

Producto Turístico

Viceministerio de Turismo

Grupo de Planificación y Desarrollo Sostenible del Turismo

Junio de 2.016



**MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO**



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Contenido

PRODUCTO TURÍSTICO

PRINCIPIOS

ETAPAS

CONCLUSIONES



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**

PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Producto turístico es:

Proceso de producción de un **bien inmaterial** a partir de un conjunto de **atractivos y servicios** que, puestos en el **mercado** para ser **consumidos**, satisfacen los requerimientos, necesidades y deseos del consumidor (**turista**)

PRINCIPIOS



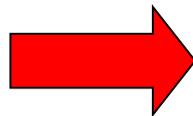
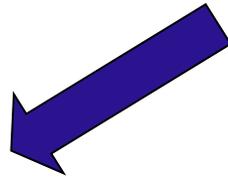
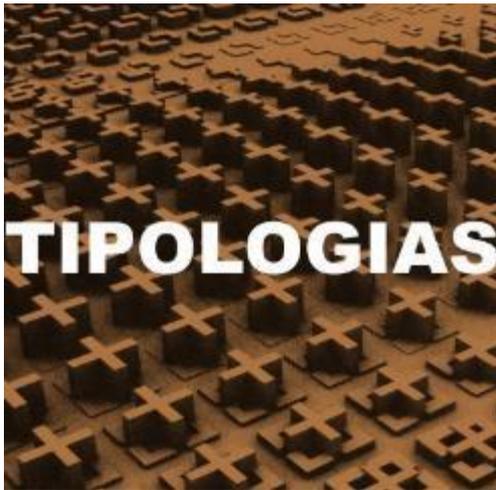
¿Para quién



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



TODOS POR UN
NUEVO PAÍS
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN



Producto

CADENA DE VALOR



Ranking de los aspectos que impulsan el deseo de visitar un destino

1. Belleza Natural
2. Autenticidad
3. Arte y Cultura
4. Historia
5. Descanso y relax
6. Habitantes amistosos
7. Seguridad

8. Ideal para negocios
9. Estándar de vida
10. Facilidad de Viajar
11. Gastronomía
12. Conveniencia
13. Atracción

Fuente: Future Brand, Latinoamérica, Estudio Marca país. 2013



Desde la Oferta

- Producto – Destino
(Basado en AT + ST o en ST)
- Producto – Multidestino
(Multiproducto – Destino)
- Producto – Individuales de Prestadores de Servicios Turísticos

Desde el Mercado

- **Producto – Demanda**
 - Multiproducto

ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

- 1. Identificación**
- 2. Caracterización**
- 3. Diseño**
- 4. Implementación**
- 5. Desarrollo**



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación

Tendencias	Mercados	Recursos y atractivos turísticos	Productos turísticos
			
Naturaleza Bienestar Cultural Experiencias únicas Emociones	Internacional Nacional Regional Local	Calidad Significado	Naturaleza, cultural, aventura, salud y bienestar, sol y playa, reuniones, náutico



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación

2. Caracterización

3. Diseño

4. Implementación

5. Desarrollo



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

2. Caracterización

Conectividad	Servicios	Atractivos turísticos	Producto turístico
			
Aérea Terrestre Acuática Digital	Alojamiento Restaurantes Guía de turismo Operadores	Culturales • Material • Inmaterial Natural	Principal y complementarios

ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación
2. Caracterización
3. Diseño
4. Implementación
5. Desarrollo



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

3. Diseño

Mercados	Oferta de bienes y servicios	Conectividad	Valores diferenciadores	Productos
				
<p>Segmentos: mujeres, LGTBI, nuevas familias, peregrinos, mochileros..etc.</p>	<p>Atractivos turísticos Servicios turísticos</p>	<p>Accesibilidad Digital Tic's</p>	<p>Innovación, calidad y sostenibilidad turística</p>	<p>Especializados Masivos</p>

ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación
2. Caracterización
3. Diseño
- 4. Implementación**
5. Desarrollo



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

4. Implementación

Planificación	Comercialización
 <p data-bbox="471 682 795 708">Plan de Acción</p>	
<p data-bbox="336 968 865 1128">Plan de acción: Actividades, cronograma, responsables, presupuesto</p>	<p data-bbox="996 968 1255 1011">Hoja de ruta:</p> <ul data-bbox="996 1025 1607 1125" style="list-style-type: none">• Planes y paquetes turísticos• Comercialización

ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

1. Identificación
2. Caracterización
3. Diseño
4. Implementación
5. Desarrollo



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



ETAPAS DEL PRODUCTO TURÍSTICO

5. Desarrollo



DESARROLLO

Un proceso productivo activado por los **prestadores de servicios turísticos**, en los lugares donde se encuentran los atractivos turísticos y que encuentra su concreción en el consumo que de estos procesos haga finalmente el turista.

Identificación de las características del producto turístico

- Tradicional.
- Actual.
- Proyectado.
- Mejorado.
- Itinerante de temporada.



Objetivo del producto

- **Satisfacer** necesidades y/o deseos de los consumidores.
- Generar **preferencia** con respecto a los productos competidores.
- Lograr **eficiencia** (procesos) y **eficacia** (resultados).
- Imprimir carácter de **diferenciación** y **valor agregado**

Objetivos de desarrollo del producto turístico

- Crear oportunidades de empleo.
- Estimular la creación de pequeñas y medianas empresas.
- Conservación y puesta en valor de la cultura local.
 - Atraer inversión nacional y extranjera.
 - Creación de los nuevos mercados para los productos y servicios.
 - Promover usos alternativos del suelo.
 - Incrementar ingresos fiscales.
- **Comercialización y venta de servicios y productos turísticos**

Factores:

- Clase de clientes y sus intereses.
- Tiempo y presupuesto disponible.
- Número y clase de atracciones generadoras de demanda y facilidades y servicios complementarios en el área.
- Clase y naturaleza de productos en el mercado (competencia).
- Eventos y actividades. Se incluyen si representan el motivo principal y son generadores de demanda.





Conclusiones



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**

PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN

Principios de la Cultura del servicio al Turista

1. Promueva con orgullo los atractivos de su localidad.
2. Cuide los parques, monumentos y zonas de interés del destino.
3. Comente con tus compañeros, amigos y familiares que atender bien al turista es tarea de todos.
4. No abuse del turista cobrando más o prometiendo lo imposible.
5. **La mejor cara será siempre una sonrisa.**



Recuerden

El optimista : espera que mejore el viento.....

El pesimista: se queja del viento.....

El realista ajusta sus velas de acuerdo con los cambios del viento...

Ajustemos nuestra velas y muchos éxitos !!!

GRACIAS!

**Grupo de Planificación y Desarrollo
Sostenible del Turismo**

GERMÁN CAICEDO PIEDRAHITA
gcaicedo@mincit.gov.co



MINCOMERCIO
INDUSTRIA Y TURISMO



**TODOS POR UN
NUEVO PAÍS**
PAZ EQUIDAD EDUCACIÓN