

IN554 MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Esteban Zárate R.

Pablo Suazo

Semestre Primavera 2006

4-sep-06



UNIVERSIDAD DE CHILE
DEPARTAMENTO DE INGENIERÍA INDUSTRIAL
IN554 MODELOS DE GESTIÓN TURÍSTICA

Comercialización

- Estructura comercial turística
 - Permite al turista acceder al producto
 - Facilitar la información
- Particularidades del producto turístico
 - Intangible
 - Perecedero
 - Venta es la transmisión de derecho de uso futuro
 - Contacto directo entre prestador y consumidor, el comercializador muchas veces no aparece



Comercialización

- Triángulo de *Middleton*
 - Prestador
 - Turista
 - Comercializador
- Agentes Comercializadores
 - Operadores
 - Agencias



Características de los Agentes

■ Operadores

- Estudio y planificación del mercado
- Estudio de la competencia
- Elaboración de la estrategia
- Desarrollo de los componentes del producto
- Concepción del producto
- Edición y distribución de medios de comercialización (Catálogos y otros)
- Venta al minorista
- Control del viaje



Características de los Agentes

Agencias

- Función: distribuir productos elaborados por los operadores



Características de los Agentes Agencias

- Clasificación
 - Dimensión
 - Multinacionales
 - Regionales
 - Estatales, etc.
 - Tipo de negocio
 - Generales
 - Vacaciones
 - Negocios
 - Especializadas



Características de los Agentes

Agencias

- Tipos de clientes
 - Empresas e instituciones
 - Grupos organizados
 - Clientes finales
- Uso
 - USA 90 %
 - UK 80 %
 - Alemania 65 %
 - Francia y España 20 %
 - Chile 10 %



Nuevos Agentes

- CRS
- Modernización de estructuras y medios de comunicación
- Reducción de costos de intermediación
- Marketing directo
- Venta por catalogos a público final
- Integración con operadores turísticos



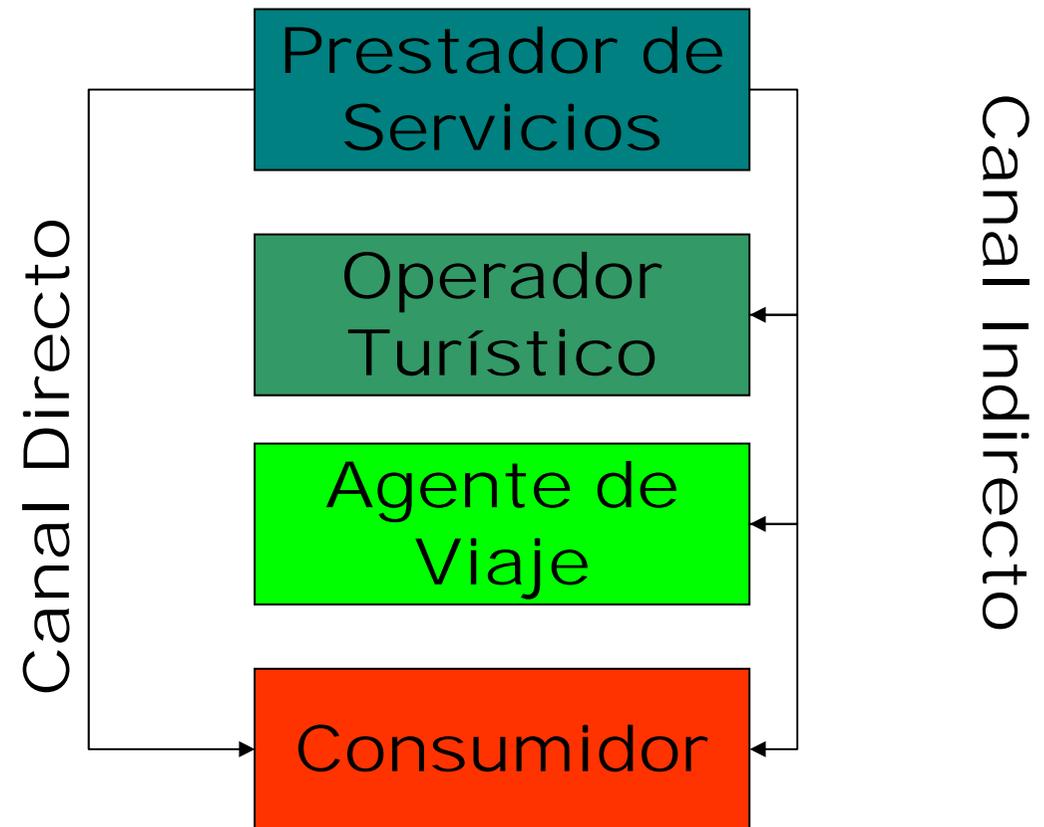
Canales de comercialización

- Directos
- indirectos



Canales de Comercialización

- Directos
- Indirectos
- Tecnología
 - Clásicos
 - Modernos



Nuevos Consumidores

- Multiconsumidor de productos
- Relación calidad/precio
- Mayor nivel de exigencia
- Busca realidades y no promesas
- Tiende a las actividades



Nuevos Consumidores

- Mayor nivel cultural
- Fragmenta los períodos de vacaciones
- Solicita más paquetes, y más ajustados a su realidad particular
- Mayor conciencia medioambiental



Grandes Tendencias

- Renovación y contraste
- Demanda de entornos naturales de calidad creciente
- Demanda de cultura y patrimonio
- Demanda de turismo rural
- Demanda de identidad propia, espiritualidad y salud
- Turismo de acontecimientos y espectáculos
- Turismo de congresos y convenciones



Tipología de la Demanda

- Procedencia
- Motivo del viaje
- Medio de transporte
- Características del destino
- Ciclo de vida del destino
- Duración de la vacación
- Grupo
- Alojamiento
- Gasto efectuado
- Organización del viaje



Procedencia

- Nacional
- Extranjero
- Intrarregional



Motivo del viaje

- Ocio
- Negocios
- Otros



Medio de transporte

- Clasificación oficial por: International Standard Industrial Classification
- FFCC
- Autobuses y transporte terrestre
- Transporte aéreo
- Transporte fluvial



Características del destino

- Sol y playa
- Interior
- Urbano
- Específico o de especialidad



Ciclo de vida del destino

- Emergente
- Desarrollados
- Consolidados
- Estancados
- En declive



Duración de la vacación

- Excursionismo
- Vacaciones cortas
- Vacaciones largas



Grupo

- Individual
- En grupo



Alojamiento

- Segunda residencia
- Casas de amigos y/o familiares
- Casas rurales
- Campings
- Clubes de vacaciones
- Hoteles en general
- Tiempo compartido
- Otros



Gasto efectuado

- Elevado
- Mediano
- Bajo



Organización del viaje

- Organización individual
- Paquete troncal con elementos libres
- Paquete completo
- Forfait o all inclusive

