

IN554 MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Esteban Zárate R.

Pablo Suazo

Semestre Primavera 2006

21-ago-06



UNIVERSIDAD DE CHILE
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
IN554 MODELOS DE GESTION TURISTICA

Estrategia Turística

- Concepto
- Metodología
 - Zona geográfica
 - Empresas en el territorio



Estrategia Turística

■ Barreras

- ☐ Costos
- ☐ Armonía de intereses
- ☐ Criterios disímiles entre públicos y privados
- ☐ Objetivos y resultados de grandes y Pymes
- ☐ Interrelaciones entre los productos y destinos



Estrategia Turística

■ Requisitos

- ☐ Planificación sostenible
- ☐ Planificación consensuada



Estrategia Turística

- Tipos de planificación
 - ☐ Escala Territorial
 - ☐ Período de Actuación
 - ☐ Estructura (tipo y metodología)
 - ☐ Exigibilidad de la Actuación
 - ☐ Contenido
 - ☐ Ciclo de vida (destino, producto, empresas)
 - ☐ Ámbito de la actuación



Estrategia Turística

■ Objetivos

- ☐ Identificar alternativas de desarrollo
- ☐ Adaptación en los cambios de la economía
- ☐ Mantener diferencia en los recursos
- ☐ Crear condiciones deseables
- ☐ Evitar situaciones indeseables



Estrategia Turística

- Nivel corporativo
- Nivel de negocio
- Nivel operativo de marketing



Nivel corporativo

- Análisis del entorno
- Análisis de los recursos
- Síntesis
- Selección de objetivos y estrategia
- Desarrollo



Nivel de negocio

- Misión de la empresa turística
- Visión de la empresa
- Reestructuración, reingeniería y futuro



Nivel operativo de marketing

- Utilidad
- Fases de la estrategia de Marketing



Producto Turístico

- Producto
 - ☐ Bien
 - ☐ Servicio
- Producto Turístico
 - ☐ Combinación de Bienes y Servicios



Producto Turístico

■ Componentes

- ☐ Bienes
- ☐ Servicios
- ☐ Servicios Auxiliares
- ☐ Recursos Turísticos
- ☐ Infraestructura y Equipamiento
- ☐ Gestión
- ☐ Imagen de Marca
- ☐ Precio



Propiedades del Producto Turístico

- Intangibilidad
- Caducidad
- Simultaneidad de Producción y Consumo
- Heterogeneidad
- Baja elasticidad de la Oferta



Estructuración del Producto

- Sobre los Beneficios
 - ☐ Producto principal
 - ☐ Producto Periférico
 - ☐ Productos Complementarios
- Utilidad de los Beneficios



Proceso de Estructuración

- Puntos de partida
 - Conocimiento de necesidades
 - Identificar factores críticos de competitividad
 - Determinación de innovaciones posibles
- Capacidad real y futura
- Selección factores claves del éxito
- Creación de la experiencia
- Elección de estrategia competitiva



Destino Turístico

- **Dimensión del Destino**
 - Tamaño
 - Accesos
 - Imagen
 - Desarrollo actual y futuro
- **Competitividad del Destino**
 - Elementos tangibles
 - Elementos intangibles



Desarrollo de nuevos Productos

- Función prospectiva permanente
- Análisis de rentabilidad y sostenibilidad
- Desarrollo del producto
- Prueba de comercialización
- Fase de lanzamiento
- Fase de control



Evaluación del Curso

- **Trabajo práctico a desarrollar durante el semestre**
 - **Presentación Metodología (5ª semana)**
 - **Presentación Primer Estado de Avance (9ª semana)**
 - **Presentación Preliminar (11ª semana)**
 - **Presentación Final (Examen)**
- **Presentaciones son instancias de EVALUACION por lo que la asistencia es obligatoria.**



Temas del Trabajo Semestral

- **Segmentación, análisis cuantitativo y cualitativo de la oferta turística en Hoteles**
- **Análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda:**
 - Turismo interno (Chilenos que viajan por Chile)
- **Análisis cuantitativo y cualitativo de la demanda:**
 - Turismo receptivo (Extranjeros que visitan Chile)
- **Desarrollo de un plan de negocios de Oferta Turística**
- **Análisis de satisfacción, percepciones y posicionamiento de la oferta turística de Hoteles**

