

Planificación, organización y ejecución de un producto turístico





Importancia del desarrollo de productos turísticos

COLOMBIA 

Introducción al Producto Turístico





Un producto turístico corresponde al conjunto de bienes y servicios que son utilizados para el consumo turístico por grupos determinados de Consumidores

(OMT citado por ACHET, 2011, citado por SERNATUR, 2014).

Componentes



Atractivo turístico



Infraestructura



Servicios turísticos



Comunidad local



Percepción – Imagen – Emoción



Para comprender mejor el producto turístico, habrá que considerar las siguientes **características**:



La rigidez



La intangibilidad



La elasticidad



Turistas



Estacionalidad



Intermediarios



Desde el diseño de una experiencia
El producto turístico está constituido por una
combinación de hasta tres
factores

Vivencial



festivales, actividades,
comunidad, eventos,
comidas y
entretenimiento,
compras, seguridad,
servicios.

Emocional



Recursos
humanos,
culturales e
históricos,
hospitalidad

Físico



infraestructura, recursos
naturales, alojamiento,
restaurantes.




Para trabajar el desarrollo de un producto turístico, es importante conocer en profundidad el o los destinos que tengan relación con el producto turístico que se requiera elaborar.

...Los productos turísticos, deben relacionarse a la "vocación" del destino...





Recomendaciones
para el diseño de
productos
en el destino
turístico.






**Ser auténticos y
relevar los
atributos de
nuestro destino
que lo hacen único**

**Contar con el
apoyo de la
comunidad local
para potenciar el
turismo**



**Respetar los entornos
naturales, sociales y
culturales,
procurando que el
desarrollo del
producto no genere
impactos negativos**

**Buscar y potenciar
qué nos diferencia
de nuestra
competencia**



Aspectos a considerar

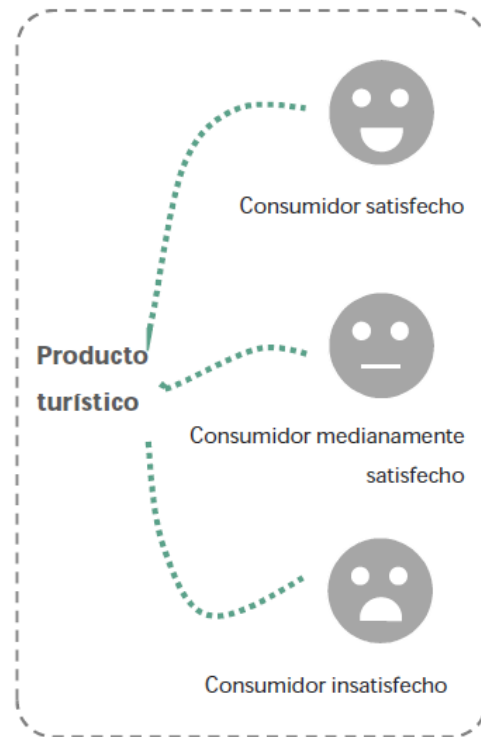




1. Potenciar el gasto en el destino

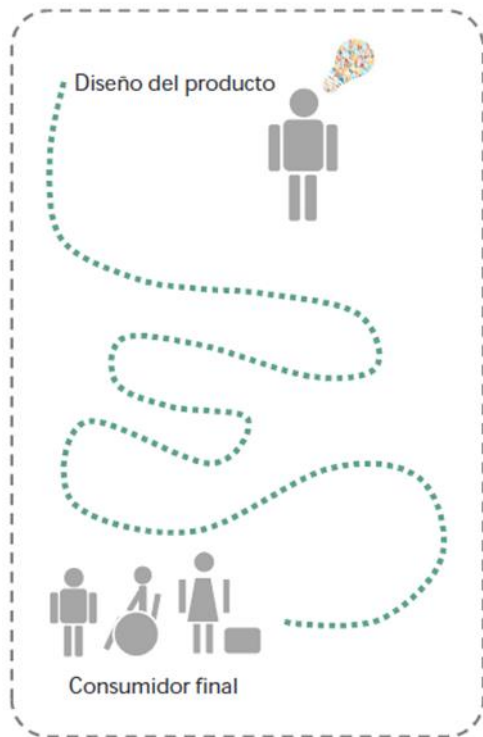


2. Máximo de satisfacción y emociones





3. Diseño y Planificación del producto



4. Generar empleo, emprendimientos y aumentar ingresos





5. Mejorar la calidad y sustentabilidad de sus productos turísticos.

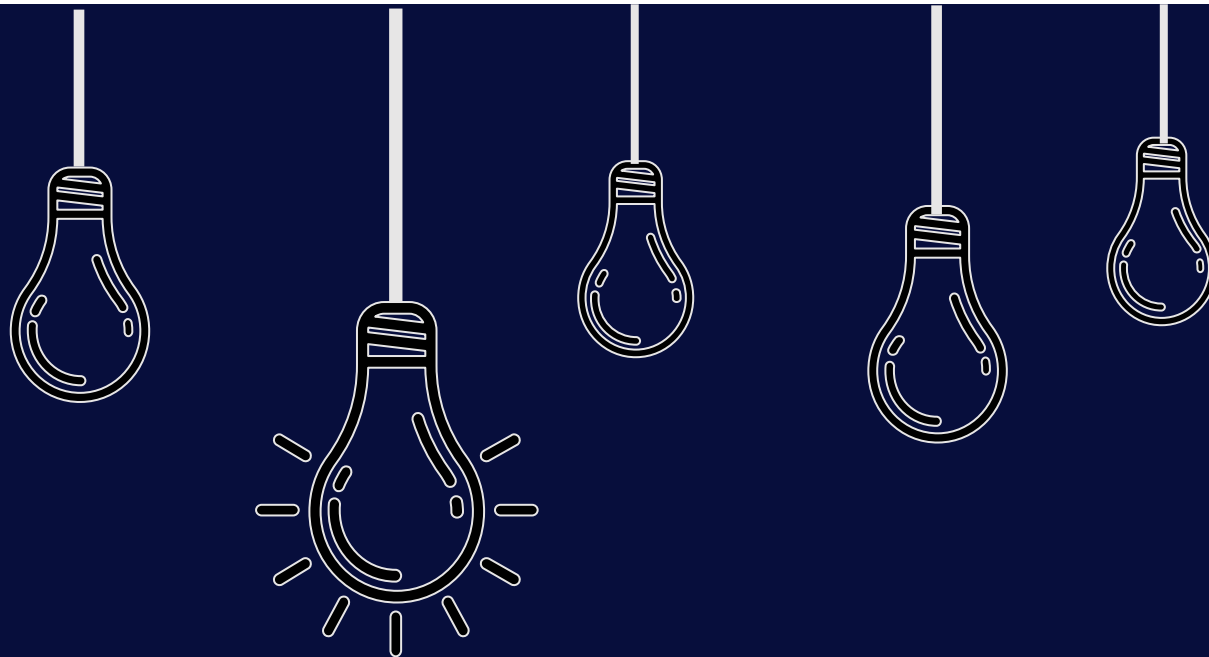




El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 



Innovación y destino turístico

COLOMBIA.TRAVEL

 **PROCOLOMBIA**
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS



***“Pasar de ver
el árbol a ver
el bosque”***

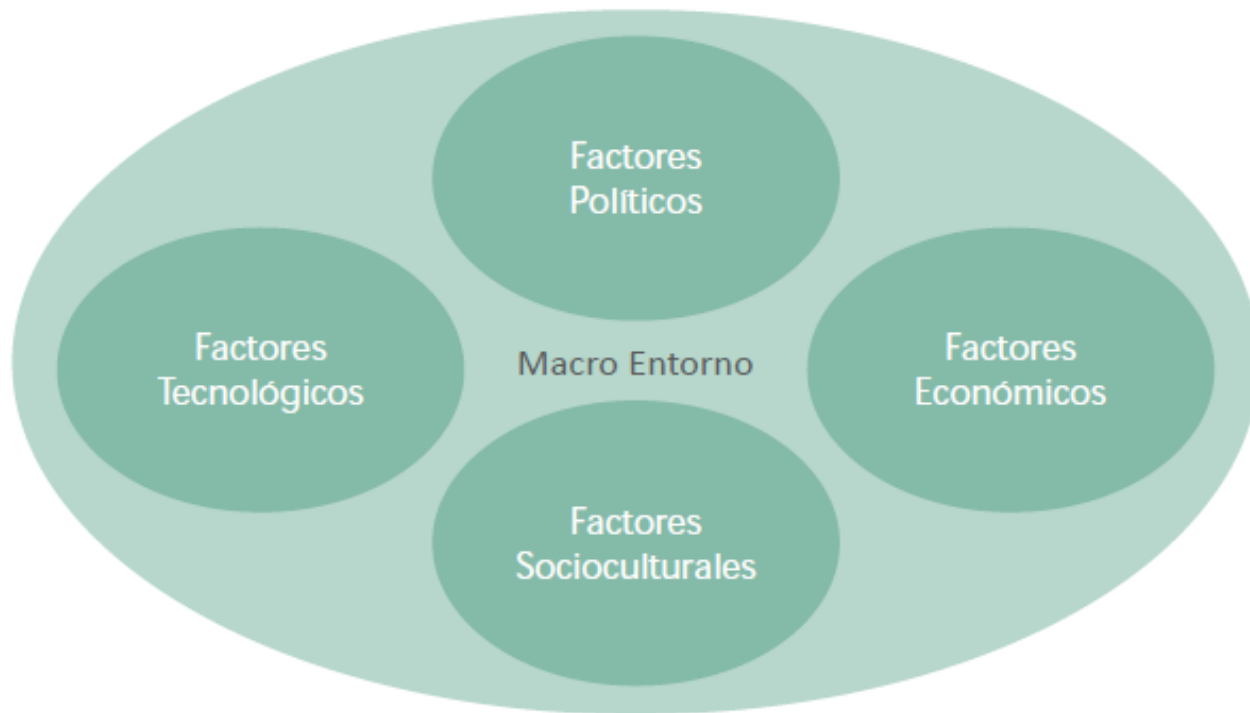
Pasar de ver el árbol...



... a ver el bosque



Evaluar la situación actual- PEST



Evaluar la situación actual- DOFA

Análisis FODA	F Fortalezas	D Debilidades
O Oportunidades	Usar la fortalezas y aprovechar las oportunidades como principal ventaja competitiva.	Superar las debilidades, aprovechando las oportunidades.
A Amenazas	Evitar las amenazas del proyecto, utilizando las fortalezas del mismo.	Se deben disminuir las debilidades para evitar las amenazas que tenga el proyecto. Éste es el ámbito más débil.

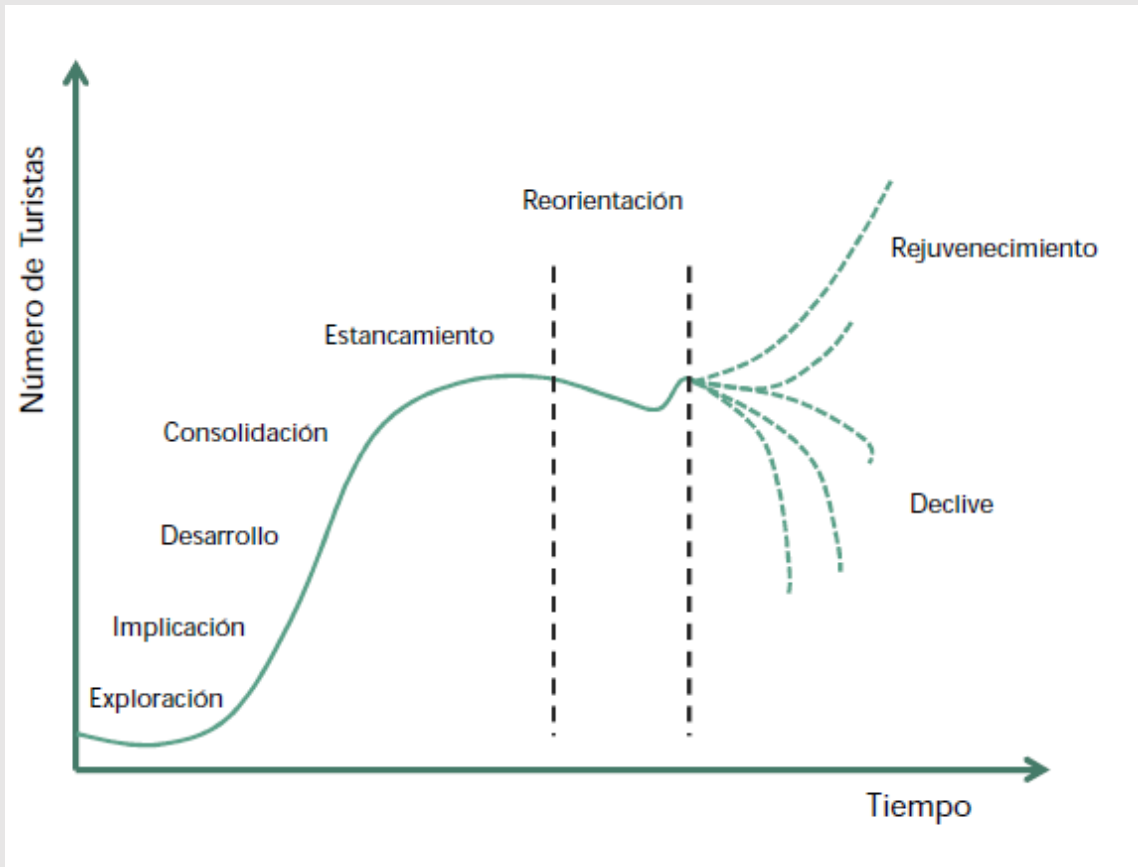


Análisis del ciclo de vida de la zona turística

Análisis del ciclo de vida de la zona turística



Análisis del ciclo de vida de la zona turística





Y después de los análisis...





Generar espacios de diálogo con la comunidad local y el empresariado para determinar puntos comunes y/o compartir la visión.



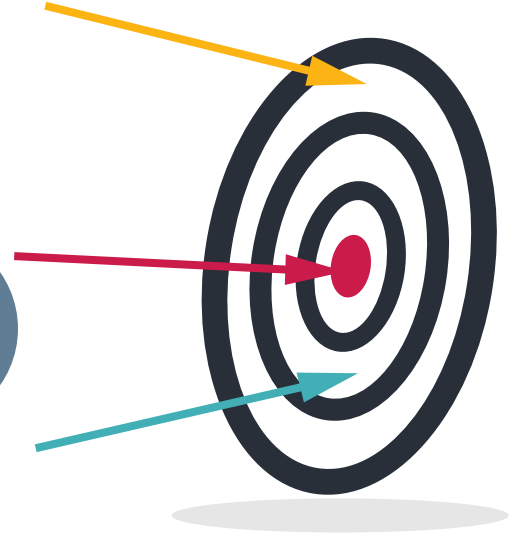
El desarrollo de productos turísticos es una responsabilidad compartida, entre el sector público y el privado, por lo que la coordinación entre ambas partes será la que asegure la viabilidad del producto.



**¿El producto
turístico
encaja en el
destino?**



Algunas consideraciones



Diseño de producto turístico








El desarrollo de
Productos
Turísticos debe
ser pensado
desde una
estrategia



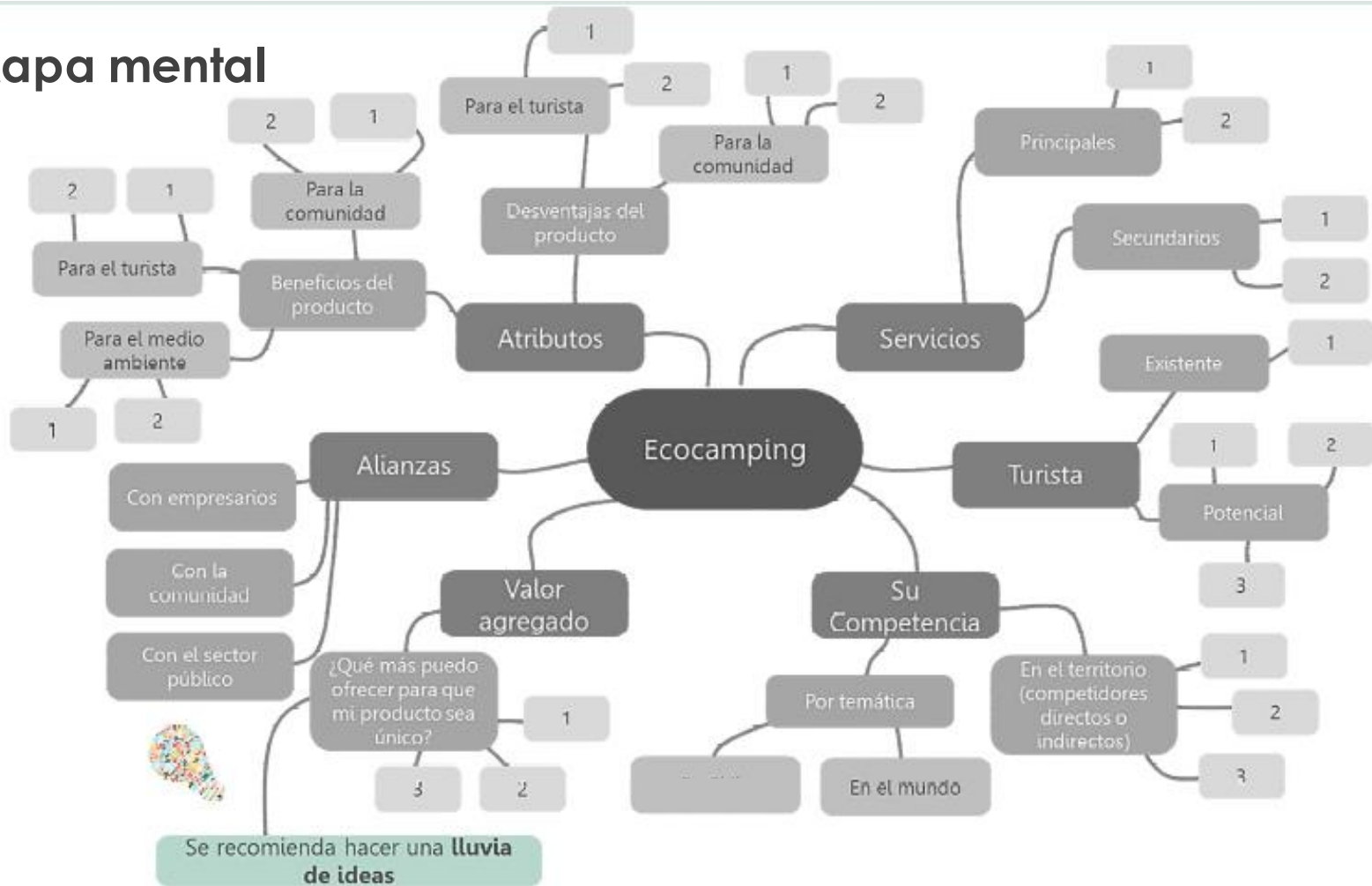
Paso 1
La generación del
proyecto: ¿qué se
quiere vender y a
quién?



-  1. Nombrar los diferentes atributos y servicios que presta el producto,
-  2. Analizar el valor agregado que ofrece al turista
-  3. Compararlo con su competencia en relación a su entorno y a la temática
-  4. Identificar posibles alianzas, personas y/o productos complementarios
-  5. Analizar a quién quiero llegar: el turista potencial y sus necesidades



Mapa mental

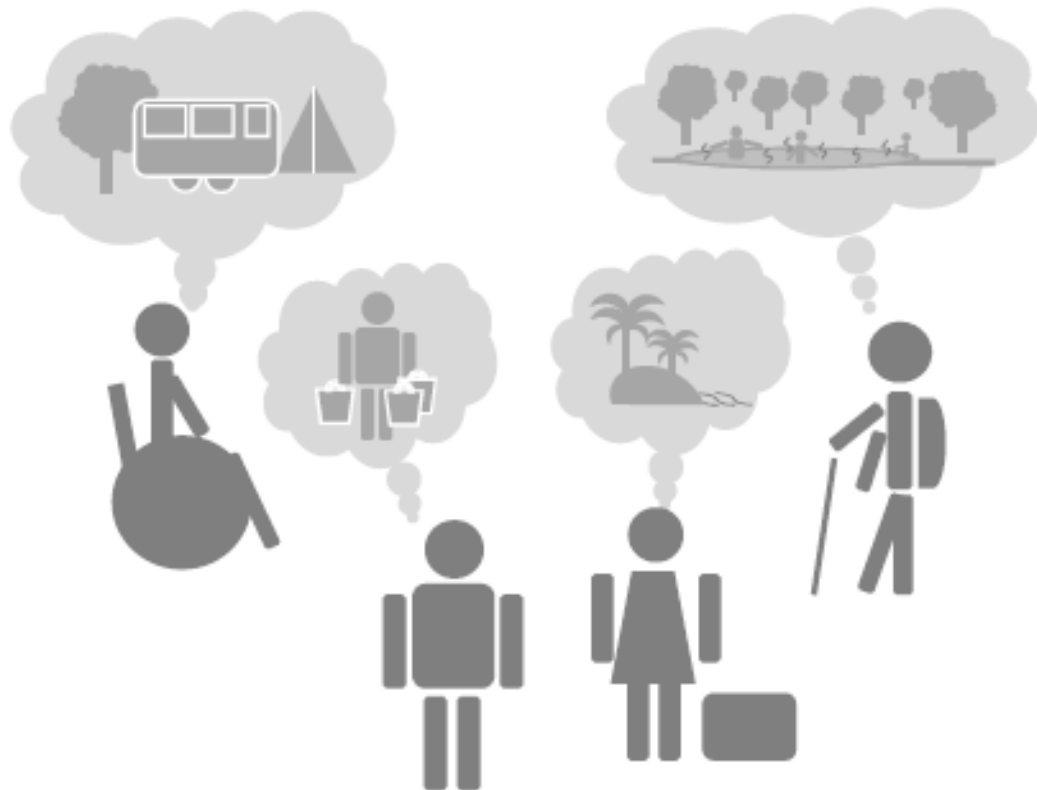


Paso 2

Diseño conceptual

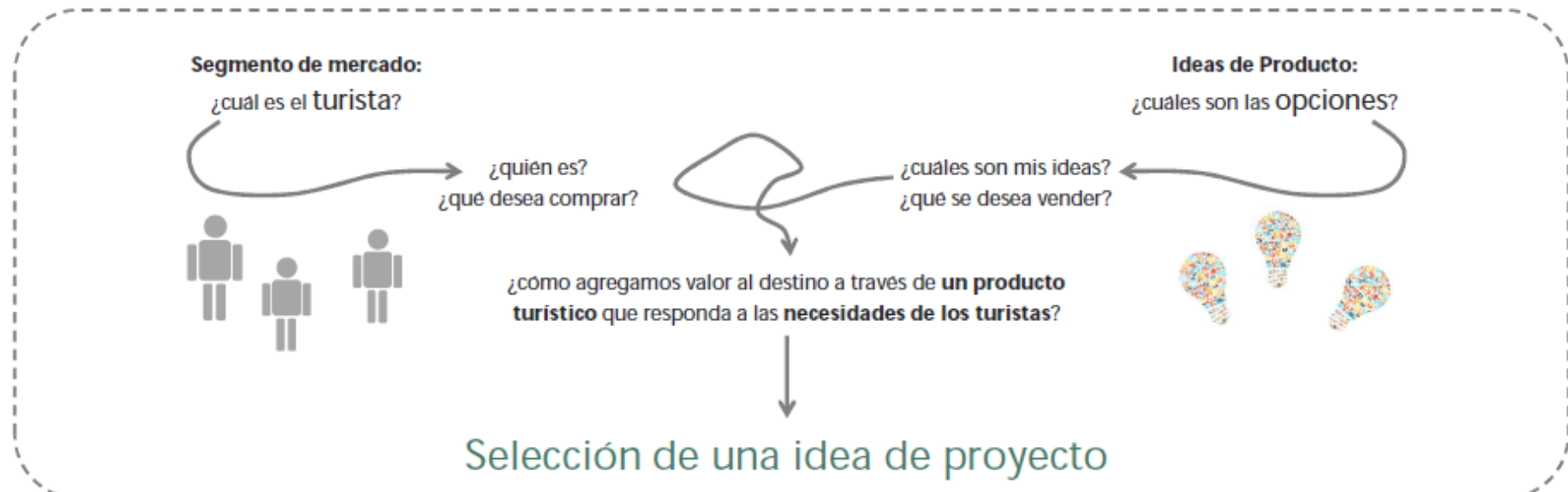


Perfil del turista



¿A
Quién se
va a
vender?

Hacemos un alto para pensar...





Ideas fuerza + Beneficios = Concepto del producto turístico

Beneficios
funcionales

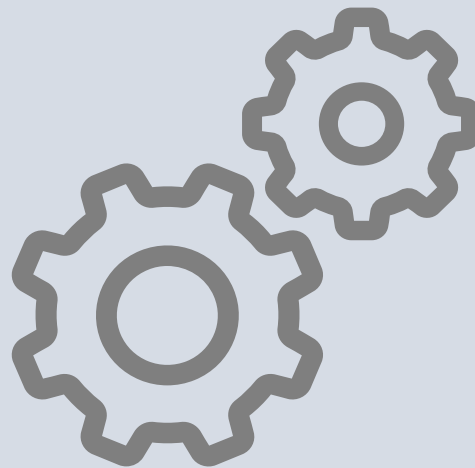
Beneficios
simbólicos

Beneficios
Vivenciales

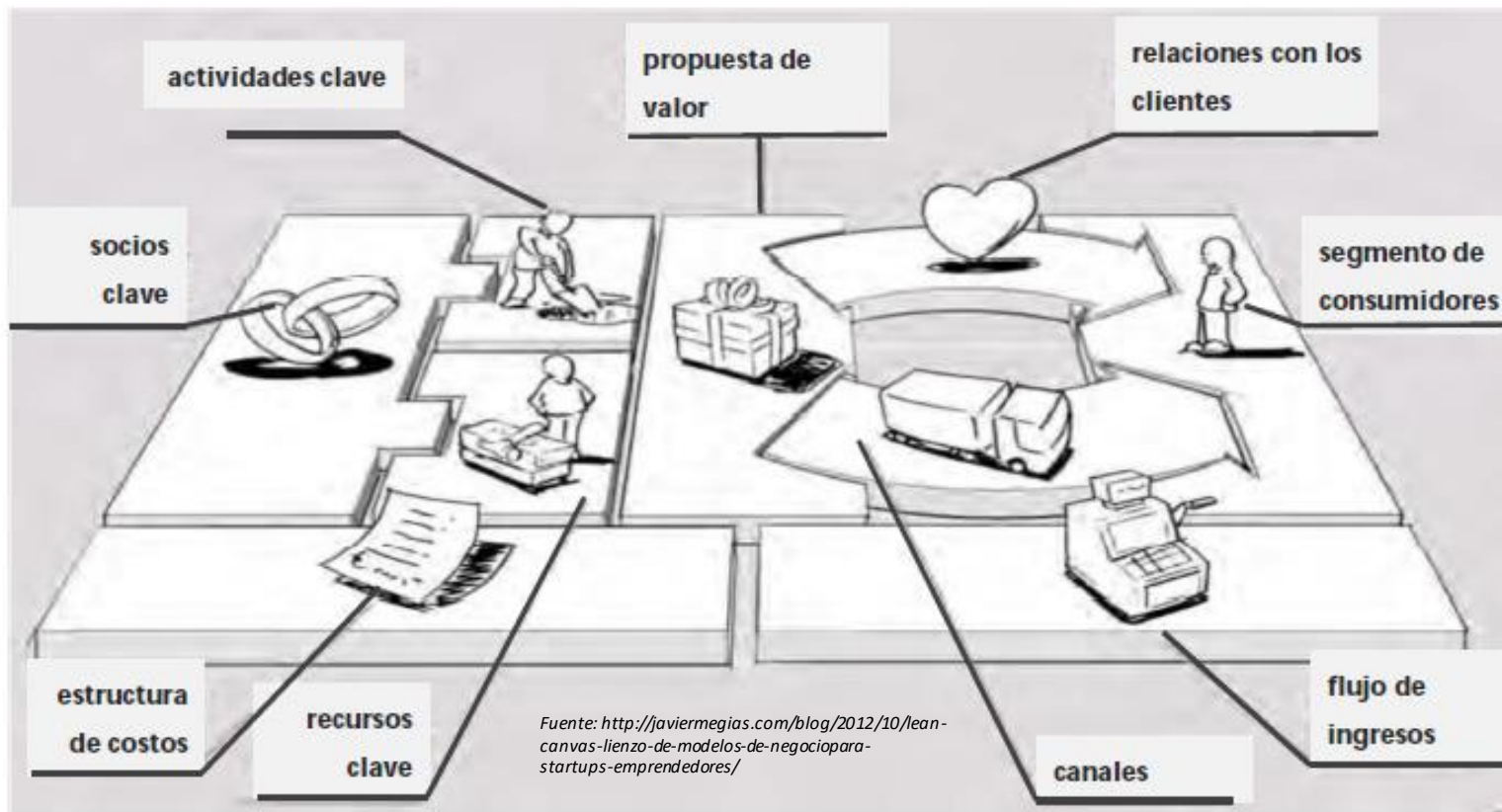


Paso 3

Modelo de negocio



Modelo Canva

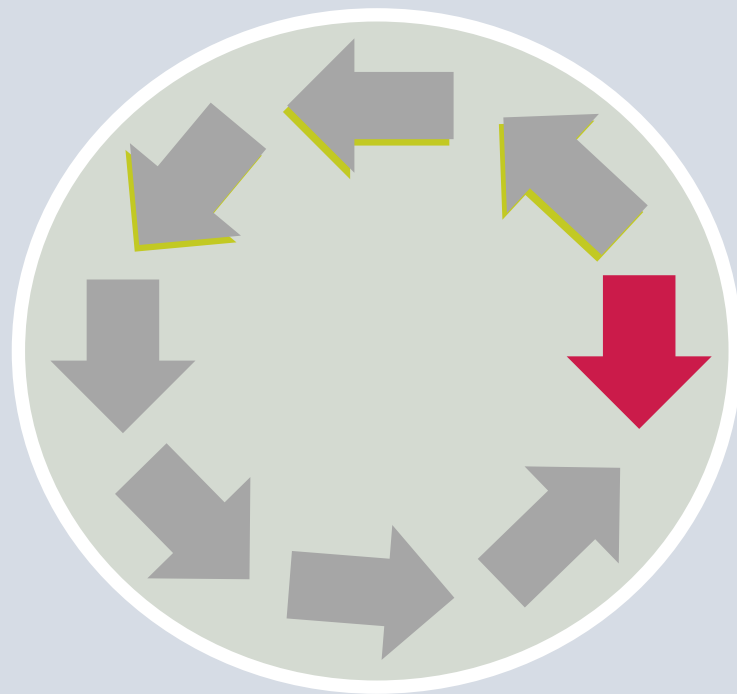


Paso 4 Implementación

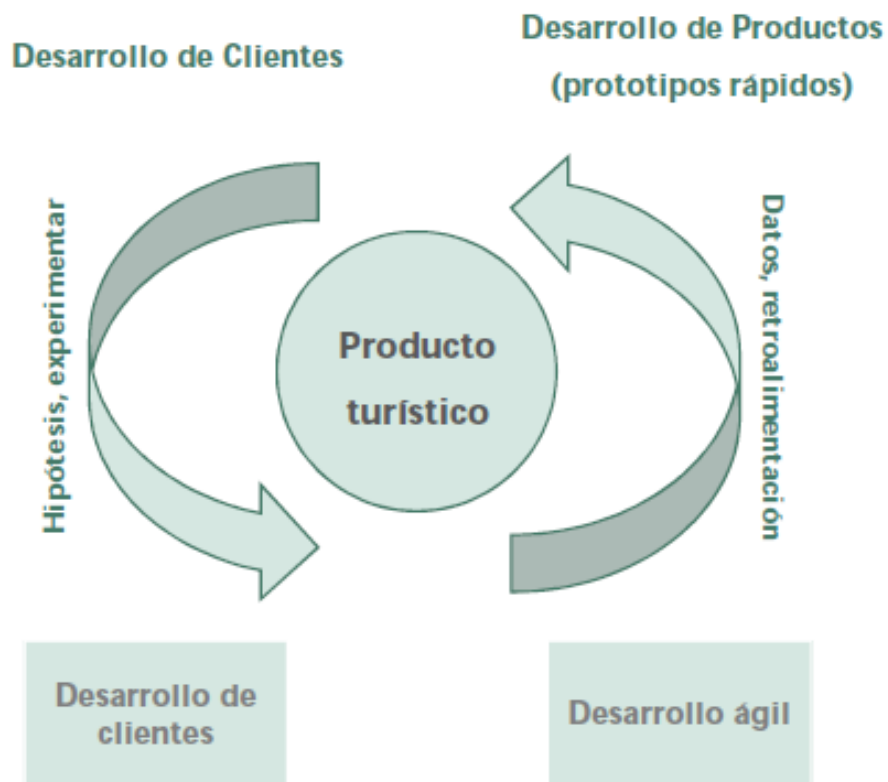




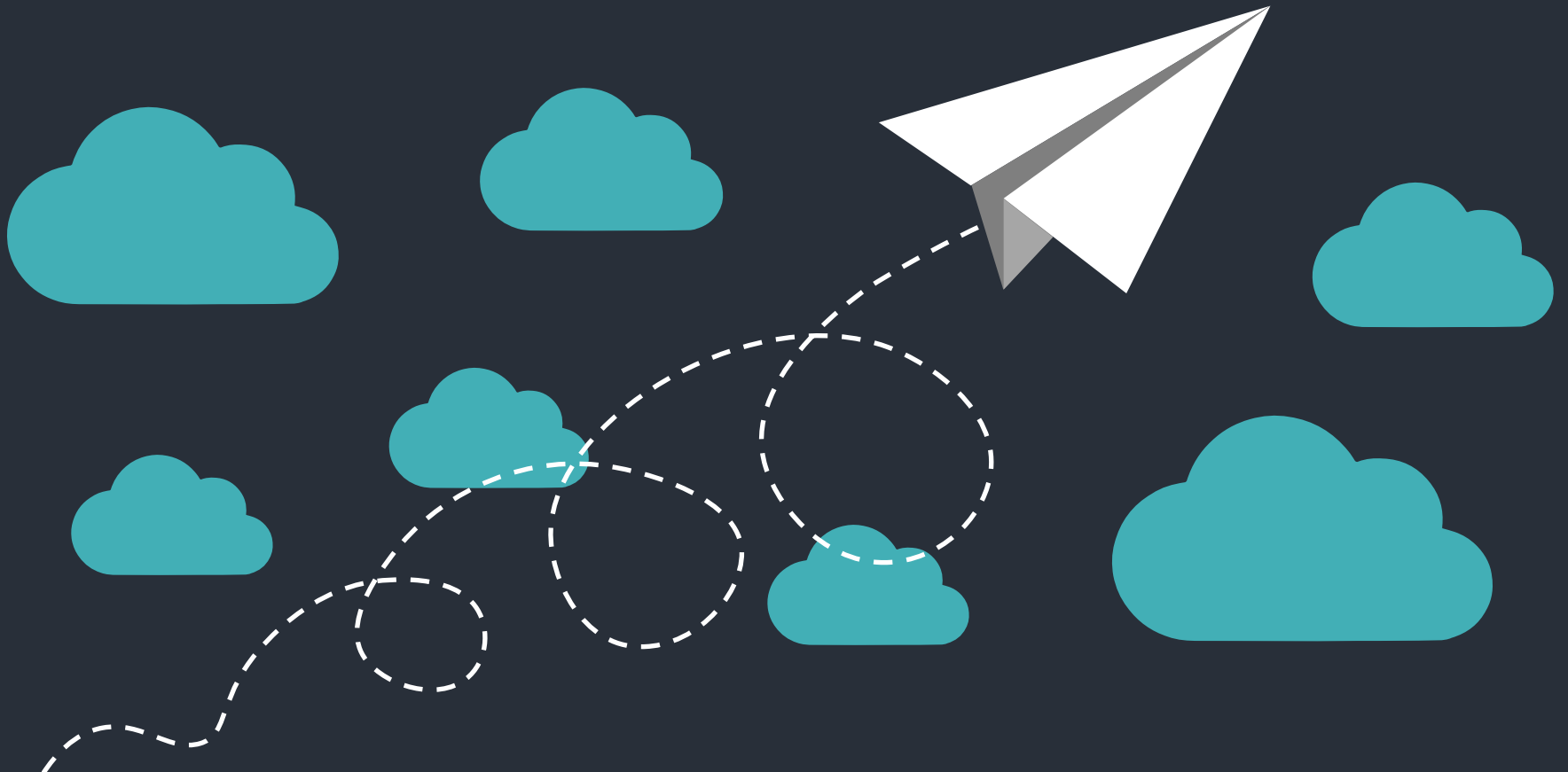
Paso 5 Testeo y retroalimentación



Proceso para la retroalimentación:



Conclusiones





El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

COLOMBIA 



MUCHAS
GRACIAS

COLOMBIA.TRAVEL



PROCOLOMBIA
EXPORTACIONES TURISMO INVERSIÓN MARCA PAÍS