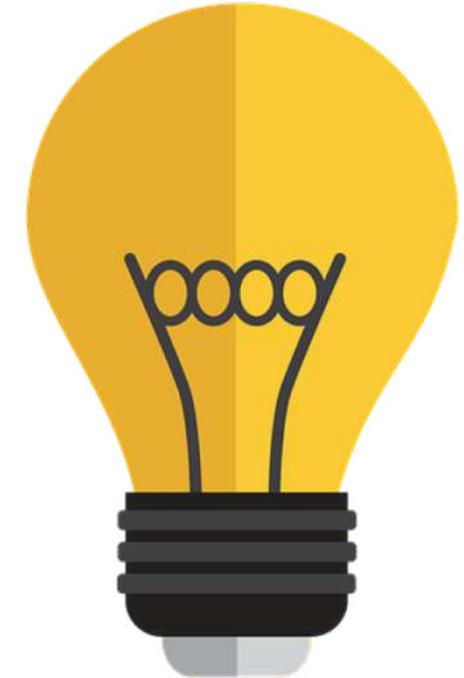
<sup>1</sup>*Universidad Autónoma del Estado de México (México)*

<sup>2</sup>*Universidad de Medellín (Colombia)*

[delgadocruz@outlook.com](mailto:delgadocruz@outlook.com), [elvacolegio@hotmail.com](mailto:elvacolegio@hotmail.com), [jmontes@udem.edu.co](mailto:jmontes@udem.edu.co), [economicon\\_50@hotmail.com](mailto:economicon_50@hotmail.com)

*Received April, 2016*

*Accepted August, 2016*



---

**Impacto de la gestión tecnológica sobre la capacidad de innovación en el sector  
restauranero de Medellín**

Alejandro Delgado-Cruz , Elva Esther Vargas-Martínez ,  
Juan Manuel Montes-Hincapié

*Recibido: 23 de Diciembre de 2020*

*Aceptado: 16 de Febrero de 2021*

<https://doi.org/10.37610/dyo.v0i73.594>

GECONTEC: Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología. ISSN 2255-5648  
Delgado-Cruz, A., Vargas-Martínez, E., Rodríguez-Torres, F. y Montes-Hincapié, J. Vol. 5(2). 2017

**Technology Management in Restaurants: Development and Validation of  
a Measuring Instrument**

---



Article

# Digital Competence of Tourism Students: Explanatory Power of Professional Training

Ambar J. Arango-Morales, Alejandro Delgado-Cruz \*<sup>ib</sup> and Ana L. Tamayo-Salcedo



**CPU-e**, Revista de Investigación Educativa

Número 32 | enero-junio, 2021 | ISSN 1870-5308  
Instituto de Investigaciones en Educación | Universidad Veracruzana

DOI: <https://doi.org/10.25009/cpue.v0i32.2733>

**Competencia digital y formación profesional en el turismo. Una revisión de literatura**

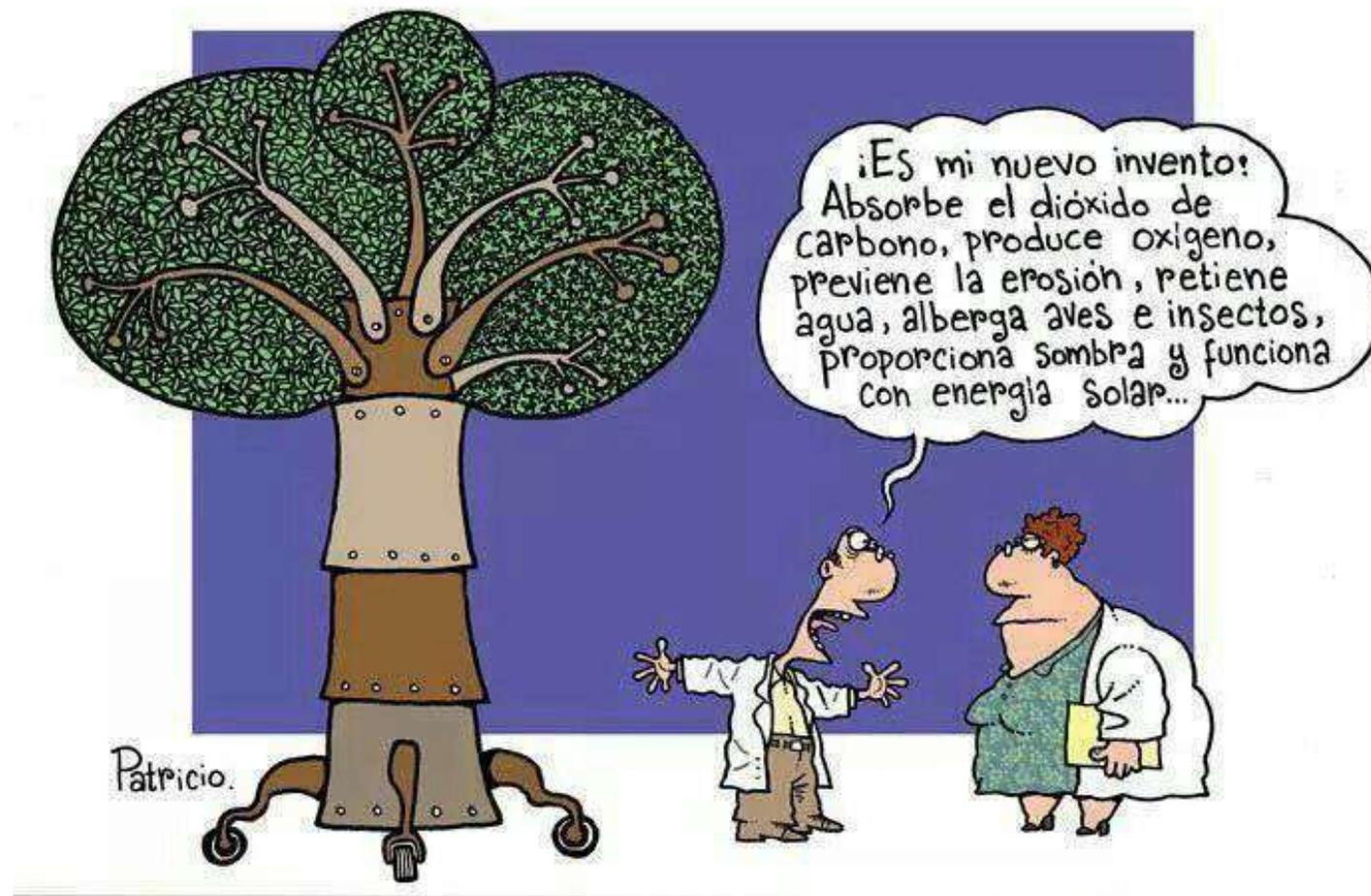
Digital Competence and Professional Training in Tourism. A Literature Review

Ámbar Jazmín Arango Morales<sup>a</sup>  
Ana Leticia Tamayo Salcedo<sup>b</sup>  
Alejandro Delgado Cruz<sup>c</sup>





A manera de **conclusión** ...



# A manera de **conclusión** ...



El turismo siempre tendrá desafíos de todo tipo. El **más grande**: el propio ser humano y sus acciones

La innovación permite dar atención a las demandas del cliente. Empero, el **valor de innovación** siempre deberá considerar un actuar ético.

La comprensión de las tendencias y comportamiento de los clientes, es imprescindible para responder a las contingencias del mercado y permanecer en él. Recordar la regla: **E-D-A-E-P-C**

MUCHAS  
GRACIAS

# INNOVACIÓN Y TENDENCIAS DEL CONSUMO TURÍSTICO

---

Dr. en A. y A. D. Alejandro Delgado Cruz